



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE  
LAS MYPES DE TRANSPORTE PÚBLICO – URBANO,  
PIURA 2018.

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

AUTORA:

JUAREZ HERRERA DIANA CAROLINA

ORCID: 0000-0003-4259.4348

ASESOR:

PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA:**

Juarez Herrera, Diana Carolina

ORCID: 0000-0003-4259-4348

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

### **ASESOR:**

Mgtr. Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID: 0000-0002-5394-1037

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

### **JURADO**

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Mg. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Mgtr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

## **FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

---

Mgr. Maritza Zelideth  
Chumacero Ancajima

Miembro

---

Mgr. Iván Arturo Guzmán  
Castro

Miembro

---

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

---

Mgr. Héctor Yván Pelaez Camacho

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

**A Dios**, por el mejor regalo que puede haber, la vida, así mismo agradecerle haber puesto en mi camino a todos los docentes que han podido enseñarme muchas cosas.

**A mis padres y hermanas**, ya que sin su apoyo jamás hubiera no estuviera hoy aquí, **a mis docentes tutores**, y demás **docentes de la ULADECH**, que han aportado sus conocimientos con el fin de mejorar la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

Quiero aprovechar estos espacios en blanco para dedicar el presente trabajo de investigación, primeramente, a Dios, que es quien quia con amor la felicidad del mundo, y permitió conocer a dos grandes y maravillosas personas, Miguel Rafael Juarez Cango, Celi Herrera Huamán, mis padres, los grandes amores de mi vida, que agracias a ellos, es lo que soy, también agradecer a mis hermanas y demás familiares, por todo el apoyo que siempre me dan.

A mi Asesor de tesis, y a todos aquellos docentes que me han apoyado, y guiado para que la tesis la pueda culminar de excelente manera.

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general “Identificar cuál es la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE de transporte público – urbano, Piura 2019”, se utilizó un método cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, cohorte transversal. Se utilizó la encuesta y se aplicó un cuestionario dirigido a 6 gerentes, 216 trabajadores y 383 usuarios, para el procesamiento y análisis de datos se utilizó el programa Excel y Word. Como principales conclusiones con respecto a la gestión de calidad: la mayoría de unidades tienen apariencia moderna, no generan seguridad; cumplen con su recorrido, no buscan satisfacer la necesidad de transporte, la mayoría no busca dar soluciones rápidas; en su totalidad todos conocen los objetivos de la empresa y en su mayoría guardan relación con los objetivos de calidad, en su totalidad saben qué hacer en su trabajo, la mayoría ha recibido capacitaciones, cuentan con documentos de monitoreo y control. Con respecto a la atención al cliente la mayoría de trabajadores cuentan con conocimientos para la solución de problemas, los usuarios no reciben respuestas rápidas, en su totalidad las MYPE brindan entrenamientos sobre atención al cliente, la mayoría de usuarios no recibe explicaciones sobre los incumplimientos, no han sido víctimas de discriminación, pocos reciben trato amable y todos han implementado la tecnología; la mayoría de usuarios utilizarían el servicio, en su totalidad los propietarios pueden asegurar la rentabilidad de su negocio, la mayoría de usuarios comunica su experiencia con el servicio, y además lograrían incrementar el valor del mismo.

**Palabras clave:** Atención al cliente, Calidad, MYPE, Transporte urbano.

## **ABSTRACT**

The present study had the general objective of "Identifying the quality management and customer service of the public transport MSEs - urban, Piura 2019", a quantitative method, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional cohort was used. The survey was used and a questionnaire was applied to 6 managers, 216 workers and 383 users, for the data processing and analysis the Excel and Word program was used. As main conclusions regarding quality management: most units have a modern appearance, do not generate security; they fulfill their journey, they do not seek to satisfy the need for transportation, most do not seek to provide quick solutions; in their entirety, everyone knows the objectives of the company and most of them are related to the quality objectives, in their entirety they know what to do in their work, most have received training, they have monitoring and control documents. Regarding customer service, the majority of workers have knowledge to solve problems, users do not receive quick answers, in their entirety the MYPE provide training on customer service, most users do not receive explanations about non-compliance, they have not been victims of discrimination, few receive kind treatment and all have implemented the technology; the majority of users would use the service, in its entirety the owners can ensure the profitability of their business, the majority of users communicate their experience with the service, and they would also be able to increase its value.

**Key words:** Customer service, Quality, MYPE, Urban transport.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>III</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>IV</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VI</b>
<b>LISTA DE TABLAS.....</b>	<b>IX</b>
<b>LISTA DE GRÁFICOS.....</b>	<b>XI</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....</b>	<b>10</b>
2.1. ANTECEDENTES.....	10
2.1.1. <i>Variable Gestión de Calidad</i> .....	10
2.1.2. <i>Variable Atención al Cliente</i> .....	15
2.2. BASES TEÓRICAS.....	21
2.2.1. <i>Gestión de Calidad</i> .....	21
2.2.2. <i>Atención al Cliente</i> .....	29
<b>III. HIPÓTESIS.....</b>	<b>36</b>
<b>IV. METODOLOGÍA.....</b>	<b>37</b>
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	38
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	45
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	47



4.5. PLAN DE ANÁLISIS .....	48
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	49
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS .....	50
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>51</b>
5.1. RESULTADOS.....	51
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	100
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>123</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>126</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>135</b>
CUESTIONARIO .....	138
EVIDENCIAS.....	145

## LISTA DE TABLAS

<i>Tabla I. Relación de MYPE</i> .....	39
<i>Tabla II. Relación de la población INEI 2017</i> .....	40
<i>Tabla III. Estratificación de la muestra - Fuente: Trabajadores</i> .....	42
<i>Tabla IV. Operacionalización de la variable - gestión de calidad</i> .....	45
<i>Tabla V. Operacionalización de la variable - Atención al cliente</i> .....	46
<i>Tabla VI. Matriz de consistencia</i> .....	49
<i>Tabla VII. Características Generales - Gerente</i> .....	51
<i>Tabla VIII. Características Generales - Trabajador</i> .....	52
<i>Tabla IX. Características Generales - Usuarios</i> .....	53
<i>Tabla X. Apariencia moderna</i> .....	54
<i>Tabla XI. Se siente seguro</i> .....	55
<i>Tabla XII. Servicio adecuado</i> .....	56
<i>Tabla XIII. Cumple con su recorrido</i> .....	57
<i>Tabla XIV. Busca cubrir su necesidad</i> .....	58
<i>Tabla XV. Servicios superando sus expectativas</i> .....	59
<i>Tabla XVI. Servicio con calidez</i> .....	60
<i>Tabla XVII. Servicio en el tiempo prometido</i> .....	61
<i>Tabla XVIII. Buen trato al cliente</i> .....	62
<i>Tabla XIX. Solución rápida</i> .....	63
<i>Tabla XX. Servicio de calidad</i> .....	64
<i>Tabla XXI. Objetivos organizacionales</i> .....	65
<i>Tabla XXII. Objetivos de la empresa</i> .....	66
<i>Tabla XXIII. Objetivos del sistema de calidad</i> .....	67
<i>Tabla XXIV. Conocimientos</i> .....	68
<i>Tabla XXV. Capacitación</i> .....	69
<i>Tabla XXVI. Calidad del servicio</i> .....	70
<i>Tabla XXVII. Sistema de gestión de calidad</i> .....	71
<i>Tabla XXVIII. Empresas de mayor calidad</i> .....	72
<i>Tabla XXIX. Personal idóneo</i> .....	73
<i>Tabla XXX. Documentos de monitoreo y de control</i> .....	74

<i>Tabla XXXI. Identificar problemas.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla XXXII. Encuestas de calidad .....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla XXXIII. Fallas del servicio .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla XXXIV. Conocimiento suficiente .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla XXXV. Servicio de transporte.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla XXXVI. Le brindan entrenamientos.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla XXXVII. Estabilidad laboral .....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla XXXVIII. Se le informa el motivo .....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla XXXIX. Medios o instrumentos adecuados .....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla XL. Libre de tomar decisiones.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla XLI. Víctima de discriminación.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla XLII. Trato amable .....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla XLIII. Ha visitado las instalaciones .....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla XLIV. Tecnología.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla XLV. Experiencia con un servicio .....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla XLVI. Atención de calidad al cliente .....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla XLVII. Comunica a sus allegados .....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla XLVIII. Valora del servicio .....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla XLIX. Ofreciendo un buen servicio .....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla L. Servicio de calidad al cliente .....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla LI. Le generaría confianza .....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla LII. Lealtad de los clientes .....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla LIII. Trabajadores satisfechos.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla LIV. Motivación para desempeñar su trabajo.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla LV. Brindan un servicio de calidad.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla LVI. Matriz de preguntas.....</i>	<i>154</i>
<i>Tabla LVII. Libro de Códigos.....</i>	<i>156</i>

## LISTA DE GRÁFICOS

<i>Ilustración 1. ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna? .....</i>	<i>54</i>
<i>Ilustración 2. ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano? .....</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 3. ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?.....</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 4. ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?.....</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 5. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?.....</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 6. ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas? .....</i>	<i>59</i>
<i>Ilustración 7. ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?.....</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 8. ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio? 61</i>	
<i>Ilustración 9. ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 10. ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad? .....</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 11. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?.....</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 12. ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales? .....</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 13. ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja? .....</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración 14. ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 15. ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo? .....</i>	<i>68</i>
<i>Ilustración 16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo? .....</i>	<i>69</i>

<i>Ilustración 17. ¿Considera que las forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 18. ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional? .....</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 19. ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?.....</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 20. ¿Considera que las empresas de transporte urbano cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan? .....</i>	<i>73</i>
<i>Ilustración 21. ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control? .....</i>	<i>74</i>
<i>Ilustración 22. ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas? .....</i>	<i>75</i>
<i>Ilustración 23. ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido? .....</i>	<i>76</i>
<i>Ilustración 24. ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?.....</i>	<i>77</i>
<i>Ilustración 25. ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo? .....</i>	<i>78</i>
<i>Ilustración 26. ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta? .....</i>	<i>79</i>
<i>Ilustración 27. ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre cómo atender al cliente?.....</i>	<i>80</i>
<i>Ilustración 28. ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores? .....</i>	<i>81</i>
<i>Ilustración 29. ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo? .....</i>	<i>82</i>
<i>Ilustración 30. ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?.....</i>	<i>83</i>
<i>Ilustración 31. ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita? .....</i>	<i>84</i>

<i>Ilustración 32. ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?.....</i>	<i>85</i>
<i>Ilustración 33. ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes? .....</i>	<i>86</i>
<i>Ilustración 34. ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas? .....</i>	<i>87</i>
<i>Ilustración 35. ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE? ...</i>	<i>88</i>
<i>Ilustración 36. ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?89</i>	
<i>Ilustración 37. ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio? .....</i>	<i>90</i>
<i>Ilustración 38. ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio? .....</i>	<i>91</i>
<i>Ilustración 39. ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio? .....</i>	<i>92</i>
<i>Ilustración 40. ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente? .....</i>	<i>93</i>
<i>Ilustración 41. ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio? .....</i>	<i>94</i>
<i>Ilustración 42. ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza? .....</i>	<i>95</i>
<i>Ilustración 43. ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes? .....</i>	<i>96</i>
<i>Ilustración 44. ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen? .....</i>	<i>97</i>
<i>Ilustración 45. ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo? .....</i>	<i>98</i>
<i>Ilustración 46. ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente? .....</i>	<i>99</i>

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de tesis denominado “Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES de transporte público – Urbano, Piura 2018” el cual respondió a la línea de investigación denominada Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, fue destinada por la escuela profesional de administración con la finalidad de encontrar los problemas de gestión siendo el causante principal que las MYPES no logren un buen desarrollo empresarial.

Así mismo este trabajo de investigación intento dar a conocer que la gestión de calidad y atención al cliente tienen una gran importancia porque son la base fundamental para la supervivencia de las MYPE y de todas las organizaciones en general, el termino calidad hace referencia “a la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en la entrega, fallos durante el servicio, facturas incorrectas, cancelación de contratos de venta, etc.” (Delgado, 2015, párr. 4) Que esta a su vez permite obtener un alto nivel de competitividad en referencia a como es la atención al cliente. Como bien lo menciona Porter quien nos habla de cuatro elementos o fuerzas que combinadas constituye la rivalidad entre los competidores que es la quinta fuerza y la más poderosa en la sociedad, puesto que permite a las organizaciones crecer, innovar, utilizando estrategias de diferenciación con otras empresas, una de ellas es el enfoque que tiene en cuenta al cliente como base fundamental. Para determinar el enunciado del problema de esta investigación, se realizó un análisis tanto interno como externo de las MYPE en estudio.

