



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL MODELO SERVQUAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGIONAL
VÍA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE CHIQUIÁN, 2016**

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

AUTORA

Bach. MILY FLORES ROMERO

ASESOR

Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN

**HUARAZ - PERÚ
2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL MODELO SERVQUAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGIONAL
VÍA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE CHIQUIÁN, 2016**

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

AUTORA

Bach. MILY FLORES ROMERO

ASESOR

Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN

**HUARAZ - PERÚ
2019**

1. Título de la tesis

Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016.

2. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. José German Salinas Gamboa
Presidente

Mgtr. Cesar Hernán Norabuena Mendoza
Miembro

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio
Miembro

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón
Asesor

3. Agradecimiento

A Dios, por los dones entregados y así terminar satisfactoriamente mi proyecto de investigación.

A mis queridos padres, hermanos por darme siempre un consejo oportuno y guiarme en el laberinto de la vida.

A la ULADECH, sus docentes especialmente al Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón por las enseñanzas que me permitió, llevar acabo esta investigación, eslabón final con la cual me da el orgullo de ser profesional.

4. Dedicatoria

A Dios, fuente inagotable de mis fortalezas en esta vida.

A mis padres Gerardo y Mery por darme la vida, por sus afectos y apoyos permanentes e incondicionales, desde que decidí estudiar y ser profesional.

A mí querido abuelito Felicimo (QEPD) y a mi abuelita Justina (QEPD) porque desde el cielo guían mis pasos para seguir adelante.

5. Resumen

El objetivo fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicios, rubro otros tipos de transporte vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016. La investigación fue del diseño transeccional, tipo descriptivo y nivel cuantitativo. Para la recolección de esta información se seleccionó 368 personas para realizar la encuesta de 22 preguntas cerradas y del cual se obtuvieron los siguientes resultados: En cuanto a las características de los clientes de las empresas de transporte vía terrestre son: El 50,55% son de sexo masculino, el 32,90% tienen de 46 a más años de edad y el 33,70 % tienen grado superior no universitario. Y en cuanto a los principales resultados referidos a la calidad del servicio podemos resaltar: El 56,53% de los clientes opinan que a veces las apariencias de las instalaciones son visualmente atractivas, el 98,91% opinan que casi siempre cumplen con lo prometido, el 54,35% de los clientes opinan que nunca comprenden las necesidades de los clientes, el 58.42% opinan que siempre realizan bien el servicio a la primera vez. Finalmente se concluyó que la mayoría de las empresas de transporte vía terrestre del distrito Chiquián, tienen mucha deficiencia en el servicio que brindan ya que existen atributos como tangibilidad, empatía por parte del personal, confiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta.

Palabras Claves: Gestión de Calidad, SERVQUAL y Transporte.

6. Abstract

The objective was to describe the main characteristics of quality management under the SERVQUAL model in micro and small enterprises (MSE) of the services sector, other types of land transport in the Chiquian district, 2016. The research was of transectional design, descriptive type and quantitative level. For the collection of this information, 368 people were selected to carry out the survey of 22 closed questions and from which the following results were obtained: As for the characteristics of the clients of the land transport companies, they are: 50.55% are of male sex, 32.90% are 46 years of age and 33.70% have a higher non-university degree. And in terms of the main results related to the quality of the service we can highlight: 56.53% of customers say that sometimes the appearances of the facilities are visually attractive, 98.91% think that they almost always comply with what was promised , 54.35% of the clients think that they never understand the needs of the clients, 58.42% think that they always perform the service well at the first time. Finally, it was concluded that most of the land transport companies of the Chiquian district have a lot of deficiency in the service they provide, since there are attributes such as tangibility, empathy on the part of the staff, reliability, security and responsiveness.

Key words: Quality Management, SERVQUAL and Transport.

7. Contenido

Título de la tesis.....	i
Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Contenido.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	xv
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	3
III. Metodología.....	19
3.1. Diseño de la investigación.....	19
3.2. Población y muestra.....	19
3.5. Definición y Operacionalización de variables.....	20
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.4. Plan de análisis.....	21
3.6. Matriz de consistencia.....	22
3.7. Principios éticos.....	23

IV. Resultados.....	28
4.1. Resultados	28
4.2. Analisis de resultados.....	50
V. Conclusiones.....	62
Referencias Bibliográficas.....	64
Anexos.....	66

8. Índice de tablas

Tabla 01: Distribución según sexo.....	28
Tabla 02: Distribución según edad.....	29
Tabla 03: Distribución según grado de instrucción.....	30
Tabla 04: Distribución según las instalaciones físicas de la empresa de transporte que Usted acude son visualmente atractivas.....	31
Tabla 05: Distribución según que las empresas tienen equipos de apariencia moderna.....	32
Tabla 06: Distribución según los empleados que laboran tienen apariencia pulcra.....	33
Tabla 07: Distribución según que en la empresa de transporte los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.....	34
Tabla 08: Distribución según las empresas de transportes concluyen el servicio en el	

tiempo prometido.....	35
Tabla 09: Distribución según que las empresas realizan bien el servicio a la primera vez.....	36
Tabla 10: Distribución según cuándo el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo.....	37
Tabla 11: Distribución según las empresas de transportes insisten en mantener registros exentos de errores.....	38
Tabla 12: Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados siempre está dispuesto a ayudarle.....	39
Tabla 13: Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.....	40
Tabla 14: Distribución según la empresa donde usted acude nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes.....	41
Tabla 15: Distribución según los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.....	42
Tabla 16: Distribución según en la empresa donde usted acude se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.....	43
Tabla 17: Distribución según el comportamiento de los empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes.....	44
Tabla 18: Distribución según los clientes de las empresas se sienten seguros en sus transacciones con la organización.....	45
Tabla 19: Distribución según la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.....	46

Tabla 20: Distribución según la empresa los empleados son siempre amables con los cliente.....	47
Tabla 21: Distribución según las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.....	48
Tabla 22: Distribución según los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes.....	49

Índice de figuras

Figura 01: Distribución según sexo.....	28
Figura 02: Distribución según edad.....	29
Figura 03: Distribución según grado de instrucción.....	30
Figura 04: Distribución según las instalaciones físicas de la empresa de transporte que Usted acude son visualmente atractivas.....	31
Figura 05: Distribución según que las empresas tienen equipos de apariencia moderna.....	32
Figura 06: Distribución según los empleados que laboran tienen apariencia pulcra.....	33
Figura 07: Distribución según que en la empresa de transporte los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.....	34
Figura 08: Distribución según las empresas de transportes concluyen el servicio en el tiempo prometido.....	35
Figura 09: Distribución según que las empresas realizan bien el servicio a la primera	

vez.....	36
Figura 10: Distribución según cuándo el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo.....	37
Figura 11: Distribución según las empresas de transportes insisten en mantener registros exentos de errores.....	38
Figura 12: Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados siempre está dispuesto a ayudarlo.....	39
Figura 13: Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.....	40
Figura 14: Distribución según la empresa donde usted acude nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes.....	41
Figura 15: Distribución según los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.....	42
Figura 16: Distribución según en la empresa donde usted acude se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.....	43
Figura 17: Distribución según el comportamiento de los empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes.....	44
Figura 18: Distribución según los clientes de las empresas se sienten seguros en sus transacciones con la organización.....	45
Figura 19: Distribución según la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.....	46
Figura 20: Distribución según la empresa los empleados son siempre amables con los clientes.....	47

Figura21: Distribución según las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.....	48
Figura22: Distribución según los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes.....	49

I. Introducción

En la actualidad la calidad de servicio se ha convertido en una de las variables claves para la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPE). Teniendo claro, si quieren sobrevivir en un mercado como el actual, deben ofrecer una elevada calidad de servicio. La importancia por las MYPE para que cada vez sean mejores ha impulsado a la ULADECH, a través de su Escuela Profesional de Administración a establecer como línea de investigación oficial a la Gestión de Calidad, dentro del cual se enmarcara el presente trabajo con el tema modelo SERVQUAL.

La preocupación en el tema fue sobre la calidad de servicio se debido a que en el distrito de Chiquian, se vio muchos clientes descontentos por el servicio que brindan las MYPES dentro del sector servicios, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre.

La investigación que se realizó, estuvo planteado por el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016?

Para responder al problema se tuvo el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016. Para obtener el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- a) Determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios - rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián.

- b) Determinar las características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián.

La presente investigación se justificó, porque fue relevante saber el desarrollo eficaz de la calidad de servicios en la MYPE a través de las cinco dimensiones como son elementos tangibles, capacidad de respuesta, confiabilidad, seguridad y empatía las misma que permitieron a los pasajeros a sentirse cómodos y complacidos con el servicio que se le brinda. De la misma manera esta investigación servirá como referencia para futuros investigadores que busquen profundizar más en el tema de calidad del servicio.

El sustento teórico de la investigación se dio a base del modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parazuraman y Berry (2007) donde mencionan que la calidad del servicio dentro de las empresas se debe a la prevalencia de sus cinco dimensiones ya mencionadas anteriormente. A partir de ello se pretendió corroborar éstas teorías con las evidencias empíricas obtenidas.

La metodología de la investigación fue del tipo descriptivo, nivel cuantitativo porque se determinó a la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio, rubro otros tipos de transportes regionales vía terrestre en el distrito de Chiquián. En cuanto al diseño de la investigación fue no experimental, porque se vio los fenómenos tal cual en su estado natural, así mismo es transeccional, ya que se recogieron datos en un solo momento y tiempo único.