Para el análisis del **ámbito interno** se utilizó la cadena de valor que es una herramienta de análisis estratégico que ayuda a proporcionar un modelo de aplicación general que permite representar de manera sistemática las actividades de cualquier organización, ya sea aislada o que forme parte de una corporación (Peiró, 2019), todo ello para obtener ventajas competitivas para una organización.

Las empresas de transporte urbano en Piura cuentan con locales propios con infraestructura avanzada, así mismo cuentan con equipos tecnológicos destinados para el correcto funcionamiento de sus actividades, cuenta con paraderos formales, sus vehículos son de apariencia moderna, cómodos y atractivos a la visión del cliente. Además se pudo observar que las MYPE bajo estudio buscan ofrecer un servicio de buena calidad, brindando una buena atención al cliente, para lo cual la gran mayoría de estas, capacitan a su personal en materia de trabajo, lo que incluye enseñar en que consiste brindar el servicio de transporte de calidad y que cumpla con las expectativas del cliente, deseos y sobre todo satisfaga la necesidad de transporte urbano de las personas en el distrito de Piura, e incluso para brindar seguridad y comodidad de sus clientes las empresas de transporte mantienen un registro de los documentos de los buses y otros documentos tales como la licencia de conducir, SOAT, revisión técnica, y sobre todo siempre guiándose de la normatividad.

De tal manera que al adquirir el servicio de transporte encontramos elementos importantes para el servicio como lo son: los directivos, encargados de todo lo referente a las normas, representaciones legales, entre otros: luego están los trabajadores constituidos por los conductores encargados de conducir y manejar los vehículos con los cuales las empresas brindan el servicio, los cobradores o ayudantes encargados de recolectar el dinero pagado por los usuarios a cambio de su servicio de



transporte; y por ultimo están los pasajeros quienes son los que adquieren el servicio de transporte urbano, en Piura.

Estas empresas de transporte urbano en Piura brindan un servicio de transportación que consiste en pagar una tarifa establecida por las mismas empresas previamente, en convenio con la municipalidad de Piura, a cambio del servicio.

En el **ámbito externo** de las MYPE se encuentran todos aquellos factores externos, que están fuera del control de la MYPE, por lo que si se realiza un buen análisis se pueden identificar las amenazas para poder reducir el impacto que cause en ellas, así mismo permite detectar las oportunidades que el entorno externo ofrece para aprovecharlas al máximo. Betancourt (2018, párr.1) menciona que la herramienta PESTEL consiste en un “análisis descriptivo del entorno de la empresa. Cuando se habla del entorno o contexto de la empresa, se refieren a todos aquellos factores externos que son relevantes para la organización”, es por esa razón que su estudio se convierte en algo indispensable para crear estrategias a un corto, mediano o a largo tiempo.

En lo **político**: tiene como base el entorno de las MYPE y su vida política en los diferentes niveles territoriales es decir nacional, regional, local e internacional, en justificación a lo dicho anteriormente en Perú existe la ley MYPE cuya norma se creó por el gobierno peruano y que busca la promoción del desarrollo de las micro y pequeñas empresas que están bajo la denominación de MYPE, y se encarga además de regular el proceso de formalización. Hasta hoy en día dicha norma no ha tenido ninguna variación.

En lo **económico**: Parodi (2019) menciona que del total de la población económicamente activa el 53.8% pertenece a la PEA, el 42.3% pertenece al grupo de subempleada y el 4% se encuentra en situación de desempleo, cabe resaltar la cantidad de ciudadanos sin empleo está constituido en su mayoría por mujeres con 219,600 y en hombres con 201,300. Por otro lado, Velarde (2019) afirmó que el país seguirá siendo uno de los países con óptimo crecimiento del producto bruto interno de 2.7%. Además, la economía del País logrará un crecimiento de 4% en el año 2019 y 2020, sin embargo, la inflación estará a un aproximado del 2% en el año 2019, según afirmó Valverde. Afirmación que se contrasta con el alza de precio del petróleo puesto que es un aspecto sumamente importante para la realización del servicio de transporte, ya que afecta económicamente a las empresas que cuentan con buses categoría M3 cuyo combustible es el petróleo y cada galón aproximadamente está en S/. 13.69, y aproximadamente utilizan diario 11 galones de petróleo.

En lo **social**: en este ámbito es imprescindible mencionar que en Piura aproximadamente existe una cifra de personas que trabajan, alumnos estudiantes ya sea en carreras técnicas, profesionales e incluso estudiantes de educación básica porque se hace mención a esto, porque aquellas personas son las que hacen uso del servicio de transporte urbano en Piura, es por ello que el estilo de vida es muy importante pues es gente que su ingreso se encuentra delimitado por el sueldo mínimo vital, puesto el aproximado de edad de los clientes son de 5 años hasta 65 años aproximadamente, se cogió ese intervalo porque existen alumnos del nivel primario que utilizan el servicio de transporte y claro está de los adultos mayores hasta los 65 años.

En lo **tecnológico**: en este aspecto las empresas por ser de transporte urbano solo ofrecen un servicio, para ello utiliza la tecnología para mejorar la experiencia del cliente utilizando el servicio, para ello la gran mayoría de estas empresas ya han implementado números telefónicos para que los clientes hagan sus quejas respectivas sobre el servicio o mal comportamiento de sus trabajadores.

En lo **ecológico**: en lo que es el aspecto ambiental las empresas de transporte urbano aún están muy poco comprometidas con el cuidado del medio ambiente puesto que aun encontramos en las calles a buses que no están en muy buenas condiciones, el humo de los carros que contamina el medio ambiente.

En lo **legal**: en este aspecto se tiene que las MYPE de Piura están constituidas formalmente, cuenta con RUC y además cuentan con el respaldo del Plan Regulador de Rutas con el cual les permite trabajar libremente, e incluso ya hay empresas de este rubro que cuentan con un permiso de circulación, cabe resaltar que no todas las empresas cuentan con dicho permiso pues el área de transporte se encuentra en una serie de investigaciones por supuestos actos ilícitos por parte de sus autoridades, con lo cual se ha retrasado la legalidad de todo ello.

Así mismo para realizar el **entorno externo** se utilizó otra herramienta, las 5 fuerzas de Porter que es un patrón de estudio de competitividad de un negocio, y lo define como un “modelo que considera 5 fuerzas que pueden determinar la posición de cualquier empresa en su respectivo mercado” (Moraes, 2018, párr. 1).

**Rivalidad entre competidores:** en el sector urbano en Piura, para efectos de esta investigación solo se han considerado 6 empresas de transporte, que políticas de las distintas empresas de transporte concesionarias no accedieron a ser parte de esta investigación, todas estas empresas tienen rutas definidas y son distintas, pero coinciden en el centro y mercado de Piura, la tarifa de pasajes ya está definida, acuerdo que fue tomado entre la empresa y la municipalidad de Piura.

**Poder de negociación de los proveedores:** las empresas de lo que más requieren son los vehículos y para tal efecto recurren a lo que son los bancos a través de financiamiento para dicha compra, lo cual antes de adquirir un vehículo estos disponen de dinero, y en Piura existe un gran número de empresas que venden buses categoría M3, hay de varios precios y modelos, eso ya depende de lo que la empresa está buscando, por lo cual el poder de negociación lo tiene la misma empresa de transporte.

**Poder de negociación de los clientes:** bueno en este caso el poder de negociación de los clientes y las empresas es equilibrado, puesto que es una sola tarifa establecida, y depende de la ruta de donde quiera ir el cliente, si quiere ir cómodo y sentado.

**Amenaza de nuevos competidores:** bueno en este caso las empresas no presentan una amenaza por ahora en referencia de la aparición de nuevas empresas, puesto que existe una ley que determina que para crear una empresa se necesita una cantidad de dinero en efectivo como patrimonio de la empresa, adicional a los bienes que esta debe poseer, e incluso si se creara una no podría prestar el servicio de transporte pues no cuenta con permiso de circulación, lo cual será sancionado con una UIT de S/.

4, 200, sin embargo, para el 2023 estas empresas deben estar gestionando para la nueva licitación que se realizara.

**Amenaza de nuevos productos o servicio:** en referente a lo que es el servicio de transporte urbano en Piura, si tiene lo que son los servicios y productos sustitutos, están las motos lineales que ahora también brindan el servicio de transporte, sin embargo, la tarifa la ponen ellos, más no los clientes, también están los automóviles y el colectivo y el taxi que en el cual el ultimo ya está su precio establecido.

Por todo lo mencionado anteriormente se observó que, con relación a las variables de estudio, las MYPE mostraron una escasez total, puesto que existen MYPE en el rubro transporte público – urbano, Piura 2019 en las cuales la alta dirección no cuentan con la información necesaria, no actualizan en sus metodologías estratégicas de competencia de mercado referentes a la actualidad en Piura, sobre la realidad de su organización y no han desarrollan estrategias que les permitan una mejora continua, por lo ya dicho anteriormente esta investigación se realizó con el fin de describir cual es la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019.

El presente proyecto de investigación es de gran relevancia puesto que brinda información necesaria y adecuada, que permite describir detalladamente la situación real de las MYPE de transporte público – urbano en Piura, obtener un grado de satisfacción del cliente referente a la gestión de calidad de ellas, para así la organización pueda alcanzar sus objetivos. Porque mediante la elaboración y aplicación de estrategias que buscan dirigir la buena calidad en los servicios que prestan las MYPE, de ello dependerá el nivel de satisfacción que logre y el

mejoramiento de su productividad y la manera como se desarrolla en el mercado y hace frente ante la competitividad o rival directo ofreciendo un valor agregado a un servicio que les permita diferenciarse del resto.

Siendo la diferenciación hoy en día una de las formas de sobrevivencia que todas las MYPE, en el mundo empresarial deben recurrir, pero para alcanzar aquello se hace indispensable que las MYPE y toda aquella organización que quiere alcanzar esta meta debe acoger una gestión de calidad.

Por lo que el problema identificado fue: ¿Cuál es la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019?, para lo cual se planteó como objetivo general: Identificar cual es la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019.

Se tuvo como objetivos específicos los siguientes: a) Describir los determinantes de la calidad en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019, b) Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019, c) Determinar los principios de la atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019, d) Identificar las ventajas de la atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano en el distrito de Piura, 2019.

Esta investigación presenta una justificación teórica (Meneses, 2016), porque permitió generar un aporte en el conocimiento de los propietarios referente a las dos variables en estudio dentro de las MYPE de transporte público – urbano, para proporcionarles mejora y beneficios tanto para ellos como propietarios como para el

personal que trabaja en ellas. Así mismo beneficia a los estudiantes a familiarizarse con la investigación descriptiva.

Justificación práctica (Meneses, 2016), porque este estudio se realizó en base a la necesidad que existe de mejorar la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE de transporte público – urbano, donde se presentó un análisis de la problemática y las conclusiones.

Justificación metodológica (Meneses, 2016), porque esta investigación sirve como guía metodológica para los diversos investigadores que quieran realizar estudios similares con el rubro transporte público – urbano, en Piura y así mismo entre otros distritos, provincias o distintas partes del Perú. Por último, en el aspecto profesional este estudio se desarrolla bajo la normatividad vigente como requisitos para el grado de bachiller, según la ley universitaria.

En el presente estudio se realizó una investigación de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental y de cohorte transversal.

La investigación quedo delimitada desde la perspectiva:

- ❖ Temática: por la variable gestión de calidad y atención al cliente
- ❖ Psicográfica: microempresas rubro transporte público urbano de personas.
- ❖ Geográfica: las MYPE tienen rutas distintas y coinciden en el Mercado y Centro de Piura.
- ❖ Temporal: año 2019.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES**

#### **2.1.1. Variable Gestión de Calidad**

Morocho & Rodríguez (2019) en su investigación de título “Calidad del servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues” en la Universidad Politécnica Salesiana (Cuenca), su objetivo general fue determinar la calidad del servicio de transporte público urbano que se brinda en la ciudad de Azogues – Ecuador, empleo una metodología cuantitativa, descriptiva de diseño no experimental, utilizo como técnica la encuesta y su instrumento un cuestionario aplicado a 379 usuarios del transporte urbano.