Dentro de las técnicas de investigación se tuvo en cuenta la observación y las encuestas, así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos como los cuestionarios estructurados. Los resultados obtenidos con la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes ya mencionados, fueron ingresados al programa MS Excel para el procesamiento de datos, presentados en tablas y figuras más el análisis estadístico.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

Append (2007) en su investigación de “Estudio de calidad de servicio del área de fitness y salud del centro deportivo municipal José Garcés, 2017”, determino medir la calidad de servicio que ofrecen dentro del establecimiento, con el diseño no experimental, nivel descriptivo con una muestra 604 clientes aplicando un cuestionario de 24 preguntas con respuestas cerradas. El mencionado estudio de investigación determinó que el 45% de clientes brindan un buen servicio. En esta investigación el autor concluyo que en relación a los hábitos de uso, quienes acuden al centro en horarios de tarde, muestran bajos niveles de satisfacción con los servicios ofrecidos. La principal área de fitness y salud está de la mano con la profesionalidad y el mantenimiento de las infraestructuras (limpieza salas, vestuarios, etc.) generando insatisfacciones por parte de los clientes.

García y Wully (2011) en su tesis “Servicios de atención al cliente en la ciudad de Huaraz”. Manifestaron que tienen como finalidad optimizar las facilidades del servicio en una entidad bancaria; desde el punto del servicio al cliente, las herramientas de la gestión de la calidad, y el diseño de instalaciones. Los resultados del trabajo nos permiten establecer que la metodología es factible y aplicable a otras empresas de servicio, donde se tiene colas (bancos, cajeros, etc.). Por ende aplico una investigación cualitativa a una muestra de 20 personas por medio de entrevistas personales a los que se pidió enunciar los aspectos positivos y negativos del servicio que se le brinda. En esta investigación el autor concluyo que permiten diferenciarse de la competencia, sometiéndose a un proceso de mejora continua, incrementando sus niveles competitivos, generando nuevos negocios, reduciendo sus costos y aumentando sus niveles de rentabilidad, finalmente la disposición de un sistema de colas que tiene un profundo efecto en la imagen institucional, con gestión y eficiencia en el servicio.

Chávez, Ramos y Galarza (2006) en su investigación sobre “Nivel de satisfacción del usuario en los consultorios externos de dermatología del Hospital Nacional Dos de Mayo”, su objetivo fue en determinar el nivel de satisfacción de los pacientes de

la atención médica recibida en los consultorios externos de dermatología, por ende se aplicó una investigación descriptiva encuestando a 82 pacientes atendidos en el mes de diciembre. En la investigación el autor concluyó que al interrogar respecto a la satisfacción dentro del consultorio de dermatología el 76.1% manifestó que fue buena, el 21.6% considero regular y el 2.3% señaló malo; de modo que el alto nivel de satisfacción de los pacientes hacen que la buena información recibida, los determinantes estadísticamente significativos para la insatisfacción del paciente fueron la demora en la atención recibida por parte de los médicos, puesto que ellos indican que el médico atiende muy rápido.

Carpio y Espino (2008) en su tesis “Propuesta de Inteligencia empresarial del transporte terrestre de pasajeros en Chiclayo - Perú” manifiesta que el transporte es la gran invención que ha permitido el progreso de la humanidad, pero también su desgracia. Acuña Peralta sostiene que en un mundo cada vez más urbanizado, el transporte ha dejado de ser un problema económico y social. Efectivamente, el transporte está en relación directa con el crecimiento urbano y el desarrollo de una ciudad por lo tanto no solo sirve para movilizarse, sino que en él, se desarrollan diversas relaciones sociales y políticas que se relacionan con el servicio con la mejor calidad de vida de la población. En la investigación el autor concluyó que el estudio realizado se pudo determinar que el sistema de transporte terrestre de pasajeros en la ciudad de Chiclayo está atentando contra los derechos de los ciudadanos, contra la salud de la población y el ambiente y por tanto está perjudicando para el desarrollo socio económico de Chiclayo, asimismo que el principal elemento crítico es la gestión pública local, la misma utilizando un enfoque tradicional y deficiente, hace impotente a la administración pública, irresponsable, la organización empresarial, y pasivo al mismo usuario de los servicios que no sabe cómo hacer valer su derecho de calidad de vida.

Cahuana y Aivar (2011) en su tesis “Calidad de los servicios de transporte público urbano de la ruta 104 el Dorado en la ciudad del Cusco” se determinó que esta investigación busca la regulación y el control de los servicios que brinda los transportes públicos, actualmente no han mejorado de acuerdo al avance de la tecnología vehicular, como se observa la demanda y las necesidades de la población

de Cusco que desea tener un servicio seguro, económico, rápido y de calidad. La percepción más común del usuario que tiene del transporte urbano, es que sea un medio para atender sus necesidades de desplazamiento. El autor concluyo en su investigación, considera que la calidad de servicio como el buen estado de sus componentes el integran el sistema de transporte público urbano considerando y cuantificando la cobertura del transporte público, infraestructura vial, infraestructura de apoyo, vehículos para la prestación de servicios y la satisfacción de los usuarios en el proceso de formación de las políticas de transporte urbano. Las políticas formuladas por el gobierno regional de Cusco no han contribuido a mejorar la calidad de servicio del transporte público ya que se observan las deficiencias en cuanto a la cobertura del transporte, es por ende los transportistas se sienten insatisfechos con sus condiciones de trabajo y escasa participación de los usuarios de transporte en el proceso de toma de decisiones en el área de transporte en el municipio.

Surco (2013) en su tesis “Calidad de Servicio de tipos de transportes regular de pasajeros vía terrestre en la ciudad de Piura” manifiesta que el presente proyecto está dirigido a quienes desean ingresar al negocio del Servicio de Transporte Interprovincial de Pasajeros entre las ciudades de Piura y Paita. Este sector, si bien es cierto ya viene siendo atendido por un determinado número de empresas, éstas no satisfacen las expectativas del público usuario; asimismo, generan un descontento entre los mismos, lo cual hace posible el ingreso de una nueva empresa con mejores atributos funcionales. El autor concluyo en la investigación que el sector de transporte interprovincial de pasajeros se caracteriza actualmente por el aumento en la demanda de pasajes debido al crecimiento de los sectores productivos de bienes y servicios, al incremento de nuevos mercados y a la creación de nuevas rutas. Esto origina en las empresas de transporte una lucha por lograr un mejor posicionamiento, entre las empresas que cubren la ruta Piura-Paita destaca Transportes Dora; por el momento no se considera la posibilidad de amenaza de ingreso de nuevas empresas debido a la actual situación económica del país y a los problemas percibidos en el sector.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1. Gestión de Calidad

La Gestión de Calidad se aplica a cualquier organización tanto si opera para obtener beneficios o no, porque la Gestión de Calidad es inherente al comportamiento de las personas, productos y servicios (Rubio, 2010).

Es esencial una política que establezca en qué consisten los objetivos de la organización y el enfoque hacia la calidad. Para conseguirla, debe definirse el compromiso de la dirección hacia la calidad, así como la asignación de responsabilidades a los directores para las actividades relacionadas con ella (Rubio, 2010).

Ivancevich (1997) menciona que la gestión se aplica para dirigir y solucionar problemas en cada una de las partes de la organización, teniendo en cuenta que las acciones emprendidas en una parte de la organización afectan a las demás partes de la misma, mostrando con esto la interacción de cada una de las partes de la organización, es decir, el enfoque de procesos (Pág. 348).

2.2.2. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL de la gestión de calidad fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry con el propósito principal de mejorar la calidad de servicio ofrecido por una empresa. Utilizando un cuestionario que evalúa la calidad de servicio con cinco dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Que están constituido por una escala de respuesta múltiple, diseñada para comprender y evaluar las expectativas de los clientes respecto al servicio obtenido. También consideran que es un instrumento de mejora y de comparación con otras instituciones.

Así mismo el modelo SERVQUAL mide lo que el cliente espera de la empresa

que presta el servicio con las cinco dimensiones de evaluación, constatando la medida con la estimación que percibe el cliente del servicio obtenido de acuerdo a una de las dimensiones. Considerando el gap o brecha entre dos mediciones (El cliente que espera del servicio y que percibe del mismo) se facilita la puesta en marcha de acciones correctoras que ayuden a mejorar la calidad de servicio.