Concluyo que existen deficiencias técnicas en algunos vehículos, en la accesibilidad para ingresar a las unidades de transporte, en la forma de conducción y trato que brindan los conductores, en el confort que brindan las paradas de buses, en la seguridad que proporciona este medio de transporte y el impacto ambiental que estos provocan con su funcionamiento, concluyo que existe la necesidad de plantear sugerencias para mejorar las deficiencias tanto técnicas como operativas detectadas.

Silvia & Torres (2017) en su investigación de título “Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de cuenca” en la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca (Ecuador), su objetivo general fue determinar los factores preponderantes de la calidad del transporte urbano de pasajeros, empleo una metodología cuantitativa, no experimental, como técnica la encuesta y su instrumento un cuestionario, para lo cual



se consideró una muestra aleatoria simple con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Concluyo que el uso masivo de los buses en la ciudad de Cuenca, se mantendrá por mucho tiempo, puesto que brindará a la población un sistema de transporte seguro, eficiente y funcional que atraiga no solo a la población de bajos recursos económicos por ser un sistema accesible, sino también a otros grupos sociales al comprobar los beneficios en calidad y tiempo que este sistema representa, para lo cual se plantearon recomendaciones para mejorar las deficiencias en el servicio.

Sánchez & Cerón (2014) en su investigación de título “Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 para la empresa Transportes A.R. S.A.S” en la Universidad tecnológica de Pereira (Colombia), su objetivo general fue documentar un sistema de gestión de calidad para la empresa “TRANSPORTES A.R. S.A.S bajo los parámetros de la norma ISO 9001:2015. A.R. S.A.S.”, empleo una metodología descriptiva a una muestra de todo el personal de la empresa TRANSPORTES AR S.A.S., desde la gerencia hasta el personal operativo, concluyo haciendo un diagnostico a la empresa transportes “TRANSPORTES A.R. S.A.S.”

Con lo que se logró identificar las debilidades y las fallas existentes que se corrigieron con la documentación del sistema de gestión de calidad, se recopiló la información existente en la compañía que sirvió como soporte en el Sistema de Gestión de la Calidad documentado. Además, se estableció el direccionamiento estratégico de la empresa “TRANSPORTES A.R. S.A.S. basándose en la norma ISO 9001:2015” para formular las finalidades y propósitos de la organización.

Romero (2018) en su investigación de título “Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre en el distrito de Callería, año 2017” en la Universidad Privada de Ucayali (Ucayali), su objetivo general fue describir las principales características del control interno de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre en el distrito de Callería, año 2017, empleo una metodología cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, se aplicó un cuestionario tipo COSO, la muestra fueron de 10 MYPES.

Concluyo que las MYPES cuentan con documentos normativos internos, el personal los conoce y los cumplen; también se promueve una administración de riesgo, se precisa que los recursos de la empresa están debidamente resguardados, el sistema de información es de calidad facilitando la toma de decisiones; asimismo, no se cumple con la gestión tecnológica, se transmite la gestión del conocimiento entre sus miembros, la empresa organiza actividades sobre el medio ambiente. Se precisa que, los componentes del control interno son la estructura del sistema y las funciones que desarrollan cada uno de ellos, están definidas, lo cual permite proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de los objetivos de control interno.

Gamarra & Delgado (2016) en su investigación de título “Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014”, en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, su objetivo general fue evaluar la calidad del servicio de transporte público en la ciudad del Cusco, desde el punto de vista del demandante, y modelar mediante una regresión logística, empleo una metodología diseño transversal descriptivo y diseño trasversal correlacionales – causa, muestra aleatoria

simple, como técnica la entrevista y su instrumento guía de preguntas, la encuesta y su instrumento el cuestionario.

Concluyen que los factores determinantes de la calidad del servicio de transporte público en la ciudad el Cusco, son la forma de manejo del conductor, el tiempo de viaje, trato y apariencia del conductor y el estado físico del automóvil, referente a la opinión de los encuestados el 38% de la población considera malo la prestación del servicio de transporte público urbano, mientras que el 59% de estos indica que la calidad de este servicio es regular y el 3% indica que este servicio es bueno.

Arevalo (2015) en su investigación de título “Gestión de calidad y formalización de las MYPES en el sector comercio - transportes terrestre ruta Pucallpa Aguaytía del distrito de Callería periodo 2015” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, su objetivo general fue determinar cuál es la relación que existe entre la Gestión de Calidad y la Formalización de las MYPES del sector comercio rubro empresas de transporte ruta Pucallpa - Aguaytía, período 2015, empleo una metodología de diseño no experimental y de nivel cualitativa, técnica la entrevista y su instrumento un cuestionario aplicado a 12 empresarios.

Se concluyo que el 67% de los empresarios utiliza mediciones de desempeño de los procesos de calidad, se encontró que el nivel de liderazgo por parte de los empresarios es muy loable para el éxito empresarial. Y se debe resaltar que los empresarios del rubro transportes terrestres muy poco les interesa las capacitaciones y por consiguiente dar un buen servicio al cliente, concluyo que la mayoría de las MYPES encuestadas no tienen un manejo adecuado de la gestión de calidad.

Tume (2019) en su investigación de título “Modificación del artículo 59,4 del D.S. N° 017–2009–MTC y su incidencia en el debido proceso para la formalización del transporte público en la Municipalidad Provincial de Piura, 2018” en la Universidad César Vallejo, su objetivo general fue analizar los fundamentos jurídicos normativos que permitan la modificación del artículo 59.4 del D.S. N° 017-2009-MTC, empleo una metodología de tipo descriptivo, método inductivo, explicativo, analítico y sintético, técnicas análisis documental, entrevista. Concluyo que la renovación de las tarjetas de circulación vehicular afecta negativamente la calidad de servicio en perjuicio del usuario y la seguridad de los peatones.

Bazán (2018) en su investigación de título “Propuesta de responsabilidad social empresarial Para orientar la imagen corporativa en la empresa Transportes montero S.A.C. Piura, 2018”, en la Universidad César Vallejo, su objetivo general fue elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para orientar la imagen corporativa en la empresa Transportes Montero S.A.C. Piura, 2018, empleo una metodología de tipo descriptiva, transversal, de diseño no experimental, técnicas se utilizó la encuesta, entrevista con su instrumento cuestionario.

Concluyo que la empresa de Transportes Montero S.A.C, está en un proceso de reflatamiento empresarial, pero que aún requiere de estrategias de responsabilidad social empresarial para lograr orientar una imagen corporativa adecuada, la cual le permita el posicionamiento empresarial en el mercado del transporte en Piura.

Cunya (2016) en su investigación de título “Capacidad directiva y su relación con la gestión empresarial de la empresa de transportes y servicios generales Mi Perú S.A, año 2016” en la Universidad César Vallejo (Piura), su objetivo general fue

determinar la relación que existe entre la Capacidad Directiva y la Gestión Empresarial en la Empresa de Transportes y Servicios Generales Mi Perú S.A, en el año 2016, empleo una metodología de diseño no experimental, de cohorte transversal, descriptiva-correlacional, técnicas se utilizó la encuesta y la observación. Concluyo que existe una relación entre capacidad directiva y gestión empresarial en la empresa de transportes y servicios generales Mi Perú S.A, donde a medida que se mejore la capacidad directiva, mejora la gestión empresarial.

### **2.1.2. Variable Atención al Cliente**

Suárez (2016) en su investigación de título “Desarrollo metodológico para orientar la operación del metro como medio de transporte urbano sostenible en Bogotá” en la Universidad Distrital Francisco José de caldas, su objetivo general fue proponer una estructura metodológica que permita orientar la operación del Metro como un medio de transporte urbano sostenible. Estudio de caso: Primera línea de Metro de Bogotá en el tramo San Victorino - Calle 100 (2018 - 2038), empleo una metodología el análisis multicriterio, diseño correlacional.

Concluyo que el escenario que debe ser apuntado por la Administración Distrital, es la hipótesis de SITP Completo (Con metro) debido a que es la propuesta que permite la correcta planificación y desarrollo de la ciudad de la manera más eficiente, con la construcción de nuevos nodos de trabajo, vivienda y equipamiento alrededor a los ejes viales principales construidos con el Metro, permitiendo así, viajes más cortos que incentiven la movilización de las personas en medios de transporte no motorizados o en transporte público con tecnología de punta, y disminuya a su vez los trayectos realizados en vehículos particulares.

Bedoya & Marín (2015) en su investigación de título “Plan estratégico para la integración de las organizaciones del sureste Antioqueño en la Unificación de la Taquilla de las empresas de servicio público de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera” en la Universidad Minuto de Dios (Medellín), su objetivo general fue diseñar un plan estratégico que permita la integración de las organizaciones del sureste Antioqueño en la Unificación de la Taquilla de las empresas de servicio público de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera, generando cobertura, confianza y accesibilidad en el servicio para los usuarios, empleó una metodología de enfoque cualitativo, de tipo exploratoria, de diseño descriptiva-correlacional, técnicas de entrevistas semiestructuradas, análisis documental y las encuestas.

Concluyo que los beneficios de implementar el plan estratégico son para los empresarios como para los usuarios mismos, puesto que la implementación y utilización de la taquilla unificada supera los posibles inconvenientes que pudieran presentarse en relación a mejoras en la calidad del servicio, comodidad, variedad de horarios, frecuencia de despachos, transbordos, seguridad, control de la operación, reducción de costos operacionales, mejor planeación, unificación de tarifas, entre otros.

Cendales (2014) en su investigación de título “El impacto funcional del sistema de transporte urbano masivo en la estructura urbana de la ciudad de Bogotá. Caso de estudio avenida Caracas entre las estaciones calle 45 y calle 76”, en la Pontificia Universidad Javeriana, su objetivo general fue identificar el impacto funcional generado por la presencia de un corredor de transporte masivo en un sector central de la ciudad, con la metodología y técnicas empleadas.

Concluyo que es posible evaluar el impacto funcional que se genera al implementar un STUM, al interior de la estructura urbana de la ciudad, gracias a las diferentes dinámicas poblacionales, espaciales y de transformación morfológica que se dan en el territorio si se tiene en cuenta los diferentes aspectos que se desarrollan dentro de la misma, y se genera una matriz de variables, que mida los potenciales y las deficiencias que se establecen dentro de las áreas céntricas de la ciudad, para poder enumerar los parámetros dentro del ámbito de la Planeación Urbana y Regional, que ayuden a potenciar estos parámetros, con el fin de establecer políticas territoriales que dinamicen estos sectores y los conviertan en nodos atractores de población.

Arévalo, Málaga, Matos & Olcese (2019) en su investigación de título “El Nivel de Calidad según TQM en el Sector Transporte de Pasajeros en Lima Metropolitana” en la Pontificia Universidad Católica del Perú, su objetivo general fue identificar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM en el sector de transporte de pasajeros en Lima Metropolitana, empleo una metodología de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de cohorte transversal, técnica la encuesta y su instrumento cuestionario.

Concluyo con relación al nivel de implementación de los nueve factores de la calidad, los resultados mostraron que éste es bastante alto. Este alto nivel de implementación de los nueve factores de la calidad no corresponde con la percepción de los usuarios, quienes consideran que el servicio es regular o malo.

Ojanama (2018) en la investigación de título “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las MYPES del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa –Aguaytía, región Ucayali, año 2018” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Pucallpa), cuyo objetivo general fue determinar si las MYPES del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa –Aguaytía, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente, empleo una metodología tipo descriptivo, nivel cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo, se trabajó con 18 MYPES del sector, de una población total de 37, para los dueños, gerentes y/o encargados.

Concluyo que las MYPES, si conocen los documentos de gestión utilizando el 38.9% un plan de trabajo, se entiende que existe una gestión planificada para realizar sus funciones en el sector. Con respecto a la satisfacción de los clientes se puedo observar que consideran importante realizar promociones de ventas para obtener nuevos usuarios y mantenerlo satisfechos al satisfacer su necesidades, esto lo logran mediante el cumplimiento de los estándares requeridos por el Ministerio de transportes y comunicaciones, los choferes están bien capacitados para brindar un buen servicio de calidad, buen trato amable y servicial hacia los usuarios, tomando en cuenta sugerencia de los usuarios para mejorar el servicio, personal capacitado para brindar buen servicio, teniendo en cuenta la economía del usuario para poner tarifas justas y accesibles, dando buena información precisa y verídica de los acontecimientos antes, durante y después de utilizar los servicios.

Valdez, Saca, Guevara y Aybar (2018) en su investigación de título “Calidad en el Servicio al Cliente en el Transporte Público Urbano en la Provincia del Cusco” en la Pontificia Universidad Católica del Perú, su objetivo general fue determinar la



relación que existe entre las dimensiones del modelo SERVQUAL y la calidad del servicio de Transporte Público Urbano en la provincia de Cusco, empleo una metodología de enfoque cuantitativo, tipo no experimental, transversal y correlacional, técnica la encuesta y su instrumento un cuestionario.