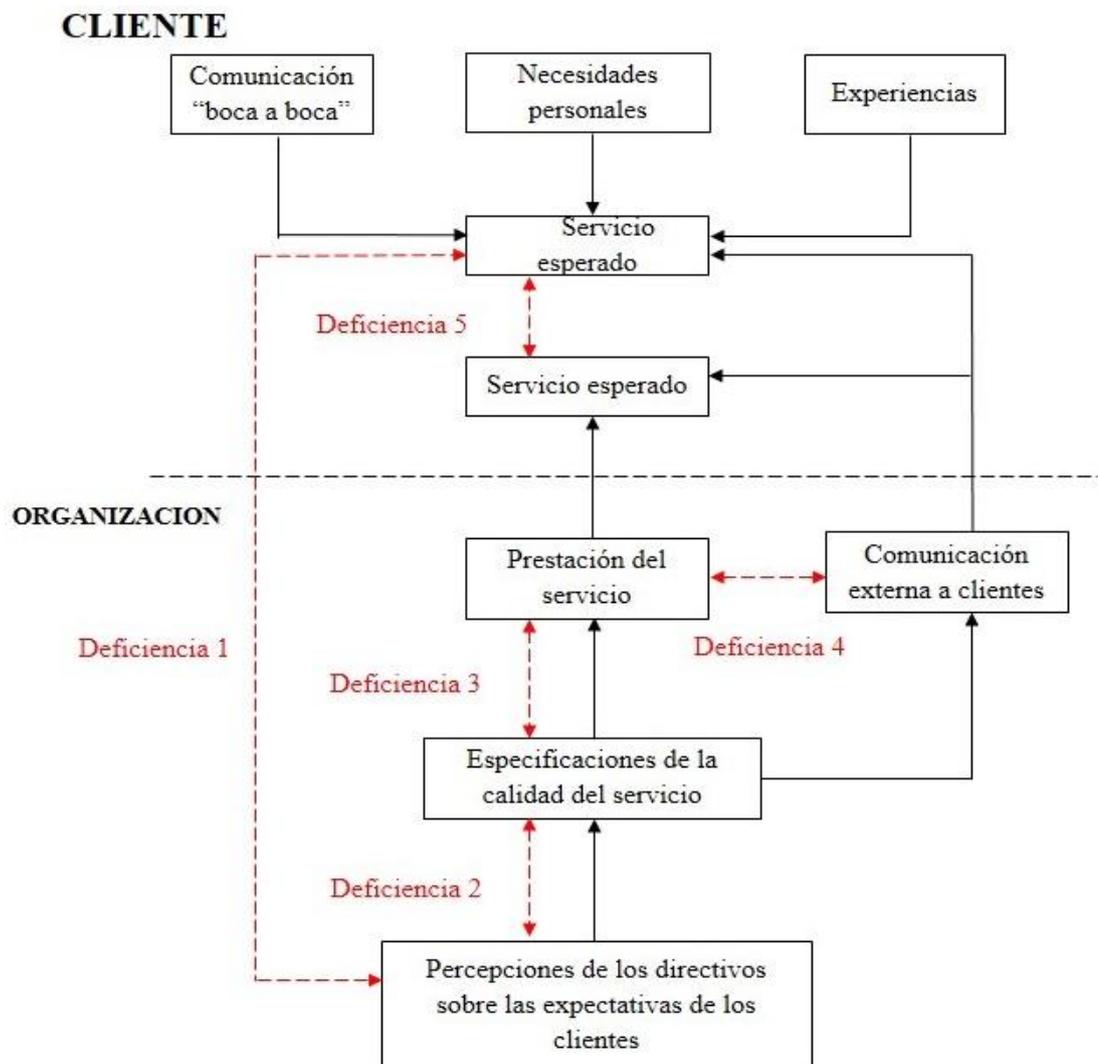


Figura 01: Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Gestión

El modelo SERVQUAL de la gestión de calidad se basa en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad del servicio donde:

- Menciona la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes, de

tal manera hace un balance ventajoso para las percepciones que estas superaran a las expectativas, elevando la calidad percibida y la satisfacción del servicio.

- Señala ciertos factores que condicionan las expectativas de los usuarios: Comunicación boca a boca, necesidades personales, experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente, comunicaciones externas que la propia institución realiza sobre su prestación de servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano necesita.
- Identifica las cinco dimensiones de acuerdo a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para tener en cuenta la calidad del servicio que se le brinda.

Dimensiones e Indicadores del Modelo SERVQUAL

- Elementos tangibles:
Gitomer (2014) define que es una forma de llamar la atención a sus clientes y López (2009) indica que es la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, herramienta, personal y material de comunicación.
- Capacidad de respuesta:
Silva (2009) menciona que es forma del comobrandan el servicio al cliente, como se puede ver el servicio rápido, cumpliendo el tiempo de los compromisos como son: Respetando el tiempo prometido, precisión, solución de reclamos y minimización de errores.
- Seguridad:
Fernández (2008) define que dentro de la seguridad está el conocimiento de los empleados y su capacidad de emitir confianza, incluyendo: La competencia para realizar el servicio, educación y respeto al cliente, comunicación efectiva y actitud general de que el servidor tiene los mejores intereses con los clientes, teniendo en cuenta la disposición de ayuda, rapidez y disposición para responder preguntas.
- Empatía

Fernández (2010) afirma que la empatía o provisión del cuidado es la atención individualizada hacia los clientes incluyendo accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo para satisfacer la necesidad del cliente. Considerando el saber escuchar, sincero interés, accesibilidad y comprensión de necesidades.

- **Fiabilidad**

Fernández (2010) afirma que la fiabilidad es la habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable. Teniendo en cuenta el tiempo prometido, precisión, solución de problemas y minimizando los errores.

Contribución del modelo SERVQUAL en la gestión de calidad

La gestión de calidad dentro del modelo SERVQUAL propone la mejora del servicio de calidad en las MYPE utilizando un cuestionario que evalúa, como son las cinco dimensiones: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles en el cual comprende las expectativas de los clientes respecto al servicio (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985, p.341).

2.2.3. Micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa está constituida por una sola persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización contemplada en la legislación vigente, teniendo como objetivo desarrollar actividades de transformación, producción y comercialización de bienes (SUNAT, 2014).

Características de la Micro y Pequeñas Empresas

(MEF, 2013) informa según la ley N° 30056 según las categorías empresariales las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en función a sus ventas anuales.

- Microempresa realiza ventas por un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa realiza ventas anuales superiores a 150 UIT, máximo 1700 UIT.

Importancia de la Micro y Pequeña Empresa

La micro y pequeña empresa en el Perú, son muy importantes en nuestra economía, a nivel nacional generan empleo al 80% de la población económicamente activa y el 40% aporta en el producto bruto interno (PBI). Indudablemente abarca varios aspectos importantes en la economía de nuestro país, entre las más importantes es útil contribuir a la generación de empleo y así aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país (Sánchez, 2008).

Tipos de Micro y Pequeña Empresa

Se clasifican en:

- Medianas y pequeñas empresas de subsistencia: Son las unidades económicas que no tienen la capacidad de generar utilidades, dedicándose a actividades que no requieren transformación substancial de materiales y no generan muchos empleos.
- Medianas y pequeñas empresas de emprendimiento: Se conoce como aquellas iniciativas empresariales, concebidas desde un enfoque de oportunidad, enfatizando el hecho que los emprendimientos se orientan hacia la innovación y transformación de una situación económica saludable.
- Medianas y pequeñas empresas de acumulación: Son unidades económicas que poseen capacidad de generar utilidades para conservar su capital e invertir en el crecimiento de la empresa generando empleos (Mendoza, 2011).

Crecimiento de Micro y Pequeña Empresa

El futuro de la MYPE actualmente es incierto ya que el 90% tienen baja productividad, el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar, y esto hace que la empresa tenga un escaso potencial de crecimiento (Vigil, 2008).

También, en promedio se forman 6,000 unidades productivas de este tipo al año. No obstante, para 2014 se observa un mayor número de emprendimientos promovidos por el constante crecimiento del mercado interno, declaró Panizo

al diario oficial El Peruano, además sostuvo que en promedio se estarían formando 660 empresas al mes, de las cuales alrededor del 50% saldrían del mercado después de un corto período de operaciones (Gestión, 2014).

Asimismo, más de 1,200 micro y pequeñas empresas (MYPE) se sumarían este año a la cadena exportadora, afirmó el presidente de la sociedad peruana de PYME (SPP), Jorge Panizo. Destacó que a pesar de la situación de los mercados internacionales, unas 2,500 MYPE lograron integrarse al mercado de la exportación. “Estas unidades productivas tuvieron la oportunidad de conseguir nichos de mercado que supieron aprovechar, especialmente en los sectores textil, calzado y maderero”, comentó al diario oficial El Peruano. Para el empresario, estos resultados son importantes, considerando que en la actualidad menos del 1% de las microempresas y alrededor del 5% de las pequeñas realizan operaciones directas de exportación (Andina, 2013).

2.2.4. Sector Servicio, rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre

Según la ley general de transporte de tránsito terrestre: Artículo 2, tenemos varios tipos como son:

- **Transporte Terrestre:** Desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías.
- **Servicio de Transporte:** Actividad económica que provee los medios para realizar el Transporte Terrestre. No incluye la explotación de infraestructura de transporte de uso público.
- **Tránsito Terrestre:** Conjunto de desplazamientos de personas y vehículos en las vías terrestres que obedecen a las reglas determinadas en la presente Ley y sus reglamentos que lo orientan y lo ordenan.
- **Vías Terrestres:** Infraestructura terrestre que sirve al transporte de vehículos, ferrocarriles y personas (Ley N° 27181).

Lefebvre (1970) define que el transporte adquiere el valor de cambio, en lugar del valor de uso que tiene por excelencia dos clases: Transporte privado, adquirido por personas particulares o empresas y cuyo uso queda restringido a

sus dueños (el usuario es el dueño del vehículo utilizado). Y el transporte público, que utiliza medios cuyos pasajeros no son los propietarios de los mismos, siendo servidos por terceros. Los servicios de transporte público pueden ser suministrados tanto por empresas privadas como públicas. El transporte público, como parte del conjunto de la movilidad urbana, queda por tanto definido como un sistema de medios (infraestructuras y vehículos) para llevar personas de un lugar a otro de la ciudad.

La MYPE del rubro transporte es un medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas (Oropeza, 2014).

2.3. Marco conceptual

- Calidad

Rubio (2010) define que la Gestión de Calidad se aplica a cualquier organización tanto si opera para obtener beneficios o no, porque la Gestión de Calidad es inherente al comportamiento de las personas, productos y servicios.

- Modelo SERVQUAL

Zeithaml, Parasuraman y Berry (2011) manifiesta que el modelo SERVQUAL evalúa la calidad del servicio obtenido con sus cinco dimensiones y nace con el propósito de mejorar la calidad del servicio dentro de las MYPES.

- Micro y Pequeñas Empresas

SUNAT (2014) manifiesta que las micro y pequeñas empresas son organizaciones constituidas por una persona natural o jurídica, con el objetivo de ir avanzando en la producción y comercialización de bienes.

- Transporte

Lefebvre (1970) define que es un medio donde nos podemos trasladar de un lugar a otro ya sea personas, animal o cosas y está al servicio del interés público teniendo como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes.

III. Metodología

3.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación fue no experimental, transeccional esto debido a que no se manipulo la variable ni el levantamiento de información, fue dada en el mismo momento y fue de nivel descriptivo porque se relataron las características respecto a la gestión de calidad que se aplicaron en las empresas de transporte vía terrestre en el distrito de Chiquian, 2016. También se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos las cuales fueron representadas mediante números y analizadas a través de métodos estadísticos.

3.2. Población y Muestra

La población para este estudio fue los clientes (pasajeros) de las MYPE del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián. Para la determinación de la muestra, se utilizaron datos proporcionados por la SUNAT, del cual se eligió a 3 empresas de Transporte regional vía terrestre, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de pasajeros en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos determinando una población de 4000 clientes; de la cantidad mencionada se determinó una muestra de 368 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado. (Fuente: SUNAT de Huaraz /meza de partes - 2016), se anexa la relación de las empresas de transporte regional vía terrestre.

3.3. Definición y Operacionalización de Variables

Variable principal	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicador	Escala de medición
Gestión de calidad bajo el MODELO SERVQUAL	La Gestión de calidad es una forma de trabajar mediante el cual la organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes	Elementos tangibles	Tangibilidad es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación	Instalaciones físicas	Likert
				Equipo y herramientas	
				Personal	
				Materiales de comunicación	
		Fiabilidad	Es la capacidad para realizar el servicio prometido con confianza y precisión	Respeto del tiempo prometido	
				Precisión	
				Solución de reclamos.	
				Minimización de errores	
	Capacidad de respuesta	Se refiere a la forma que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido	Disposición de ayuda		
			Rapidez		
			Disposición para responder preguntas		
	Seguridad	Seguridad trata sobre el conocimiento y capacidad de transmitir confianza	Conocimiento		
			Competencia		
			Credibilidad		
			Integridad		
	Empatía	Es la atención individualizada a los clientes, tratando de entender las necesidades del cliente.	Escuchar		
Sincero interés					
Accesibilidad					
Comprensión de necesidades					
El Modelo SERVQUAL es la minimización de la distancia entre las expectativas del cliente con respecto al servicio y la percepción de éste tras su utilización					

Variables complementarias	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	indicador	Escala de medición
Perfil de los clientes de los transportes	Son algunas características de los clientes de los transportes			Sexo	Nominal
				Edad	Ordinal
				Grado de instrucción	Nominal

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En esta investigación se utilizó una encuesta (técnica), mediante el modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (2007) un cuestionario validado (instrumento) estructurado por 25 preguntas y respuestas cerradas. De los cuales: relacionadas a la información general de los clientes (3) preguntas y a la variable en estudio que es el modelo SERVQUAL(22) preguntas.

3.5. Plan de análisis

Los datos obtenidos fueron mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, los informantes y las fuentes, fueron incorporados e ingresados al programa MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para el procesamiento de datos para la posterior presentación en tablas, gráficas y el análisis estadístico

6.8. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016?</p>	<p>General: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016.</p> <p>Específicos: Determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios - rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre en el distrito de Chiquián.</p>	<p>Gestión de Calidad Bajo el Modelo SERVQUAL</p>	<p>Población: La población consta de un total de 4000 clientes de los transportes del distrito de Chiquián (Fuente: SUNAT de Huaraz / Mesa de partes -2016).</p> <p>Muestra: La muestra se determinó utilizando la herramienta del muestreo aleatorio estratificado, dándonos como resultado un total de 368 clientes encuestados.</p>	<p>Tipo: La Investigación será descriptiva porque se detallara las características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL.</p> <p>Nivel: El tipo de investigación será cuantitativa porque se utilizara las técnicas y medición de variables.</p> <p>Diseño: Se utilizara el diseño transeccional porque se recolectara datos.</p>	<p>Técnica: - Encuesta</p> <p>Instrumento: - Cuestionario</p>

6.9. Principios éticos

En el presente trabajo se hizo hincapié a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de la persona y respeto a la propiedad intelectual, así mismo se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

VI. Resultados

4.1. Referente a las características de los clientes de la MYPES del rubro otros tipos de transporte vía terrestre en el distrito de Chiquián, 2016

Datos generados de los clientes encuestados

Tabla 01

Distribución según sexo

Genero	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Femenino	182	49,45
Masculino	186	50,55
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

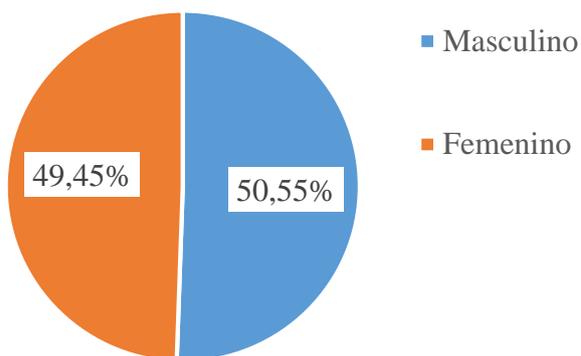


Figura 01. Distribución según sexo

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 50.55 % son de sexo masculino.

Tabla 02

Distribución según edad

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
05- 25	34	9,23
26 – 35	95	25,81
36 – 45	118	32,06
46 a mas	121	32,90
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

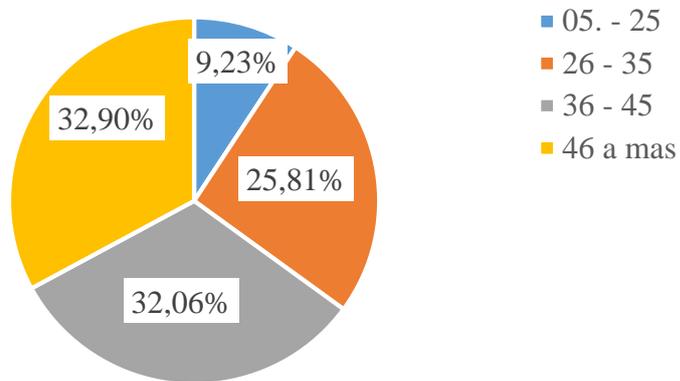


Figura 02. Distribución según edad

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 32.90% manifiesta tener 46 a más, seguido el 32.06% manifiesta tener de 36 a 45 años de edad.

Tabla 03

Distribución según grado de instrucción

Grado de Instrucción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Primaria	46	12,5
Secundaria	96	26,09
Sup. No Univ.	124	33,70
Sup. Univ.	102	27,71
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

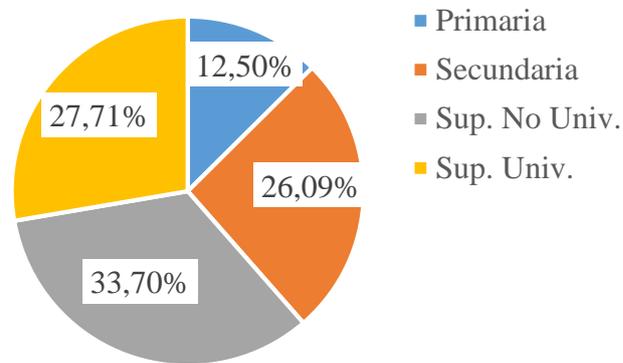


Figura 03. Distribución según grado de instrucción

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 33.70 % manifiesta tener un grado de instrucción superior no universitario, seguido el 27.71 % con un grado de instrucción superior universitario, luego 26.09% con un grado de instrucción de nivel secundaria y el 12.50% con un grado de instrucción de nivel Secundaria.

Resultados respecto la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL:

Tabla 04
Distribución según las instalaciones físicas de la empresa de transporte que Usted acude son visualmente atractivas

Instalaciones físicas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	24	6,52
A veces	208	56,52
Casi siempre	120	32,60
Siempre	16	4,36
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

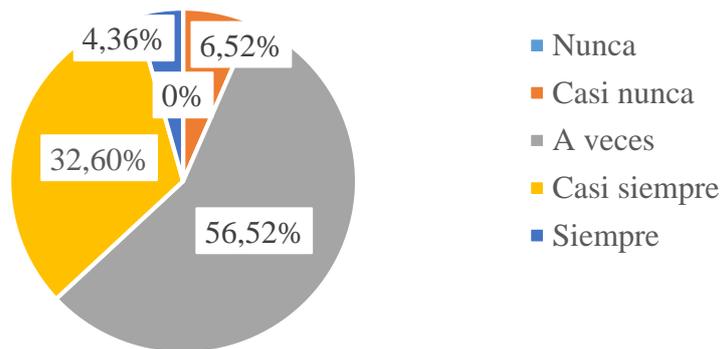


Figura 04. Distribución según las instalaciones físicas de la empresa de transporte que Usted acude son visualmente atractivas

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 56.53% manifiesta que a veces tienen las instalaciones físicas la empresa de transporte que acuden y son visualmente atractivas.

Tabla 05

Distribución según que las empresas tienen equipos de apariencia moderna

Equipos de apariencia moderna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	204	55,43
Casi nunca	86	23,37
A veces	78	21,20
Casi siempre	0	0,0
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

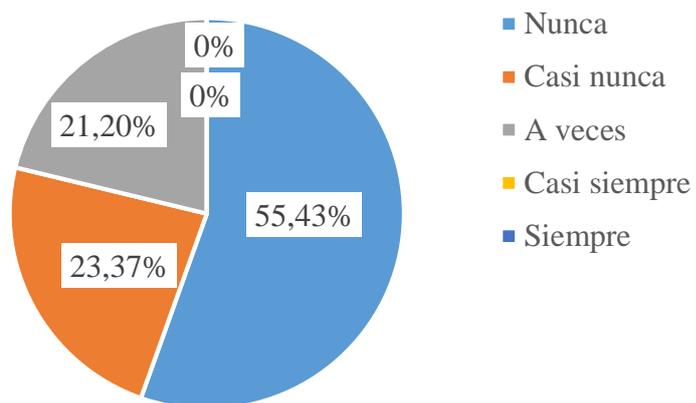


Figura 05. Distribución según que las empresas tienen equipos de apariencia moderna

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 55.43% manifiesta que nunca tienen equipos de apariencia moderna.