Concluyo que todas las dimensiones del instrumento SERVQUAL, si cuentan con un impacto positivo en la calidad total percibida en el servicio de Transporte Público Urbano de la provincia de Cusco. Las variables: Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad, Empatía y los Elementos Tangibles, generan impacto positivo en diferentes proporciones sobre la Calidad Total, lo cual, implica que el modelo si permite comprender la calidad en el servicio del sector.

Benites (2018) en su investigación de título “Los mecanismos de control interno de las Empresas de transporte urbano de Pasajeros En el Perú. Caso: empresa de servicio & transporte de Pasajeros Guadalupe S.A. Piura, 2018” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, su objetivo general determinar y describir los mecanismos de control interno de las empresas de transporte urbano de pasajeros en el Perú y de la empresa de servicio & transporte de pasajeros Guadalupe S.A Piura, 2018, empleo una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso, técnica revisión bibliográfica y el cuestionario.

Concluyo que las empresas de transporte urbano carecen de un sistema de control interno, que garantice la eficiencia en las operaciones y facilite los objetivos y metas institucionales. Así mismo La empresa de servicio & transporte de pasajeros Guadalupe S.A. es una empresa formalizada que ofrece su servicio en las rutas

establecidas en el Plan de rutas de la Municipalidad provincial de Piura, cuenta con licencia y autorización vigente, sus operadores se encuentran categorizados y capacitados para operar en el transporte de pasajeros, cumple con los horarios de salida y llegada programados, asimismo se evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. La empresa en mención se encuentra diseñando mecanismos de control interno para mejorar su gestión y operatividad.

Cruz (2018) en su investigación de título “Características del financiamiento en las Empresas de transporte urbano en el Perú: Caso: empresa de transporte el sol de Piura S.A.C Piura, 2018” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, su objetivo general fue determinar las principales características del financiamiento de las empresas de transporte urbano en el Perú y de la empresa de Transporte el Sol de Piura S.A.C – Piura, 2018, empleo una metodología de tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, bibliográfico, documental y de caso, técnica la encuesta, entrevista y observación directa, como instrumento es un cuestionario.

Concluyo que actualmente formalizada, el sistema financiero ayudo al desarrollo comercial- empresarial, tiene una política empresarial es habitual la conducta de tomar créditos, conoce las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano, actualmente cuenta con un financiamiento para su empresa por parte de una entidad Bancaria cuenta con un historial de crédito positivo, cuenta con liquidez necesario para afrontar el pago, el monto de crédito otorgado es de S/. 60,000.00, con una tasa de interés que gravo al crédito del 27%, con un plazo de devolución de crédito de catorce (14) meses, crédito que fue utilizado para la

construcción y remodelación de un terminal de área de 400 m<sup>2</sup>, considerando que el financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial.

Rojas (2018) en su investigación de título “Análisis de los determinantes en las preferencias de elección del sistema de transporte urbano de los estudiantes de la universidad nacional de Piura, 2017” en la Universidad Nacional de Piura, su objetivo general fue identificar y evaluar los factores que determinan la elección de transporte urbano de los Estudiantes de la Universidad de Piura al dirigirse a su centro de estudios, empleo una metodología de estimación de elección a través de un modelo binario probabilístico, concluyo que los resultados más destacados tenemos que el gasto en transporte, tiempo de viaje, el tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección de transporte urbano del estudiante. La situación laboral del estudiante cumple con el signo esperado, pero no resultó significativa en el presente estudio.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Gestión de Calidad**

Según Cortés (2017) se refiere que la calidad aplica a todas las actividades del proceso administrativo de una organización, en consecuencia, la organización tiene la responsabilidad de la calidad de forma compartida dentro del personal que pertenece a esta, incluso la calidad implica satisfacer tanto a clientes internos como clientes externos, la calidad no solo es controlar sino prevenir y sobre todo la calidad no es estática sino que implica el perfeccionarse continuamente buscando la mejora continua en los procesos o servicios, promoviendo la colaboración de todos en la empresa buscando la calidad.

Martínez (2014) define la administración de la calidad como:

El conjunto de actividades del proceso administrativo que determina la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades y las implementa mediante la planificación, el control, el aseguramiento y el mejoramiento de la calidad, en referencia del sistema de la calidad. Son las actividades que establecen los objetivos y los requisitos para la calidad, así como los requisitos para la aplicación de los elementos del sistema de calidad. (p.24)

Por tanto, la gestión de calidad es la agrupación de reglas propias a una empresa, que se relacionan entre sí y en base a ello la organización realiza su proceso administrativo con relación a la calidad, buscando siempre el enfoque de la mejora continua.

ISO 9001 (2014) indica que la noción de la gestión de calidad se resume en la “gestión de la satisfacción de los clientes. Es por ello para determinar la calidad de las empresas de servicio es necesario distinguir cuales son los aspectos indispensables para la satisfacción de clientes.”

SUCAMEC “s.f”. define la gestión de calidad como el conjunto de los elementos mutuamente relacionados, que interactúan entre sí, con la finalidad de dirigir y controlar diferentes mecanismos para el cumplimiento de los objetivos y la política de calidad institucional. La calidad representa el grado de satisfacción del usuario ante los servicios recibidos.

En otras palabras, los servicios que reciben los usuarios sobrepasan sus expectativas. Así mismo nos menciona que al coger como herramienta administrativa el sistema de gestión para la calidad en una empresa, pues logra probar, asegura su

competencia para ofrecer servicios que complazcan a los usuarios mediante el cumplimiento de sus expectativas, y siempre cumplimiento los estándares de calidad, y su normativa aplicable. Así mismo la organización se apropia de la corriente de estudio basado en los procesos, incitando a la continua mejora del servicio, estimulando la colaboración e incrementando la voluntad de mejorar la eficiencia de los trabajadores, y esto a su vez permite a la organización asegurar su competencia para ofrecer servicios conforme con las exigencias de los usuarios y lograr una mayor satisfacción en ellos.

#### **2.2.1.1. Determinaciones de la calidad del servicio**

Según Mauriola (2015) presenta 5 dimensiones de la calidad de los servicios:

Mauriola manifiesta que la teoría Servperf sirve “para medir y evaluar la calidad del servicio, siendo una metodología que se basa en cinco ítems y dimensiones los cuales se basa en la percepción de los clientes sobre el servicio percibido.” Esta herramienta se basa en la percepción del usuario como a aproximadamente a la satisfacción del cliente, claro está que este autor define la satisfacción del cliente como el “nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.”

Por lo cual se pueden identificar cinco determinantes para medir la calidad del servicio a través de la satisfacción del cliente en este caso el usuario de las empresas de transporte urbano, en Piura; los cuales son:

- a) Confiabilidad: el autor define este determinante como la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa y fiable. Las empresas

deben velar por que en sus servicios no se presente errores ni inconvenientes en referencia a la atención de su servicio.

- b) Responsabilidad: este determinante hace referencia al conocimiento de los trabajadores sobre el servicio que prestan, así como la cortesía de los empleados y su habilidad para expresar confianza a los clientes. Las empresas deben procurar en gran medida desarrollar este determinante.
- c) Seguridad: este determinante tiene relación con la buena disposición y apoyo al cliente, dotándole de un servicio oportuno. Con la finalidad de ofrecerle al cliente todos los aspectos indispensables para que el servicio sea totalmente confiable.
- d) Empatía: este determinante está definida como la capacidad de sentir y comprender las emociones de otros, mediante un proceso de identificación, cuidado y atención individualizada al cliente.
- e) Bienes tangibles: este determinante se relaciona directamente con la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los dispositivos de comunicaciones. Todos estos se deben tomar en cuenta por que ofrecen representaciones de cómo es el servicio.

Por otro lado, Carbajal (2017) presenta 5 determinantes de la calidad de los servicios:

Este autor manifiesta que el modelo Servqual también es un “instrumento que sirve para medir la calidad de un servicio.” Este modelo se apoya en la perspectiva de la valoración del consumidor en base a la calidad del servicio que presta una organización, por medio de la determinación de los elementos primordiales que hacen que las expectativas de los usuarios dependan de una condición en específico. Es gracias a esta herramienta que se realiza una valoración de los elementos que permiten

calcular la condición en la que se prestan los servicios, separando el beneficio deseado del beneficio tomado, obteniéndose como resultado de la posición reconocida de la estimada verbal del consumidor que es la que se obtiene de aplicar esta herramienta.

Es por ello que este autor también presenta cinco determinantes que permiten medir la calidad de los servicios, y estos son:

- a) Elementos tangibles: la define como “la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad.”
- b) Fiabilidad: se refiere a la “capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma fiable y correcta; veracidad y creencia en la honestidad del servicio que ofrecen”, ofreciendo el buen funcionamiento de sus equipos.
- c) Capacidad de respuesta: manifiesta que este aspecto se refiere “a la disposición de entender y ofrecer un servicio rápido,” pues afirma que hoy en días los clientes y usuarios de un servicio es lo que más exigen.
- d) Seguridad: este aspecto se refiere que no se deben registrar peligros, riesgos ni daños, Carbajal define la seguridad como “el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente.”
- e) Empatía: la define como “el brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa, es una habilidad propia del ser humano, a través de las cuales se puede entender a los demás, poniéndose en el lugar de la otra persona y poder entender su forma de pensar, conocer y experimentar su forma de vista.”

### **2.2.1.2. Ventaja de la gestión de calidad**

Ventajas de la gestión de calidad según la norma 9001 (2014)

El implementar la gestión de calidad en los negocios, aporta muchas ventajas ya sea para los dueños, para los trabajadores e incluso para los clientes de aquel servicio, sin embargo, para efectos de la presente investigación solo se tomarán en cuenta aquellas ventajas que trae consigo la implementación de la gestión de calidad, pero en relación a los propietarios de la MYPE.

A continuación, se presentan cuáles son:

- ✓ La organización puede cumplir los propios objetivos organizacionales: para esta ventaja requiere que los objetivos del sistema de calidad deben estar alineados a los objetivos de la organización, puesto que así será más fácil lograr llegar a un solo horizonte y no tener objetivos diversos, pues el trabajador sabe hacia dónde quiere ir la empresa.
- ✓ Ayuda a la gestión al desarrollo de sus tareas: esta ventaja habla básicamente que con este sistema se puede analizar el desempeño de forma integral, así mismo se puede detectar las posibilidades de mejora, las mismas que si se implementan con éxito, se observara mediante el cambio en los indicadores de desempeño de la organización.
- ✓ La manera de organización de las tareas es más adecuado y rápido: esta ventaja consiste en que se lleva un mejor orden sobre los objetivos de la empresa y los ideales de la misma con respecto a la calidad, y es por ello que busca dotarse de todo el personal idóneo para cada área y estableciendo las funciones de



cada miembro de la organización todo esto a través de documentos de control clave para supervisar todo el plan del sistema de calidad.

- ✓ Mejor estrategia: que permite establecer una real cadena de valor con los proveedores y clientes, a través de todo lo que ofrece en su servicio, una mejor satisfacción del usuario y una mayor inversión en lograr un servicio de calidad.

#### Ventajas de la gestión de calidad según Romero F. (2018)

Para este autor un sistema de gestión de calidad es aquel que “abarca un conjunto de normas y estándares internacionales que, interrelacionados entre sí, promueven el cumplimiento de los requisitos de calidad en una organización.” Con ello se logra que los productos y/o servicios, al igual que todos los procesos que se llevan a cabo para obtener aquellos, estén en condiciones de acuerdo a las exigencias del mundo competitivo, y con su implementación se logra que la organización sea más eficiente, incentivar a los empleados a ser partícipes de este cambio, e incluso le otorga a las empresas reconocimiento internacional, claro está que solo se tocaran las ventajas que le otorga a los propietarios al implementar un sistema de gestión de calidad en sus organizaciones, entre las cuales se tiene:

- ✓ Produce con mayor eficiencia: las empresas que ya cuentan con este sistema de gestión de calidad tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo y gasto financiero.
- ✓ Estimula la ética en los trabajadores: manifiesta que “las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara

compresión de todos sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque un sistema de gestión de calidad,” buscando que los trabajadores estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñaran adecuadamente en la organización.