Tabla 06

Distribución según los empleados que laboran tienen apariencia pulcra

Apariencia pulcra	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	215	58,42
Casi siempre	89	24,18
Siempre	64	17,40
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

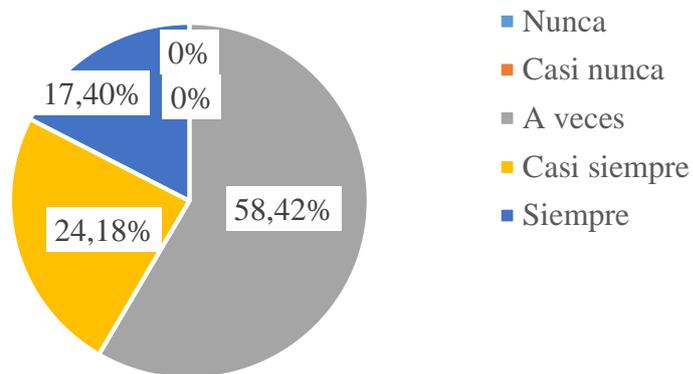


Figura 06. Distribución según los empleados que laboran tienen apariencia pulcra

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 58.42% manifiesta que a veces si tienen la apariencia pulcra.

Tabla 07

Distribución según que en la empresa de transporte los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos

Elementos Materiales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	74	20,10
A veces	196	53,26
Casi siempre	98	26,64
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

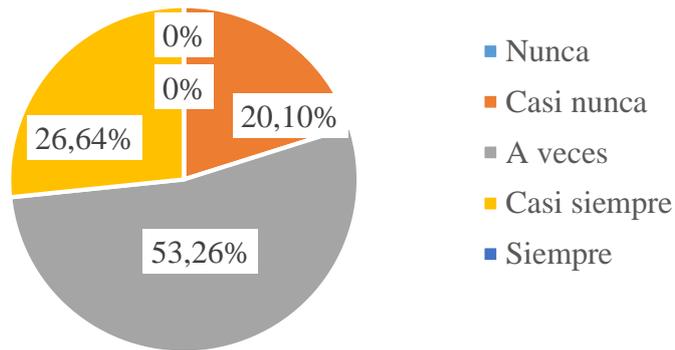


Figura 07. Distribución según que en la empresa de transporte los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 53.26% manifiesta que a veces los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.

Tabla 08

Distribución según las empresas de transportes concluyen el servicio en el tiempo prometido

Tiempo prometido	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi siempre	364	98,91
Siempre	4	1,09
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

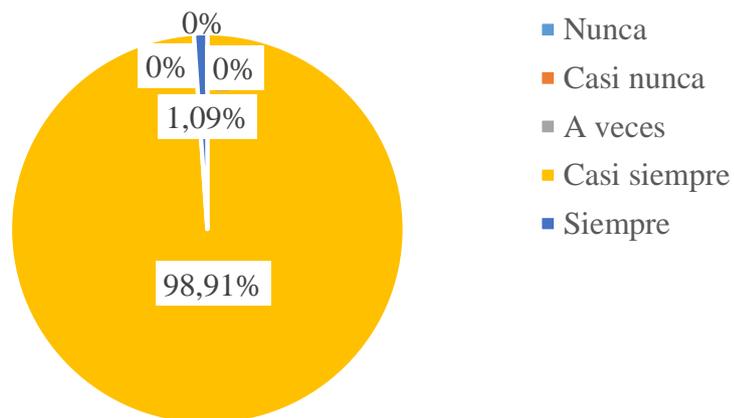


Figura 08. Distribución según las empresas de transportes concluyen el servicio en el tiempo prometido

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 98.91 % manifiesta que casi siempre concluyen el servicio en el tiempo prometido.

Tabla 09

Distribución según que las empresas realizan bien el servicio a la primera vez

Servicio a la primera vez	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi siempre	215	58,42
Siempre	153	41,58
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

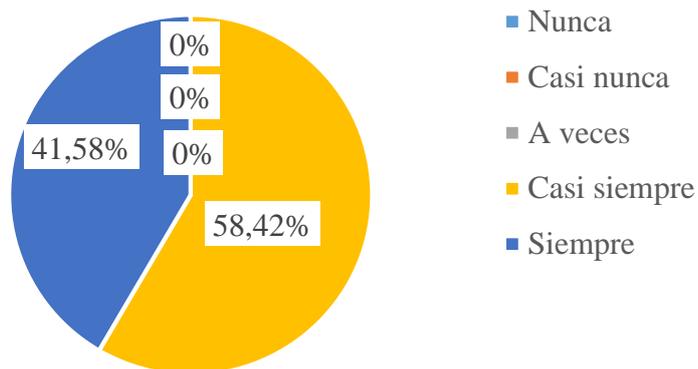


Figura 09. Distribución según que las empresas realizan bien el servicio a la primera vez

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 58.42% manifiesta casi siempre realizan bien el servicio a la primera vez.

Tabla 10

Distribución según cuándo el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo

Interés en solucionarlo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	162	44,02
Casi siempre	76	20,65
Siempre	130	35,33
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

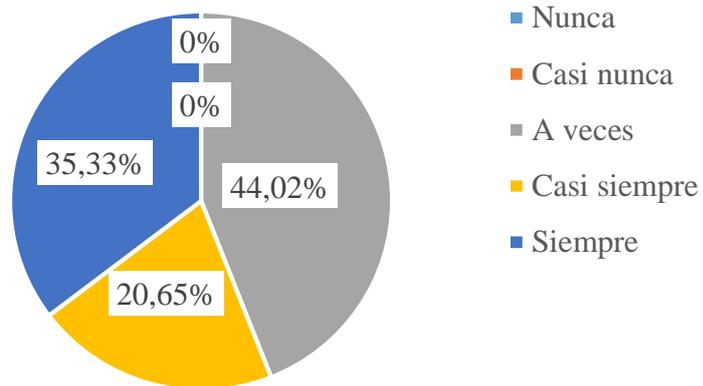


Figura 10. Distribución según cuándo el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 44.02% manifiesta que a veces cuando el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo.

Tabla 11

Distribución según las empresas de transportes insisten en mantener registros exentos de errores

Exentos de errores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	105	28,53
A veces	263	71,47
Casi siempre	0	0,0
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

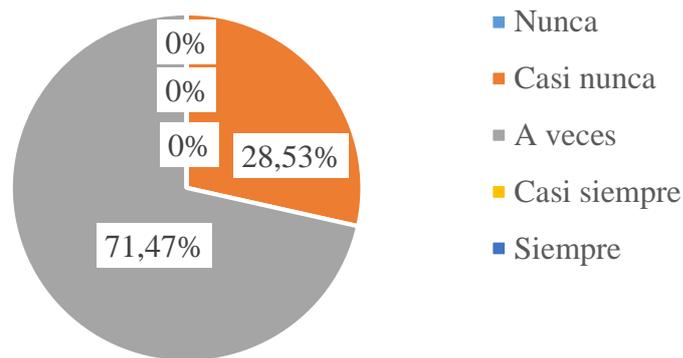


Figura 11. Distribución según las empresas de transportes insisten en mantener registros exentos de errores

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 71.47% manifiesta que a veces la empresa de transportes insisten en mantener registros exentos de errores.

Tabla 12

Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados siempre está dispuesto a ayudarle

Dispuesto a ayudarle	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	195	52,99
Casi siempre	173	47,01
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

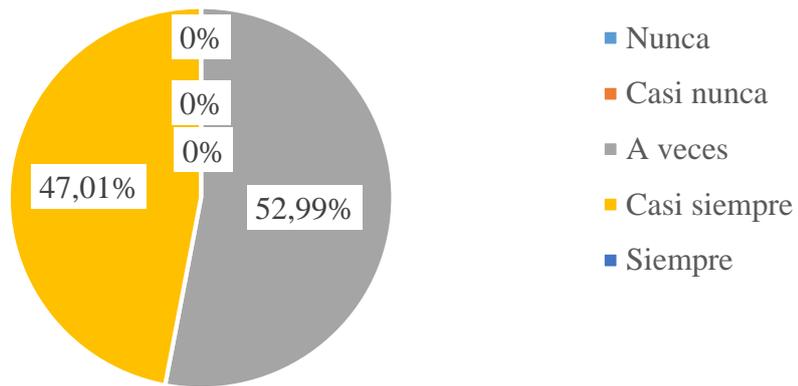


Figura 12. Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados siempre está dispuesto a ayudarle

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 52.99% manifiesta que a veces la empresa de transporte donde acuden los empleados siempre están dispuesto ayudarle.

Tabla 13

Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes

Servicio rápido	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	197	53,53
Casi siempre	171	46,47
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

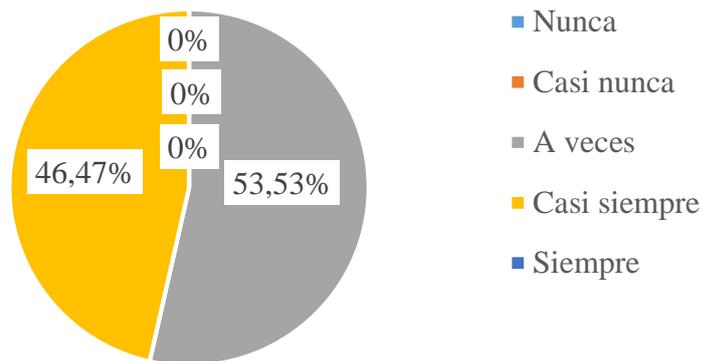


Figura 13. Distribución según la empresa de transporte donde usted acude los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 53.53% manifiestan que a veces la empresa de transporte donde acuden los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.