- ✓ Da buena imagen a nivel internacional: manifiesta que la norma ISO: 2019 es “una norma que establece los requisitos para la implementación de un sistema de gestión de calidad, siendo una marca de gestión de calidad.” Y al implementar este sistema, los negocios parecerán dignos de confianza.
- ✓ Progreso en la administración por procesos: los líderes pueden aprender a adaptarse a la mejoría, puesto que estas son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un proceso cuidadosamente planificado e implementado, que garantizara la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.
- ✓ Da mayor grado de satisfacción a los clientes: menciona que la “ISO: 9001 se basa en el principio de la mejora continua.” Este estándar permite a las empresas definir que debe ser un producto de calidad y como deben satisfacer las necesidades de los clientes. Así mismo proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

### **2.2.2. Atención al Cliente**

Para entender más este término definamos los conceptos de atención y cliente: el término atención hace una referencia a la acción que demuestra que se considera el bienestar y seguridad de las personas, mostrando cortesía, respeto, e incluso sentir una afección por alguien, por otro lado, el término cliente: se denomina cliente a aquella persona que usa los servicios de una empresa y los utiliza continuamente. Por lo tanto, se puede decir que la atención al cliente es el servicio que las MYPE ofrecen a sus clientes, desde antes de utilizar el servicio y hasta el término que tenga este, así mismo como son los reclamos si se cuenta con un cliente insatisfecho, sugerencias, dar respuesta a las dudas sobre el servicio, así como el poder solicitar información.

Según la norma ISO: 9001 (2015) la justificación para adoptar en el proceso administrativo de una empresa el enfoque al cliente es porque el “éxito de una organización se alcanza cuando atrae y retiene la confianza de los clientes. Para esto hay que tener en cuenta las necesidades presentes y futuras que puedan existir.” Cabe mencionar que a partir de esto se genera un sentimiento de bienestar y placer generado por el cumplimiento de los deseos, cuando se cubrió una necesidad, sobrepasando las expectativas de las personas.

#### **2.2.2.1. Principios de la atención al cliente**

Principios de la atención al cliente según Pascal (2017)

Este autor hace referencia a 7 principios con los que se deben regir el servicio al cliente, los cuales son:

1. Velocidad: se refiere a la capacidad de respuesta, puesto que tiene el mayor impacto tanto en la satisfacción como en la insatisfacción de los clientes, esto va a depender si la respuesta dada al cliente es rápida o, todo lo contrario. Así mismo nos menciona que la velocidad del servicio se basa en el canal de contacto, puesto que existen diferentes canales de comunicación que son muchos más rápidos que otros, así mismo se habla de las habilidades de los empleados, puesto que se hace indispensable que el trabajador cuente con las habilidades y conocimientos para la resolución de problemas y por último se tiene el empoderamiento de los empleados, es aquí donde el trabajador toma la decisión que el considere correcta para cada situación.
2. Precisión: no solo las respuestas hacia el cliente deben ser rápidas sino también deben ser las correctas. Pues la precisión es lo mínimo que los clientes esperan recibir y los factores que lo afectan son el entrenamiento, puesto que se centra en engrandecer los conocimientos, las habilidades de comunicación, y se busca que los trabajadores se apropien de esta habilidad, los sistemas de información son cruciales para la exactitud del servicio y por último el trabajo en equipo que dependerá de la comunicación que exista internamente en la organización y de la política de la empresa.
3. Transparencia: la transparencia es tan indispensable como la velocidad y la exactitud en el servicio, por lo cual este principio sugiere que se le debe informar al cliente que se va a realizar durante el servicio, porque como el detalla la “demora no es importante, mientras se dé antes alguna razón.”
4. Accesibilidad: es verificar que el cliente no tenga ningún problema al intentar acceder al servicio de una empresa, puesto que la accesibilidad es su mayor

obstáculo, este principio se puede dar mediante la creación de una página web respondiendo a las inquietudes de los clientes, entre otros medios.

5. Empoderamiento: dejar ser a los trabajadores, que sean creativos en la forma en cómo atender a los clientes.
6. Amabilidad: este principio se basa en la parte de los seres humanos referente a la educación. Puesto que el servicio se basa en la comunicación entre las personas incluyendo la autoayuda, cabe resaltar que la interacción que se da entre el cliente y el trabajador puede tener un efecto que puede ser bueno o malo con relación a la experiencia recibida. Sin olvidarnos de señalar que la aplicación de este servicio dependerá del empoderamiento del trabajador y de la capacitación.
7. Eficiencia: es siempre el factor primordial en el servicio al cliente, además con la ayuda de la tecnología ya se han logrado diseñar herramientas donde la tecnología interviene principalmente para ayudar en su funcionamiento. Y la tecnología siempre presentan nuevas alternativas para los aspectos que en antes eran muy limitados.

#### Principios de la atención al cliente según Samsing (2019)

Según Samsing manifiesta que los principios de la atención al cliente “requieren un doble cuidado, tanto del consumidor como del equipo designado para cada tarea,” además manifiesta que la empresa necesita cubrir las demandas y necesidades de sus clientes, como también debe tener la capacidad de resolver los problemas de la forma más inmediata posible, y para ello se hace indispensable capacitar al personal. Algunos de estos principios son:

1. Establecer un comunicación afectiva y respetuosa: en este principio se hace indispensable que se practique en la organización una comunicación asertiva, donde el mensaje que se le pretende dar al trabajador sea clara, concreta, correcta, y coherente sobre lo que la empresa quiere lograr, porque la poca asertividad en las comunicaciones genera confusiones y distorsiona la dirección y sobre todo genera un clima laboral pesado y esto a su vez termina afectando en la manera de atender al cliente.
2. Prestar atención a la actitud y a la paciencia: este principio se refiere que se debe tener contacto directo con el trabajador en cada momento, y siempre soportar y saber sobrellevar cada situación que sea causa de disgustos, pero siempre mostrar una sonrisa, puesto que casi siempre con ello se logra cambiar el estado de ánimo de la otra persona, y cambiar el estado de ánimo negativo de la misma.
3. Ofrecer la información adecuada y pertinente: puesto que cada vez que se quiera brindar información al cliente se debe verificar que esta sea verdad, que sea evidente y hecho real.
4. Atender las necesidades: este principio se refiere que se debe conocer los gustos y preferencias de los clientes, estar informados de la actividad que desempeñan y en que beneficia el producto o servicio a dichas personas, y si el servicio cumple con las expectativas o simplemente su experiencia en la empresa no fue del todo agradable.
5. Contagiar el entusiasmo y ganar la confianza: nunca por nunca se debe utilizar la discriminación ni mucho menos se debe juzgar al cliente, más bien se debe

adelantar a las exigencias de él, escuchar sus quejas, y sobre todo involucrar a todos para que la experiencia del cliente sea la mejor.

#### **2.2.2.2. Ventajas de la atención al cliente**

Según Hunter (2018) manifiesta que la atención al cliente es una herramienta muy importante, es por ello que las organizaciones buscan tratar de atender al cliente de manera que sea una experiencia sumamente satisfactoria, el aplicar una buena atención al cliente trae muchas ventajas dentro de las que están:

- ✓ Incremento de las ganancias: esta ventaja se traduce a que, gracias a una atención al cliente de calidad, es decir cuando el servicio sobrepasa las expectativas de los clientes o usuarios, trae como resultado que los usuarios utilicen continuamente el servicio por todo lo que este les ofrece, lo que a su vez se traduce en el incremento de ganancias económicas.
- ✓ Mejora la reputación: la reputación que posee cada empresa de servicio es reconocida por el servicio que brinda, y se traduce a que gracias a la experiencia satisfactoria de un cliente en el impacto ya sea positivo o negativo este lo comunicara con sus más allegados, lo que les otorga a las empresas una buena o mala reputación dependiendo de la calidad de productos o servicios que esta ofrezca.
- ✓ Existe una mayor satisfacción del cliente: esta ventaja ocurre cuando un servicio cumple con las expectativas de los clientes sobre una necesidad determinada, es ahí donde se logra obtener clientes satisfechos y cuando se sobrepasa las expectativas de aquel servicio se da una mayor satisfacción del usuario.

- ✓ Se logra lealtad en los clientes: esta ventaja se logra a través de una buena atención al cliente de calidad del servicio, si una empresa logra cumplir y exceder las expectativas del cliente sobre una necesidad, este duda si requerir los servicios de otra empresa de servicios, y se presenta también como una estrategia porque mientras otros empresarios buscan alcanzar un mayor rendimiento en el mundo empresarial apoyados de servicios a bajo costos, otros apuestan por brindar un servicio de calidad que satisfaga a sus clientes y usuarios, y así ganan confiabilidad por parte del usuario.
- ✓ Trabajadores comprometidos: esta ventaja se logra cuando el trabajador está comprometido en brindar un servicio al cliente de mayor calidad, a través de sus habilidades logrando que cada vez el cliente requiera el servicio este pase por la mejor experiencia, mejorando el negocio, pues el trabajador da una buena impresión al cliente sobre el ambiente de la empresa trayendo aspectos positivos para el cliente, trabajador y así mismo para la organización.

Izquierdo (2018) también presenta ventajas de la atención al cliente, sustentando que es un tema que debe ser abordado por toda la organización:

- ✓ Incrementa el valor del producto o servicio de una empresa: pues esto se basa principalmente que una atención al cliente de calidad es en un mayor grado valorado por el usuario, que además ocasiona un efecto en cómo se valora los productos y servicios que esta ofrezca, así como también mejora la imagen de la empresa pieza clave en referencia a la marca y el prestigio de la misma.
- ✓ Mejora la fidelización: con una buena atención al cliente se previene el perder clientes a través de los reclamos, o las consultas y se logra fidelizar hacia el servicio, porque este seguirá requiriéndolos.



- ✓ Sirve como publicidad: si un cliente es atendido de buena manera este se lo hará saber a sus familiares, cercanos, etc., transmitiendo así la experiencia ya sea positiva o negativa y en los dos casos bien pasarían hacer una oportunidad o una amenaza dependiendo del impacto que tenga.
- ✓ Evita la publicidad negativa: pues esta deriva de la anterior ventaja pues si la experiencia del cliente es negativa afecta negativamente a la empresa.
- ✓ Mejora el ambiente de trabajo y la productividad: una buena atención del cliente sirve como medio para mantener un ambiente laboral agradable, sin problemas el trabajador se desenvuelve mejor y trabaja de manera feliz con la total confianza en el mismo.
- ✓ Mejora el funcionamiento de la organización: pues a través de la opinión de cómo fue la experiencia del cliente el encargado de la empresa podrá recibir la información necesaria sobre en qué aspectos fallo, que se deben aprovechar para poder mejorar el servicio.
- ✓ Sirve como estrategia de diferenciación: una buena atención al cliente logra diferenciar a una empresa con el resto, le otorga mayor importancia, y mayor valor.

### **III. HIPÓTESIS**

Aponte (2017) afirma que las “investigaciones descriptivas pretenden medir variables o conceptos que nos van a permitir especificar las propiedades de comunidades, personas, grupos o fenómenos que son objeto de estudio,” por lo tanto, nos dice que en estos casos no es necesario establecer hipótesis, puesto que solo se trata de mencionar las características de cada situación problemática.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

El tipo de investigación que se utilizó en el desarrollo del presente proyecto de investigación científica es de tipo cuantitativa porque en el proceso de investigación se toma como punto de referencia las mediciones numéricas, así mismo se utilizó la observación en el proceso de recolección de datos, para luego analizarlas para poder lograr los objetivos planteados en esta investigación. En este caso se recogió información para analizar y describir el aspecto relacionado con la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE de transporte público – Urbano en el distrito de Piura, 2019.

Hernández, Fernández y Batista (2014) afirman que la investigación cuantitativa es “aquella que se caracteriza por el simple hecho de enfocarse a los resultados, mediante un análisis de información numérica o de datos cuantitativos sobre variables, contando con la ayuda de varias herramientas estadísticas, informáticas y matemáticas”.

El nivel de investigación que se utiliza en este proyecto es de tipo descriptivo que es aquel que se utiliza para describir realidades de las situaciones en las que se encuentre, que pueden ser en eventos, grupos, o comunidades que sean base de estudio el cual se planea analizar.

Hernández, Fernández y Batista (2014) manifiestan que la investigación descriptiva es la que “pretende medir o recoger información de manera independiente sobre los conceptos de las variables a las que se refiere, por lo tanto, su objetivo no es de indicar como se relacionan ambas variables”.

Para la ejecución de este presente estudio se consideró el diseño No experimental – de cohorte transversal.

Hernández, Fernández y Batista (2014) manifiestan que la investigación no experimental es aquella que “se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”.

Hernández, Fernández y Batista (2014) en su libro describen al diseño de corte transversal como aquel estudio donde se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

#### **4.2. Población y muestra**

Variables: Gestión de Calidad y Atención al cliente

La unidad de análisis de la presente investigación con relación a las variables de Gestión de Calidad y Atención al cliente son: los gerentes, trabajadores de las MYPE de transporte urbano en Piura, e incluso se recurrió como fuente de esta investigación a los usuarios de dichas empresas de transporte en el distrito de Piura, donde cada uno de ellos contestaron un cuestionario relacionado con las dos variables en mención. Son seis MYPE porque se excluyeron a las que no quisieron participar de la investigación.

Población: MYPES de transporte urbano en Piura

La población de estudio está conformada por 06 gerentes de las MYPE formales que se dedican al rubro de transporte público – Urbano en la ciudad de Piura, durante el año 2019; así como también los 496 trabajadores. Como aparece en la tabla 1. Se han excluido al resto de empresas de transporte que por políticas de la empresa se negaron a formar parte de esta investigación, y otras por poca disponibilidad por parte del investigador.

*Tabla I. Relación de MYPE*

<b>CÓDIGO</b>	<b>N° TRABAJADORES</b>
T1 012020	60
T2 022020	100
T3 032020	94
T4 042020	120
T5 052020	100
T6 062020	22
	<b>496</b>

*Fuente: Municipalidad de Piura/ – Piura (2018).*

*Elaboración: Propia*

Población: usuarios de las empresas de transporte urbano en Piura

De acuerdo con el INEI en los últimos resultados del censo 2017 sobre la población urbana, censada por área urbana y rural; y sexo, según, provincia, distrito, edad simple; en el distrito de Piura existe un aproximado de 129, 679 habitantes entre hombres y mujeres, número de habitantes que conforman la población de esta investigación, puesto que se han excluido a los niños menores de 1 año hasta los 4 años, así mismo no forman parte de esta investigación los adultos mayores de 65 años, puesto que si bien usan el servicio de transporte urbano, no lo hacen solos por motivos sociales en todos los casos. De acuerdo a la tabla 2.

*Tabla II. Relación de la población INEI 2017*

<b>Distrito de Piura</b>	<b>Población urbana</b>			
	<b>Edad</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
	De 5 a 9 años	11923	6050	5873
	De 10 a 14 años	11888	6104	5784
	De 15 a 19 años	12837	6377	6460
	De 20 a 24 años	13954	6869	7085
	De 25 a 29 años	12519	5898	6621
	De 30 a 34 años	11625	5518	6107
	De 35 a 39 años	11296	5330	5966
	De 40 a 44 años	9507	4404	5103
	De 45 a 49 años	8871	3982	4889
	De 50 a 54 años	8761	3943	4818
	De 55 a 59 años	8460	3820	4640
	De 60 a 64 años	7005	3286	3719
	De 65 años	1033	490	543
	<b>Total</b>	<b>129679</b>	<b>62071</b>	<b>67608</b>

*Fuente: datos del INEI (Censo 2017).*

*Elaboración: propia*

Por lo tanto, en el distrito de Piura tenemos como población de estudio a 129, 679 habitantes que pertenecen a este distrito y que utilizan el servicio de transporte

urbano, para movilizarse en lo que son las partes de estudio (Mercado y centro de Piura). Datos con los cuales se establece la muestra para esta población.

### Muestra

La población con relación a los gerentes de las MYPE es una población finita conocida por tanto se aplicó lo citado por Hernández, Fernández y Batista (2014) donde menciona que, si la “población es menor de 50 individuos, la población es igual a su muestra”. Por lo tanto, se tiene que  $N=6$ , si se dice que:  $N=n$ , Por lo cual  $n=6$ .

La población con relación a los trabajadores de las MYPES en estudio se tiene a una población infinita conocida, por lo tanto, se aplica la siguiente formula:

- I) Determinación del tamaño de muestra si se le quiere dar a la investigación un nivel de confianza del 95%.

### Formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

### 1° Reemplazamos:

- **Con el valor de confianza**

$$n = \frac{95\% * 0.50 * 0.50 * 469}{5\%(469 - 1) + 95\% * 0.50 * 0.50}$$

- **Con el valor estadístico**

$$n = \frac{(1.960)^2 * 0.50 * 0.50 * 495}{(0.05)^2 * (496 - 1) + (1.960)^2 * 0.50 * 0.50}$$

- **Metodológicamente**

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50 * 496}{0.0025 * 495 + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{476.3584}{1.2375 + 0.9604}$$

### Datos:

**N** = 469 trabajadores

**NC** = 95%

**Z** = 1.960

**e** = 5% = 0.05

**p** = 50% = 0.50

**q** = 50% = 0.50

$$n = \frac{476.3584}{2.1979}$$

$$n = 216.7334274$$

$$n = 216 \text{ *trabajadores*}$$

El tamaño de la muestra para los trabajadores ya se obtuvo que dio como resultado que a 216 trabajadores se deberán encuestar, sin embargo, para poder determinar a cuantos trabajadores de cada empresa se deberán encuestar para hacer un muestreo equitativo dependiendo el número de trabajadores que tenga esta. A continuación, se procede a estratificar la muestra donde tenemos:

**Formula:**

$$\frac{n}{N} = \frac{216}{496} = 0.435483871$$

*Tabla III. Estratificación de la muestra - Fuente: Trabajadores*

<b>CÓDIGO</b>	<b>N° TRABAJADORES</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>MUESTRA</b>
T1 012020	60	0.435483871	26.12903226	29
T2 022020	100	0.435483871	43.5483871	43
T3 032020	94	0.435483871	40.93548387	40
T4 042020	120	0.435483871	52.25806452	52
T5 052020	100	0.435483871	43.5483871	43



T6 062020                      22                      0.435483871                      9.580645162                      9

**496**

**216**

*Fuente: Elaboración propia (Excel)*

En la tabla anterior se ha determinado a cuantos trabajadores de cada MYPE se debe encuestar de cada MYPE, sumando en total a 216 encuestas al trabajador.

La población con relación a los usuarios de las MYPE de transporte público urbano es infinita conocida, pero según Hernández, Fernández y Batista (2014) afirman que “cuando  $N > 50$  entonces se procede a aplicar la formula.”

- I) Determinación del tamaño de la muestra si se le quiere dar a la investigación un nivel de confianza de 95%.

**Formula:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**1° Reemplazamos:**

- **Con el valor de confianza**

$$n = \frac{95\% * 0.50 * 0.50 * 129,679}{5\%(129,679 - 1) + 95\% * 0.50 * 0.50}$$

- **Con el valor estadístico**

$$n = \frac{(1.960)^2 * 0.50 * 0.50 * 129,679}{(0.05)^2(129,679 - 1) + (1.960)^2 * 0.50 * 0.50}$$

<p><b>Datos:</b></p> <p><b>N</b> = 129,679 habitantes (población)</p> <p><b>NC</b> = 95%</p> <p><b>Z</b> = 1,960</p> <p><b>e</b> = 5% = 0.05</p> <p><b>p</b> = 50% = 0.50</p> <p><b>q</b> = 50% = 0.50</p>
--

➤ **Metodológicamente**

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50 * 129,679}{0.0025(129,679 - 1) + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{124,543.7116}{0.0025(129,678) + 0.9604}$$

$$n = \frac{124,543.7116}{324.195 + 0.9604}$$

$$n = \frac{124,543.7116}{325.1554}$$

$$n = 383.0375002$$

$$n = 383 \text{ *usuarios*}$$

El tamaño de la muestra que se cogió para realizar la presente investigación es de 383 usuarios del transporte público en el distrito de Piura, así mismo los 6 gerentes y 216 trabajadores de las MYPE en estudio. Tanto para la variable gestión de calidad y atención al cliente.

### 4.3. Definición y Operacionalización de las variables

Tabla IV. Operacionalización de la variable - gestión de calidad

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Nivel de respuesta	Técnica e instrumento	Fuente
Gestión de Calidad	Para la ISO: 9001 (2014) la gestión de calidad se resume en la gestión de la satisfacción de los clientes. Por lo cual, para determinar la calidad de las empresas, se debe distinguir cuales son los aspectos indispensables para la satisfacción de sus clientes.”	Determinantes de la calidad	Elementos tangibles	La dimensión determinantes de la calidad se medirá con los indicadores elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía mediante una encuesta.	Nominal	Encuesta/ Cuestionario	Gerente/ Trabajador/ Cliente
			Fiabilidad				
			Capacidad de respuesta				
			Seguridad				
			Empatía				
		Ventajas	Produce con mayor eficiencia	La dimensión ventajas se medirá con los indicadores produce con mayor eficiencia, estimula la ética en los trabajadores, imagen internacional, organización rápida y adecuada de las tareas, mayor grado de satisfacción mediante una encuesta.	Nominal	Encuesta/ Cuestionario	Gerente/ Trabajador/ Cliente
			Estimula la ética en los trabajadores				
			Imagen internacional				
			Organización rápida y adecuada de las tareas				
			Mayor grado de satisfacción				

Tabla V. Operacionalización de la variable - Atención al cliente

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición operacional	Nivel de respuesta	Técnica e instrumento	Fuente	
Atención al Cliente	ISO: 9001 (2015) manifiesta que el “éxito de una organización se alcanza cuando atrae y retiene la confianza de los clientes. Para esto hay que tener encuenta las necesidades presentes y futuras que puedan existir”.	Principios	Velocidad	La dimensión principios se medirá con los indicadores velocidad, precisión, transferencias, accesibilidad, empoderamiento, amabilidad y eficiencia mediante una encuesta.	Nominal	Encuesta/ Cuestionario	Gerente/ Trabajador/ Cliente	
			Precisión					
			Transparencia					
			Accesibilidad					
			Empoderamiento					
			Amabilidad					
		Eficiencia						
		Ventajas	Incremento de ganancias	La dimensión ventajas se medirá con los indicadores incremento de ganancias, mejora la reputación, mayor satisfacción del cliente, lealtad de los clientes y trabajadores comprometidos mediante una encuesta.	Nominal/ Ordinal	Encuesta/ Cuestionario	Gerente/ Trabajador/ Cliente	
								Mejora la reputación
								Mayor satisfacción del cliente
Lealtad de los clientes								
Trabajadores comprometidos								

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

Teniendo en cuenta el diseño de la investigación, así como los objetivos de la misma se han considerado como técnicas para la recolección de datos, las siguientes:

Técnicas:

Palacios (2015) manifiesta que la técnica de observación consiste en el “desarrollo de acumulación de un testimonio de firma sistematizada, apropiada y afectivo, solicitando un interés espontaneo, conducido en torno a un elemento del entendimiento y sus probables vínculos que se constituyen”.

Asimismo, se aplicó una encuesta, esta técnica también de recolección de datos que da lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos.

Instrumento:

El instrumento nos sirve para lograr un fin, el instrumento en investigación según Abanto (2016) es todo “aquel medio que permite recabar y procesar información las cuales se han conseguido gracias a las técnicas empleadas, como: Guía de observación, Guía de entrevista, cuestionario.”

Según Balderrama (2017) los cuestionarios son un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas. Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador.

#### **4.5. Plan de análisis**

El análisis de esta investigación se realizó utilizando la hoja de cálculo de Excel, en la tabulación sobre los datos de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE en Piura, para la cual se realizó una encuesta para recoger información sobre las MYPE de transporte público – Urbano, Piura 2019.