Tabla 14

Distribución según la empresa donde usted acude nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes

Responder las preguntas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	9	2,44
A veces	185	50,28
Casi siempre	7	1,90
Siempre	167	45,38
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

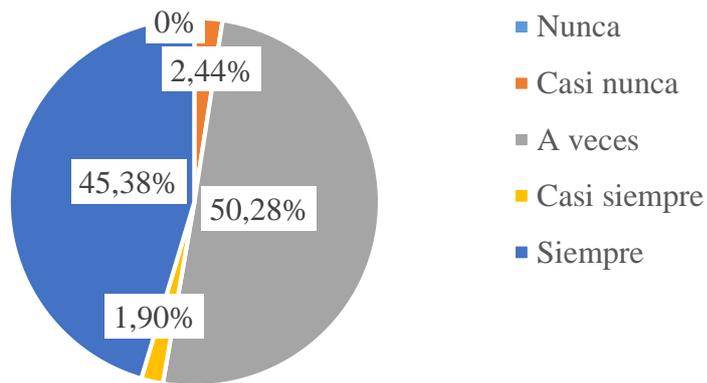


Figura 14. Distribución según la empresa donde usted acude nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes

Interpretación: Del total de los clientes encuestados se observa que el 50.28% manifiesta que a veces la empresa donde acuden están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes, seguido el 1.90% a veces y nunca.

Tabla 15

Distribución según los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.

Responder las preguntas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	210	57,06
Casi siempre	158	42,94
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

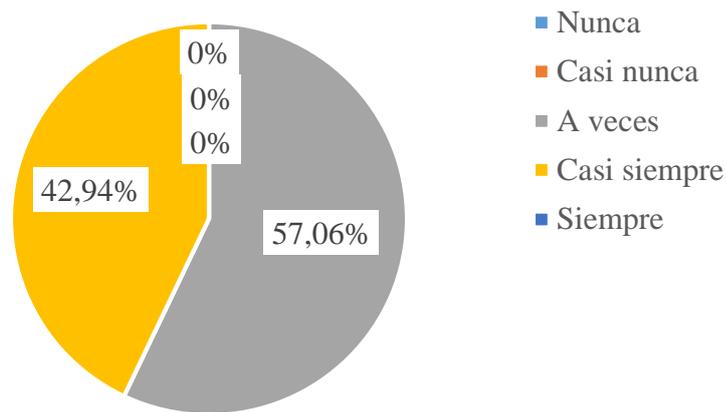


Figura 15. Distribución según los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 57.06% manifiesta que a veces los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.

Tabla 16

Distribución según en la empresa donde usted acude se preocupan por los mejores intereses de sus clientes

Mejores intereses	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	285	77.44
Casi siempre	83	22.56
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

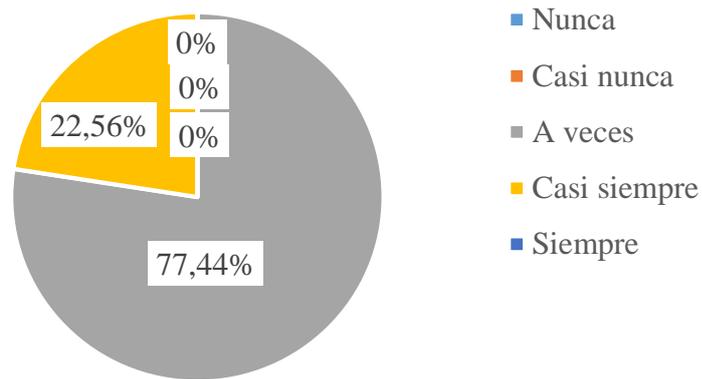


Figura 16. Distribución según la empresa donde usted acude se preocupan por los mejores Intereses de sus clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 77,44 % manifiesta que a veces la empresa donde acuden se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.

Tabla 17

Distribución según el comportamiento de los empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes

Transmite confianza	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	262	71.20
Casi siempre	106	28.80
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

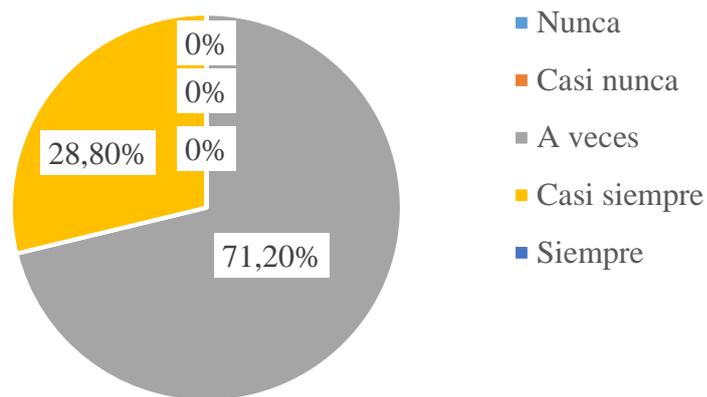


Figura 17. Distribución según el comportamiento de los empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes.

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 71.20% manifiesta que a veces el comportamiento de empleados de las empresas de transporte trasmite confianza a sus clientes.

Tabla 18

Distribución según los clientes de las empresas se sienten seguros en sus transacciones con la organización.

Seguros en sus transacciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	269	73,10
Casi siempre	99	26,90
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

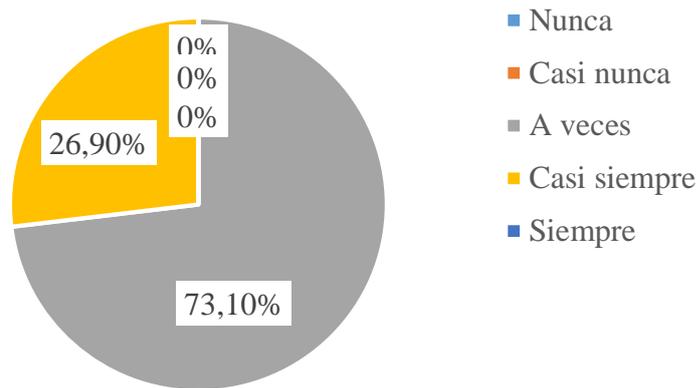


Figura 18. Distribución según los clientes de las empresas se sienten seguros en sus transacciones con la organización.

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 73.10% manifiesta que a veces los clientes de las empresas se sientan seguros en sus transacciones con la organización.

Tabla 19

Distribución según la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes

Atención personalizada	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	236	64,13
Casi nunca	21	5,70
A veces	95	25,82
Casi siempre	16	4,35
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

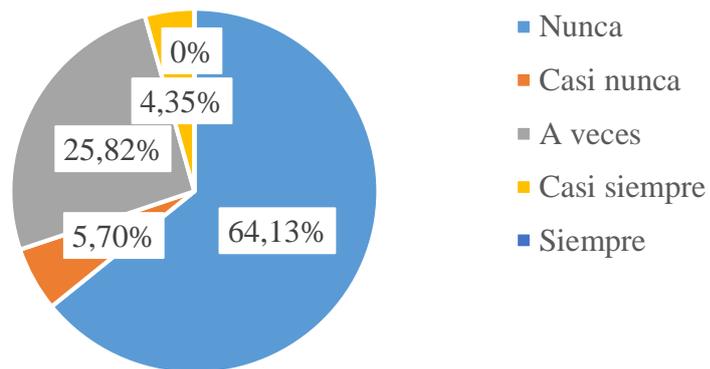


Figura 19. Distribución según la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 64.13% manifiesta que nunca la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.

Tabla 20

Distribución según la empresa los empleados son siempre amables con los clientes

Siempre amables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
A veces	176	47,82
Casi siempre	125	33,97
Siempre	67	18,21
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES

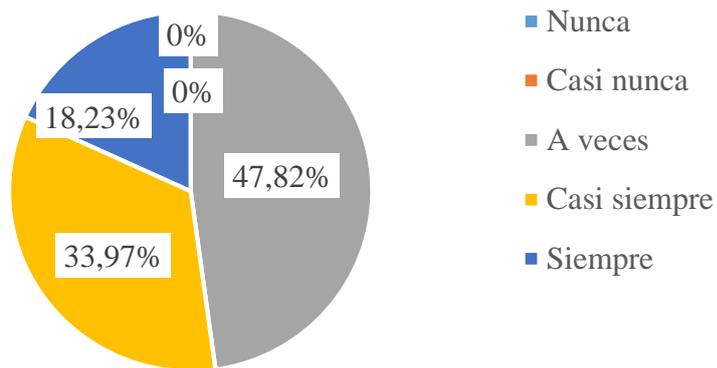


Figura 20. Distribución según la empresa los empleados son siempre amables con los clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 47.82% manifiesta que a veces en la empresa los empleados son siempre amables con los clientes, seguido el 33.97% manifiesta que casi siempre.

Tabla 21

Distribución según las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes

Siempre amables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	304	82,60
Casi nunca	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi siempre	64	17,40
Siempre	0	0,0
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

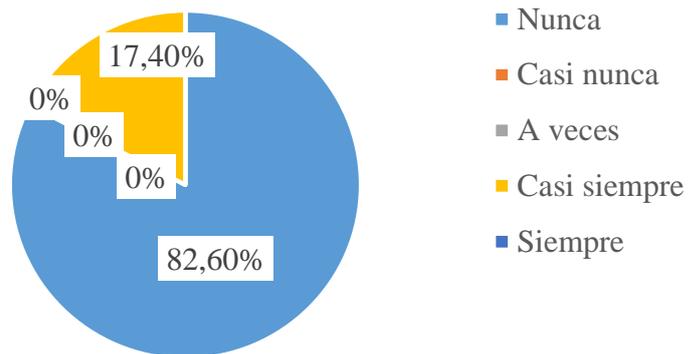


Figura 21. Distribución según las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes

Interpretar: Del total de clientes encuestados se observa que el 82.60% manifiesta que nunca las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.

Tabla 22

Distribución según los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes

Siempre amables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual
Nunca	200	54,35
Casi nunca	0	0,0
A veces	0	0,0
Casi siempre	48	13,04
Siempre	120	32,61
Total	368	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES.