- a) Elaboración de base de datos: se buscó recolectar los resultados de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE, por medio de los instrumentos diseñados en la investigación, para luego pasar al registro de datos.
- b) Tabulación: se diseñaron tablas de frecuencia para representar la gestión de calidad y atención al cliente después de la aplicación de la encuesta.
- c) Graficación: se procedió a presentar gráficos circulares para representar las frecuencias relativas obtenidas en el cuestionario aplicado a las muestras seleccionadas.
- d) Interpretación: y por último se procedió a explicar el significado de cada uno de los valores estadísticos presentados en los gráficos.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Tabla VI. Matriz de consistencia

ENUNCIADO	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	MUESTRA
<p>¿Cuál es la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE de transporte público – Urbano en el distrito de Piura, 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Identificar cuál es la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE de transporte público – Urbano en el distrito de Piura, 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Describir los determinantes de la calidad de las MYPE de transporte público - Urbano en el distrito de Piura, 2019.</p> <p>b) Identificar las ventajas de la gestión de calidad de las MYPE de transporte público - Urbano en el distrito de Piura, 2019.</p> <p>c) Determinar los principios de la atención al cliente de las MYPE de transporte público – Urbano en el distrito de Piura, 2019.</p> <p>d) Identificar las ventajas de la atención al cliente de las MYPE de transporte público – Urbano en el distrito d Piura, 2019.</p>	<p>Para Aponte (2017) en las investigaciones descriptivas no es necesario establecer hipótesis, puesto que solo se trata de mencionar las características de cada situación problemática.</p>	<p><b>VARIABLE N° 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de calidad</li> </ul> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Determinantes de la calidad</li> <li>❖ Ventajas</li> </ul> <p><b>VARIABLE N° 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> </ul> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Principios</li> <li>❖ Ventajas</li> </ul>	<p><b>TIPO:</b> Cuantitativa</p> <hr/> <p><b>NIVEL:</b> Descriptivo</p> <hr/> <p><b>DISEÑO:</b> No experimental – De cohorte transversal</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE 6 Gerentes, 496 Trabajadores y 129, 679 personas.</p> <hr/> <p><b>MUESTRA:</b> GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE 6 Gerentes, 216 trabajadores y 383 clientes.</p>

#### **4.7. Principios éticos**

En el presente trabajo de investigación se consideran los siguientes principios éticos propuestos por ULADECH (2019):

Protección a las personas, en la presente investigación se incluyeron a las personas con voluntad de participar en el recojo de la información, y se veló por el entero cumplimiento de sus derechos fundamentales.

Libre participación y derecho a estar informado, para el desarrollo del presente proyecto se les informo anticipadamente a la población sobre los propósitos del presente estudio, y se les dio la libertad de participar o no en la investigación. Se excluyeron a las empresas de transporte urbano de personas que no quisieron participar en este estudio, y se incluyeron a las que voluntariamente aceptaron participar, estas cuentan con rutas diferentes pero coinciden en el centro y mercado de Piura.

Beneficencia no maleficencia, se considera este principio pues la información obtenida del procesamiento de la información será un referente para los planes de mejora para las MYPE, logrando ofrecer beneficios a los clientes optimizando la calidad de sus servicios.



## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla VII. Características Generales - Gerente

<b>CARACTERISTICAS GENERALES - GERENTE</b>		
<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b><u>EDAD DEL GERENTE</u></b>		
De 18 a 28 años		
De 29 a 39 años		
De 40 a 49 años	3	50%
De 50 a más años	3	50%
<b><u>SEXO</u></b>		
Masculino	5	83%
Femenino	1	17%
<b><u>GRADO DE INSTRUCCIÓN</u></b>		
Primaria		
Secundaria	2	33%
Técnico		
Superior	4	67%
<b><u>AÑOS DE LA EMPRESA EN EL MERCADO</u></b>		
De 1 a 2 años		
De 3 a 5 años		
De 6 a más años	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

En la tabla 7 se observa que el 50% de los gerentes encuestados tienen edades del rango de 40 a 49 años, el 50 % tienen de 50 a más años; el 83% de los encuestados pertenecen al sexo masculino. Con respecto al grado de instrucción el 50% de los gerentes culminó la secundaria completa, el 67% se quedó en superior incompleto, y por último la experiencia en el mercado de las empresas de transporte se basa en el rango de 6 a más años del negocio.

Tabla VIII. Características Generales - Trabajador

<b>CARACTERISTICAS GENERALES - TRABAJADOR</b>		
<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b><u>EDAD DEL TRABAJADOR</u></b>		
De 18 a 28 años	32	15%
De 29 a 39 años	76	35%
De 40 a 49 años	86	40%
De 50 a más años	22	10%
<b><u>SEXO</u></b>		
Masculino	110	51%
Femenino	106	49%
<b><u>GRADO DE INSTRUCCIÓN</u></b>		
Primaria		
Secundaria	140	65%
Técnico	76	35%
Superior		
<b><u>AÑOS LABORANDO EN LA EMPRESA</u></b>		
De 1 a 2 años	32	15%
De 3 a 5 años	76	35%
De 6 a más años	108	50%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

En la tabla 8 se observa que el 40% de los trabajadores encuestados tienen edades del rango de 40 a 49 años, el 35 % tienen edades dentro del rango de 29 a 39 años; el 51% de los encuestados pertenecen al sexo masculino. Con respecto al grado de instrucción el 65% de los trabajadores culminó la secundaria completa, el 37% se quedó en superior incompleto, y por último se puede saber que el 50% de los encuestados llevan trabajando de 6 a más años, y el 35% llevan laborando en el transporte de 3 a 5 años.

Tabla IX. Características Generales - Usuarios

<b>CARACTERISTICAS GENERALES - USUARIO</b>		
<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b><u>EDAD DEL USUARIO</u></b>		
De 5 a 17 años	92	24%
De 18 a 39 años	119	31%
De 40 a 49 años	111	29%
De 50 a más años	61	16%
<b><u>SEXO</u></b>		
Masculino	234	61%
Femenino	149	39%
<b><u>GRADO DE INSTRUCCIÓN</u></b>		
Primaria	54	14%
Secundaria	157	41%
Técnico	111	29%
Superior	61	16%
<b><u>AÑOS USANDO EL SERVICIO</u></b>		
De 1 a 2 años	61	16%
De 3 a 5 años	226	59%
De 6 a más años	96	25%

Fuente: Cuestionario dirigido al usuario

Elaboración: Propia

En la tabla 9 se observa que el 31% de los usuarios encuestados tienen edades del rango de 18 a 39 años, el 29 % están en el rango de 40 a 49 años y el 24% tienen de 5 a 17 años; el 61% de los encuestados pertenecen al sexo masculino. Con respecto al grado de instrucción el 41% de los usuarios encuestados culminó la secundaria completa y el 29% presenta grado de técnico, y por último el 59% de los encuestados lleva de 3 a 5 años usando el servicio, el 25% lleva usando el servicio de transporte de 6 a más años.

**5.1.1. O.E.1 Describir los determinantes de la calidad en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

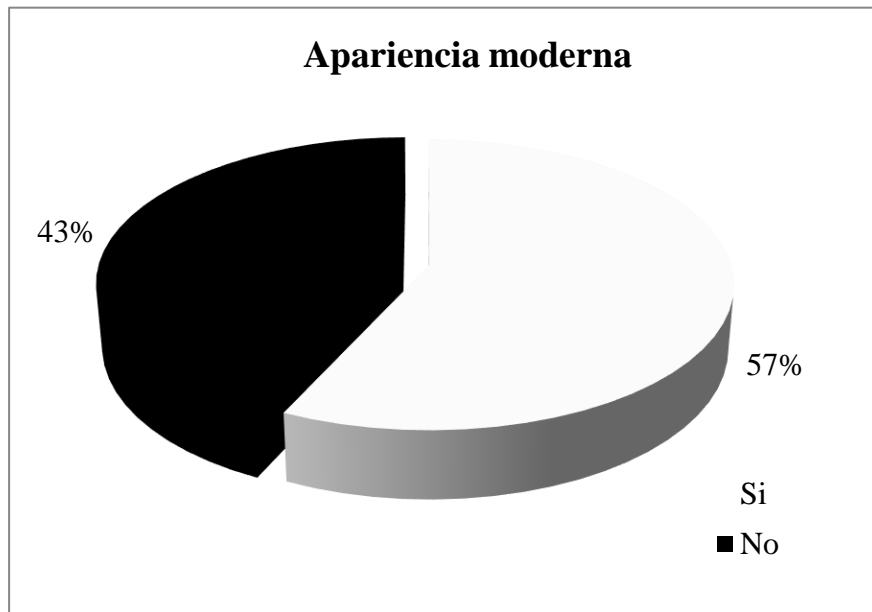
*Tabla X. Apariencia moderna*

<b>VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD</b>		
TABLA 10		
Apariencia moderna		
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	218	57%
No	165	43%
Total	383	100%

*Fuente: Cuestionario dirigido al cliente*

*Elaboración: Propia*

*Ilustración 1. ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?*



*Figura 1: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?*

**Interpretación:** En la tabla 10, figura 1 se observa que el 57% de los usuarios encuestados consideran que la unidad de transporte que usan diariamente si tiene apariencia moderna, mientras que el 43% restante considera que no.

Tabla XI. Se siente seguro

TABLA 11  
Se siente seguro

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	37%
No	241	63%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 2. ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?

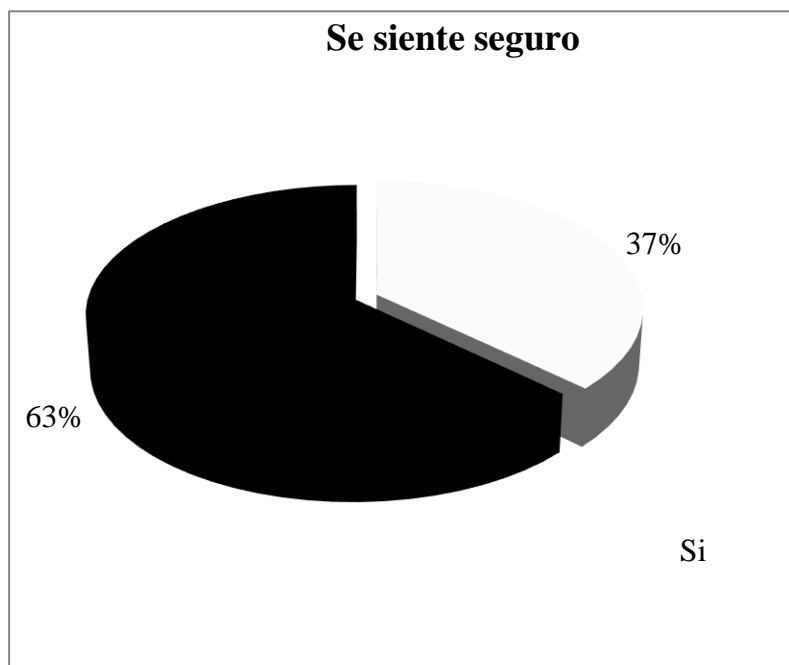


Figura 2: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?

**Interpretación:** En la tabla 11, figura 2 se observa que el 37% de los usuarios encuestados manifiestan que, si se sienten seguros viajando en los buses del transporte urbano, mientras que en el 63% se observa todo lo contrario pues no se sienten seguros viajando en estos buses.

Tabla XII. Servicio adecuado

TABLA 12  
Servicio adecuado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	127	33%
No	256	67%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 3. ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?

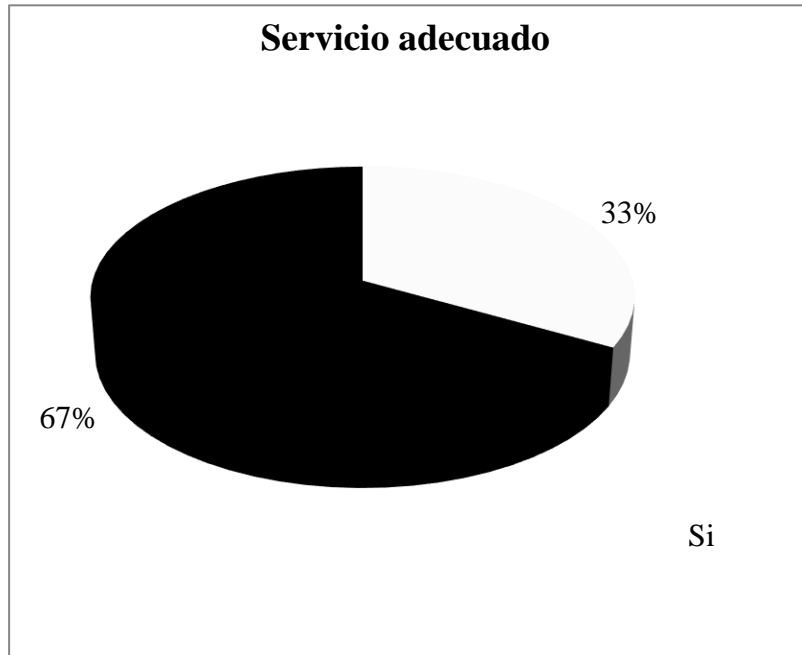


Figura 3: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?

**Interpretación:** En la tabla 12, figura 3 se observa que el 33% de los usuarios encuestados afirman que las empresas de transporte que utilizan frecuentemente si le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido, mientras que el 67% manifiesta tener una respuesta negativa.