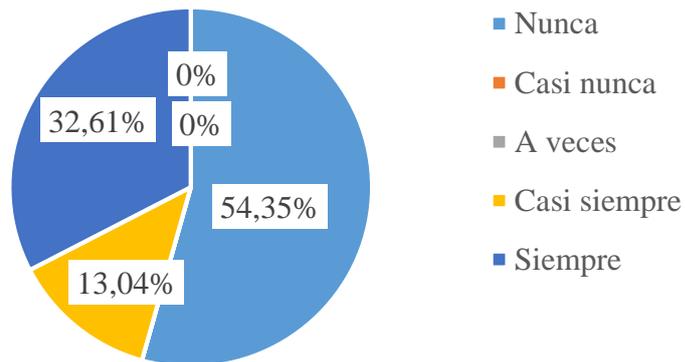


Figura 22. Distribución según los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes

Interpretación: Del total de clientes encuestados se observa que el 54.35% manifiesta que nunca los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes.

4.1. Análisis de Resultados

Respecto a los datos generales de los encuestados:

- Según se observa los datos de los clientes encuestados el 50.55% de los clientes son varones, el 32.90% y tienen entre 46 a más años de edad y el 33.70% manifiesta tener un grado de instrucción superior no universitario (Ver figura 01, 02 y 03). Contrasta con los obtenidos por el autor Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en MYPE de sector servicios indica que el 65.4 % de los clientes son varones, un 27.8% están entre 36 a 45 años y un 49.47% con un nivel de estudios superior no universitarios.

Resultados respecto la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL:

Dimensión 01: Elementos tangibles

- El 56.53% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que nunca las instalaciones físicas son visualmente atractivas (Ver figura 04). Resultado que muestra que las empresas de transportes no le dan importancia a las instalaciones físicas (encomiendas, pasajeros, venta de boletos y sala de espera) se encuentran en un solo ambiente generando desorden y malestar, resultado que contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 20.03% de los clientes mencionan que las instalaciones físicas no son visualmente atractivas no están muy bien adecuadas. Al respecto Weil, (2003) menciona un aspecto que resalta, el alto grado de satisfacción

que tienen los clientes con respecto a los servicios que se le brinda un ambiente adecuado con que cuenta la empresa, esto explica porque generalmente los pasajeros esperan encontrar instalaciones físicas que sean visualmente atractivas.

- El 55.43% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que nunca tienen equipos de apariencia moderna (Ver figura 05). Resultados que muestra que la gran mayoría de los clientes encuestados manifiestan que los vehículos que poseen las empresas de transportes no son modernos, situación que perjudica a los clientes porque no les brindan confianza, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL que el 24.06% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas pues no cuentan con la tecnología para su buen funcionamiento. Al respecto (Gitomer, 2014) menciona que los elementos tangibles ayudan a expresar el valor de su propuesta de venta, son una manera importante que se tienen para informar a los clientes y ayudarlos a evaluar la calidad del ofrecimiento de la empresa.
- El 58.42% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces tienen la apariencia pulcra (Ver figura 06). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que el vehículo que se transportan a

veces se encuentran sucios y no tienen apariencia pulcra, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 38.35% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la apariencia pulcra. Al respecto Weil, (2003) menciona que todo los clientes esperan viajar en un ambiente limpio que vislumbre la apariencia pulcra que es lo más importante para sentirse cómodos y satisfechos, dando garantía al servicio que ofrecen.

- El 53.26% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera)son visualmente atractivos (Ver figura 07). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que en algunas ocasiones (feriados) los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 39.85% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a los materiales visualmente atractivos, no tienen la publicidad adecuada. Al respecto (Etzel, 2009) menciona que es la herramienta más efectiva los elementos materiales y que sean visualmente atractivas ya que permitirá el conocimiento y la elección de un servicio, en particular cuando se trata de generar preferencias por parte de los clientes.

Dimensión 02: Fiabilidad

- El 98.91 % de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que casi siempre concluyen el servicio en el tiempo prometido (Ver figura 08). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que casi siempre concluyen el servicio en el tiempo prometido pero no en su totalidad porque vez en cuando se presentan circunstancias como fallas mecánicas generando incumplimiento, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 29.32% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto el tiempo de servicio en el tiempo prometido generando molestias en los clientes. Al respecto Silva, (2009) menciona que es importante el cumplimiento del tiempo y así generar mayor confianza y seguridad a los clientes con los servicios que se ofrece.
- El 58.42% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que casi siempre realizan bien el servicio a la primera vez (Ver figura 09). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que casi siempre realizan bien el servicio a la primera vez porque empiezan con el entusiasmo de hacer bien las cosas, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.81% de los clientes mencionan que están desacuerdo porque no realizan tan bien el servicio a la primera vez

porque desconocimiento. Al respecto Méndez, (2009) menciona que la fiabilidad es la capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente desde la primera vez.

- El 44.02% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces cuando el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo (Ver figura 10). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que cuando se pierde sus pertenencias dentro del vehículo las empresas no se responsabilizan y no muestran interés en solucionarlo, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.81% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto al sincero interés en solucionar los reclamos ya que los empleados no están capacitados y no brindan un buen servicio. Al respecto Carrión, (2015) menciona que las brechas de la dimensión de la confiabilidad establecidas no se consideran altas sin embargo se debe prestar mayor atención si el cliente tiene un problema con los establecimiento, se debe mostrar un real interés por resolverlos.
- El 71.47% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces la empresa de transportes insisten en mantener registros exentos de errores (Ver figura 11). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que en algunas ocasiones no hay ese interés en mantener

registros exentos de errores, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.81% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la entrega de servicios con la menor cantidad de errores no están capacitados para dar un buen servicio. Al respecto Fernández, (2008) menciona que el resultado fiable de los servicios son la expectativa de un cliente y significa que el servicio va a realizarse oportunamente, del mejor modo y sin errores.

Dimensión 03: Capacidad de respuesta

- El 52.99% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces la empresa de transporte donde acuden los empleados vez en cuando están dispuesto ayudarle (Ver figura 12). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que no siempre están dispuestos a ayudar porque cuando se le pide alguna información vía telefónica no responden, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.81% de los clientes mencionan que están de acuerdo respecto a la disposición de ayuda por parte de los empleados porque hay muy pocos empleados que tienen disposición de apoyar al cliente cuando lo necesite. Al respecto Peláez, (2014) menciona que los clientes valoraron ciertos atributos como la paciencia, explicada como la actitud para atender llamadas y resolver dudas en cualquier momento.

- El 53.53% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces la empresa de transporte donde acuden los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes (Ver figura 13). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que vez en cuando ofrecen un servicio rápido a sus clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.06% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto al nivel de rapidez del servicio porque los empleados no están tan atentos cuando llegan un cliente. Al respecto Quijano, (2004) menciona que la calidad de servicios es el cumplimiento de los compromiso ofrecido por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo (esperado por los clientes) y calidad (condiciones pactadas).
- El 50.28% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces la empresa donde acuden están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes (Ver figura 14). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que cuando preguntas o pides un favor no nos hacen caso porque están ocupados para responder las preguntas de los clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.81% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la disposición para responder preguntas porque los empleados no tienen conocimiento . Al respecto Domínguez, (2006) menciona para que un

cliente se fideliza a un servicio, se requiere la presencia de un valor agregado un buen servicio, o dicho de otra forma, que exista calidad en el servicio

Dimensión 04: Seguridad

- El 57.06% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes (Ver figura 15). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que a veces tienen conocimiento para responder las preguntas de los clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 23.31% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la atención porque hay ocasiones que tienen dificultades para responder las preguntas de los clientes. Al respecto Méndez, (2009) menciona que la capacidad de respuesta por la disposición de atender y dar un buen servicio. Los clientes cada vez son exigentes en ese sentido quieren que las atiendan sin esperar.
- El 77,44 % de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces la empresa donde acuden se preocupa por los mejores intereses de sus clientes (Ver figura 16). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que vez en cuando pero no siempre se preocupan por los mejores intereses de sus clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 27.07% de los clientes mencionan que están

desacuerdo respecto a la preocupación por los mejores intereses de sus clientes ya que no siempre muestran la sincera preocupación. Al respecto Peláez, (2014) menciona que los clientes valoraron ciertos atributos, entre ellos actitud de servicio, disposición y el interés que tiene la empresa para ayudar a resolver dudas.

- El 71.20% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces el comportamiento de empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes (Ver figura 17). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que no se preocupan en transmitir confianza los empleados porque muestran actitudes soberbias, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 27.07% de los clientes mencionan que están desacuerdo porque la mayoría de los clientes no sienten una atención bondadosa de parte de los empleados. Al respecto Fernández, (2008) menciona que seguridad trata sobre el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad de transmitir confianza. Incluye las características siguientes: competencia para realizar el servicio, educación y respeto al cliente, comunicación efectiva con el cliente y actitud general de que el servidor tiene los mejores intereses del cliente en su corazón.
- El 73.10% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces los clientes de las empresas se sientan seguros en sus transacciones con la organización (Ver figura 18). De

estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que no toman importancia respecto a los seguros en las transacciones con la organización debido que hoy en día existe mucha delincuencia, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 27.07% de los clientes mencionan que están desacuerdo en hacer uso de los servicios en los establecimientos ya que con muchos antecedentes de robo no confían en ellos. Al respecto Méndez, (2009) menciona que los clientes deben percibir que los servicios que se le brinda son seguros, que no existen peligros ni dudas sobre la bondad de las prestaciones y así deben mostrar un servicio de calidad.

Dimensión 05: Empatía

- El 64.13% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que nunca la empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes (Ver figura 19). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que no toman importancia en ofrecer atención personalizada a sus clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 21.80% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a una sincera preocupación por los intereses de los clientes, pues mucho de ellos no se han sentido protegidos al momento de tener problemas. Al respecto Weil, (2009) menciona que los clientes de hoy ya no buscan servicios de buena calidad y bajos precios, sino también que se les brinde

una buena atención, que se les trate con amabilidad, que se les haga sentir valorados e importantes.

- El 47.82% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que a veces en la empresa los empleados son amables con los clientes (Ver figura 20). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que no toman importancia en la amabilidad a los clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 22.56% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a que los clientes no son tan amables al momento de brindar el servicio. Al respecto (Méndez, 2009) menciona que deben ofrecer amabilidad a los clientes, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización.
- El 82.60 % de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que nunca las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes (Ver figura 21). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que nunca tienen horarios convenientes para todo sus clientes, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 24.07% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a los horarios de trabajo convenientes para todo sus clientes en muchas ocasiones no tienen horarios muy convenientes que satisfagan al cliente. Al

respecto Méndez, (2009) menciona que debemos ponernos en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente ocupar el lugar del cliente en cuanto al tiempo el cual es valioso para él y así conocer a fondo sus necesidades.

- El 54.35% de los clientes encuestados del rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre, señalan que nunca los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes (Ver figura 22). De estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los clientes encuestados consideran que los empleados les tratan mal a sus clientes no muestra su comprensión a las necesidades específicas, contrasta con los datos obtenidos por Oropeza, (2015) en su investigación sobre calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL señala que el 23.07% de los clientes mencionan que están desacuerdo respecto a la comprensión de la necesidades de los clientes ya que en muchas ocasiones no se encuentra el pedido adecuado generando molestias a los clientes. Al respecto Fernández, (2008) menciona que lo primero que debemos hacer es satisfacer la necesidades a los clientes siendo amables, corteses y cordiales en todo momento y bajo cualquier circunstancia con todos y cada uno de nuestros clientes y así brindarles un servicio de calidad.

V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Las principales características de la gestión de la calidad bajo el modelo de SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro otros tipos de transportes vía terrestre del distrito de Chiquian, son las siguientes: los clientes perciben que en muchas de los elementos esenciales en el desarrollo del servicio no se realizan adecuadamente en los elementos tangibles, falta de fiabilidad, desinterés en la capacidad de respuesta, alto porcentaje de deficiencia en seguridad y empatía. Por lo que se observa que existe una deficiente gestión de calidad de servicio en las MYPE estudiadas debido a que prevalece gran despreocupación por los clientes.

Las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas de rubro transportes vía terrestre determinados son: El 32.90% tienen entre 46 a más años de edad, son masculinos y con estudios superior no universitario. Los clientes no solo van en busca de un buen servicio sino va en busca del cumplimiento y así sentirse cómodos y satisfechos pero dentro de la investigación realizadas manifiestas sus insatisfacciones por parte de las empresas de transporte vía terrestre.

Las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL se basaron en los resultados obtenidos de la encuesta realizada nos muestran los mobiliarios, equipos y herramientas en su totalidad no son modernos, así como las instalaciones físicas no son visualmente atractivas porque las empresas de transporte no cuentan con un local bien implementado.

5.2. Recomendaciones

Dentro de las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro otros tipos de transporte vía terrestre deben tener en cuenta que los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía y la seguridad son muy importantes para brindar un buen servicio de calidad y así los clientes se sientan satisfechos y cómodos con el servicio que se le brinda.

Las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro transportes vía terrestre deben tomar una buena estrategia de mejora continua y así generar un servicio de calidad obteniendo la satisfacción de sus clientes.

Las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL se deben basar en los resultados obtenidos y así tomar una buena decisión de mejorar sus equipos y herramientas, las instalaciones físicas que sean visualmente atractivas.

Referencias bibliográficas

- Andina. (2013). Mas de 1200 MYPE se sumarian a cadena exportadora este año. Recuperado el 20/01/2015: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-mas-1200-MYPE-se-sumarian-a-cadena-exportadora-este-ano-447090.aspx>
- Append. (2007). Estudio de Calidad de Servicio del Área de Fitness y Salud del CDM José Garcés.
- Aspilcueta, J. (2012). MYPE en el Perú.
- Avila, H. (2011). Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en instituciones de salud del callao. Recuperado el 12/05/2016: http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales
- Carrete, L., López, S., Trujillo, A., & Vera, J. (2011). Servir con calidad en México.
- Chávez, P., Ramos, W., & Galarza, C. (2006). Nivel de satisfacción del usuario en los consultorios externos de dermatología del hospital nacional Dos de Mayo, Diciembre 2006.
- COBECA. (2010). Historia de la organización: misión, visión, valores y políticas organizacionales.
- Cot, C., Miralles, L. (2014). Servicios básicos de floristería y atención al público.
- Duque oliva, E. (2009). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Recuperado el 22/02/2015, de Revistas UNAL.
- El analista. (2014). MYPE, inclusión y desarrollo en el Perú. Recuperado el 20/04/2016: <http://www.elanalista.com/?q=node/195>
- Fernández, E. (2008). Iniciación a los negocios para ingenieros, aspectos funcionales.
- Garde, J. (2008). La agencia estatal de evaluación de la calidad de los servicios y de las políticas publicas. Recuperado el 22/04/2016:
- Gosso, F. (2010). Hiper satisfacción del cliente.
- Juran, Joseph Moses (1999). Quality Control Handbook, New York, New York: McGraw-Hill.
- López, J. (2009). Planificar la formación con calidad.

- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2009). Introducción a la gestión de la calidad.
- Ongallo, C. (2014). La atención al cliente y el servicio postventa.
- Riba, C. (2007). Diseño concurrente.
- Sánchez, B. (2008). Las MYPE en Perú, su importancia y propuesta tributaria.
- Silva, R. (2009). Calidad en el servicio al cliente.
- SUNAT. (2014). Definición de la Micro y Pequeña Empresa.
- Van Hoof, B., & Gómez Samper, H. (2011). Para pymes de avanzada.
- Viciano, A. (2014). Organización de procesos de venta.
- Vigil, Y. (2008). Formación, crecimiento y proyección de las MYPE.
- Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeón, J., Espinoza, L., Granda, J., & Vega, L. (2010). Modelo Tecnológico de Integración de Servicios de la MYPE peruana. Lima Perú: Universidad Esan.
- Zeithaml, V., Parazuraman, A., & Berry, L. (2007). Calidad Total en la Gestión de Servicios. Madrid, España: Diaz de Santos.

Anexos

Anexo N° 01: Reporte de las MYPE del sector servicios rubro otros tipos de transporte regional vía terrestre del distrito de Chiquián.

N°	Nombre Comercial MYPE	RUC	Dirección	N° de Clientes
01	Empresa de transportes turismo Nazario S.R.L.	20531072490	Av. Tarapacá	1000
02	Transporte y comercio Jesús S.R.L	20530987974	Jr. Francisco Bolognesi	1500
03	Empresa de transporte y servicios múltiples el Rápido E.I.R.L	20534155639	Av. 28 de Julio	1500
Total				4000

Población: 4000,000 clientes de la Mype del sector servicios rubro otros tipos de transporte vía terrestre.

Muestra: 368 clientes de la Mype del sector servicios rubro otros tipos de transporte vía terrestre.

Fuente: SUNAT – Huaraz – Mesa de partes, 2016.

Anexo N° 02: Encuesta

Modelo de encuesta validada



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO Y METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN - CADI**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS MYPE DEL
RUBRO OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGIONAL VÍA
TERRESTRE EN EL DISTRITO DE CHIQUIÁN, 2016**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL
MODELO SERVQUAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS - RUBRO OTROS TIPOS DE TRANSPORTE
REGIONAL VÍA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE CHIQUIÁN, 2016**

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

INSTRUCCIONES: Con una (x) indique su grado de Nunca (1) Siempre (5) en la siguiente escala

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
----------------------	---------------------------	------------------------	-----------------------------	------------------------

DATOS GENERALES	
1. Edad años cumplidos	3. Grado de Instrucción a. Primaria (completo)(incompleto) b. Secundaria (completa)(incompleto) c. Sup. No Universitario (completo)(incompleto) d. Sup. (completo)(incompleto)
2. Sexo a. Masculino b. Femenino	

DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL MODELO SERVQUAL		-				+
1) Elementos Tangibles						
01	Las instalaciones físicas de la empresa de transporte que Usted acude son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
02	Las empresas tienen equipos de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
03	Los empleados que laboran tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
04	En una empresa de transporte los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
2) Fiabilidad						
05	Las empresas de transportes concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
06	Las empresas realizan bien el servicio a la primera vez.	1	2	3	4	5
07	Cuándo el cliente tiene un problema, las empresas muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
08	Las empresas de transportes insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
3) Capacidad de Respuesta						
09	En la empresa de transporte donde usted acude los empleados siempre está dispuesto a ayudarle.	1	2	3	4	5
10	En una empresa de transporte donde usted acude los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
11	En la empresa donde usted acude nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5
4) Seguridad						
12	Los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5
13	En la empresa donde usted acude se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los empleados de las empresas de transporte transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
15	Los clientes de las empresas se sienten seguros en sus transacciones con la organización.	1	2	3	4	5
5) Empatía						
16	La empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5
17	En la empresa los empleados son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5

18	Las empresas de transporte tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	1	2	3	4	5
19	Los empleados de las empresas de transporte comprenden las necesidades específicas de sus clientes	1	2	3	4	5

: Evidencia de validación del cuestionario

El cuestionario para el presente estudio fue validado por el autor Ríos (2011) en su tesis titulado “SERVQUAL: Evaluación de la calidad en el servicio en las áreas de catastro e ingresos del h. ayuntamiento de Cajeme” link: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/consultoria/servqual.pdf> quien realizo un cuestionario aplicado a las áreas de catastro ciudad de Obregón, Sonora - México para lo cual se adjunta la siguiente evidencia.