Tabla XIII. Cumple con su recorrido

TABLA 13  
Cumple con su recorrido

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	165	43%
No	218	57%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 4. ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?

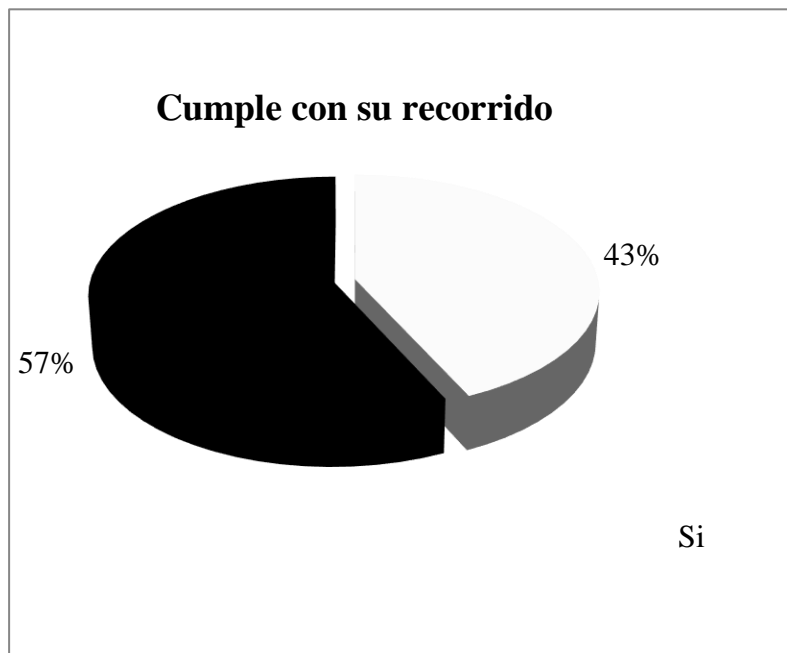


Figura 4: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?

**Interpretación:** En la tabla 13, gráfico 4 se puede observar que el 43% de los usuarios encuestados consideran que los buses de las empresas de transporte que utilizan diariamente si cumplen con su recorrido correctamente, mientras que 57% no lo considera así.

Tabla XIV. Busca cubrir su necesidad

TABLA 14  
Busca cubrir su necesidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	37%
No	241	63%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 5. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?

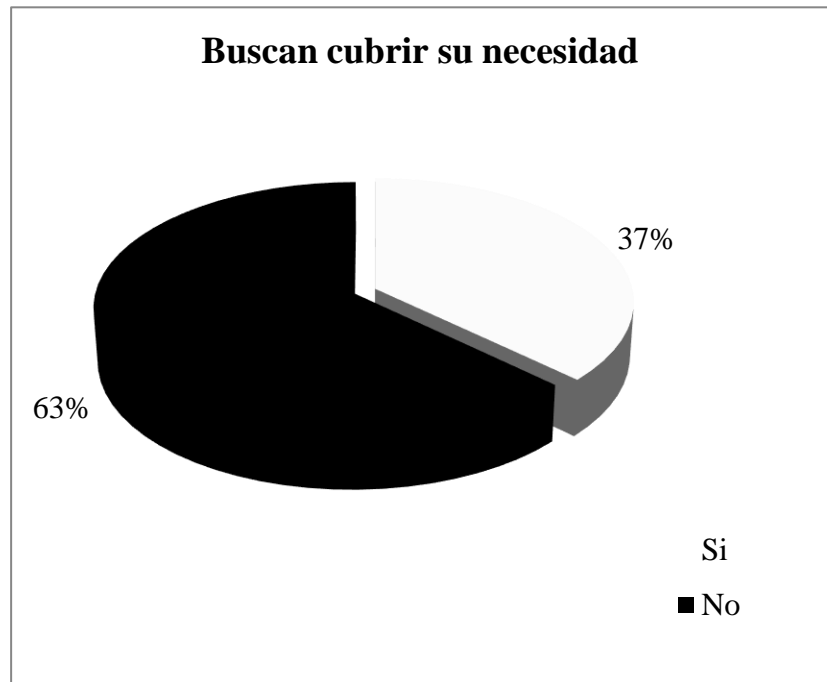


Figura 5: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?

**Interpretación:** En la tabla 14, gráfico 5 se puede observar que el 37% de los usuarios encuestados afirman que las empresas de transporte urbano que utilizan frecuentemente si buscan cubrir sus necesidades de transporte, mientras que el 63% afirman todo lo contrario.



Tabla XV. Servicios superando sus expectativas

TABLA 15

Servicios superando sus expectativas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	37%
No	241	63%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 6. ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?



Figura 6: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?

**Interpretación:** En la tabla 15, figura 6 se observa que el 37% de los encuestados usuarios manifiestan que las empresas de transporte si ofrecen un servicio superando sus expectativas, mientras que el 63% afirman todo lo contrario.

Tabla XVI. Servicio con calidez

TABLA 16  
Servicio con calidez

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	85	22%
No	298	78%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 7. ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?

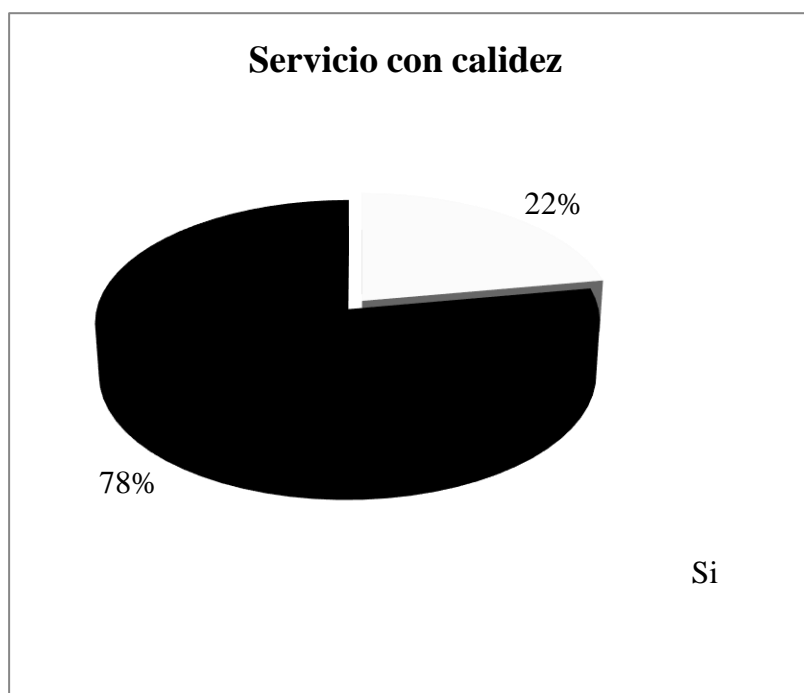


Figura 7: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?

**Interpretación:** En la tabla 16, figura 7 se observa que el 22% de los usuarios encuestados si consideran que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez, mientras que el 78% considera todo lo contrario.

Tabla XVII. Servicio en el tiempo prometido

TABLA 17  
Servicio en el tiempo prometido

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	127	33%
No	256	67%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 8. ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio?

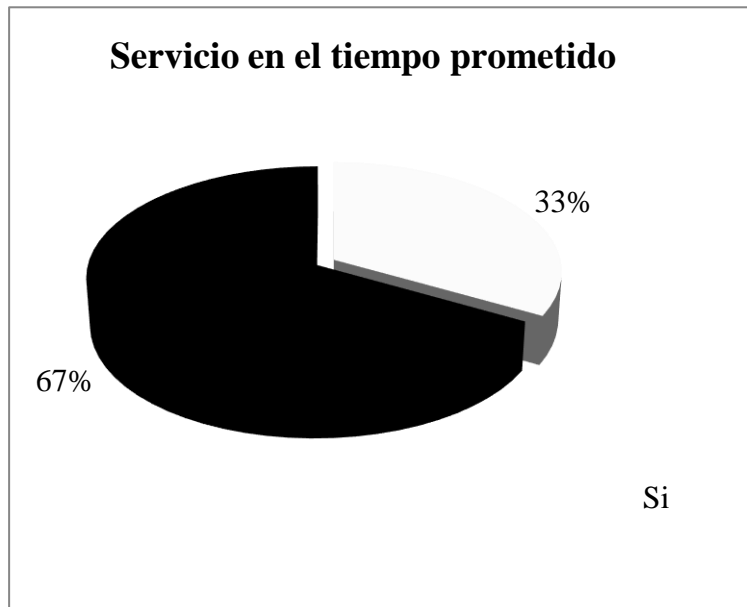


Figura 8: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio?

**Interpretación:** En la tabla 17, figura 8 se puede observar que el 33% de los usuarios encuestados afirman que las empresas de transporte si le demuestran respeto a través de su servicio, mientras que el 67% afirman todo lo contrario.

Tabla XVIII. Buen trato al cliente

TABLA 18  
Buen trato al cliente

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	39%
No	233	61%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 9. ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?

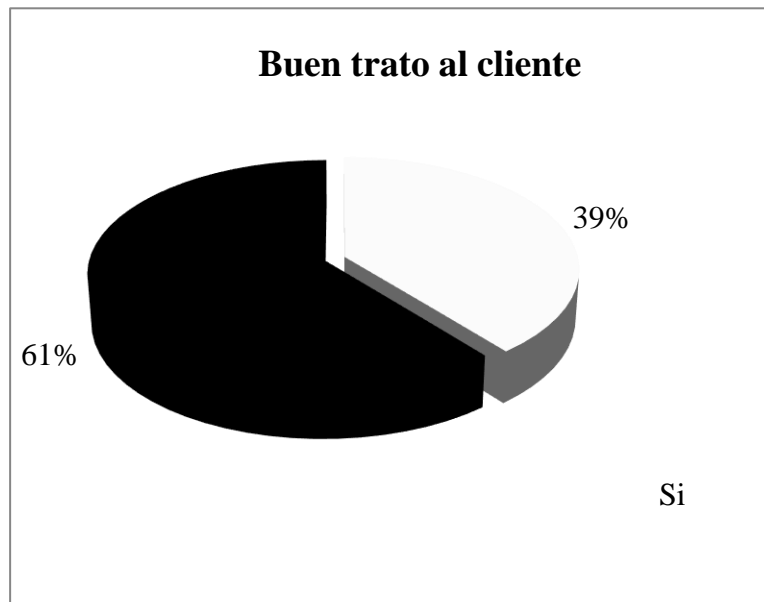


Figura 9: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?

**Interpretación:** En la tabla 18, figura 9 se puede observar que el 39% de los usuarios encuestados manifiestan que las empresas de transporte si le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente, mientras que el 61% afirman todo lo contrario.

Tabla XIX. Solución rápida

TABLA 19  
Solución rápida

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	37%
No	241	63%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 10. ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?

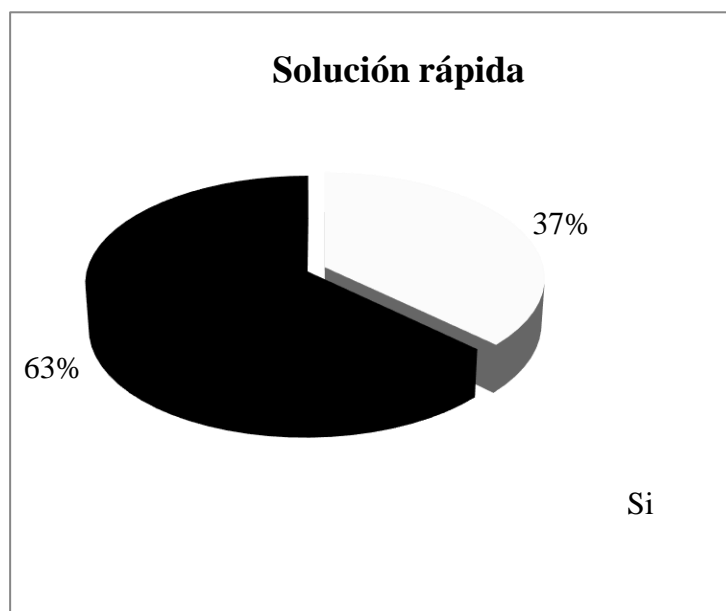


Figura 10: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?

**Interpretación:** En la tabla 19, figura 10 se puede observar que el 37% de los usuarios encuestados afirman que ante una situación desagradable para ellos los trabajadores si buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad, mientras que el 63% afirman todo lo contrario.

Tabla XX. Servicio de calidad

TABLA 20  
Servicio de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	165	43%
No	218	57%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 11. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?

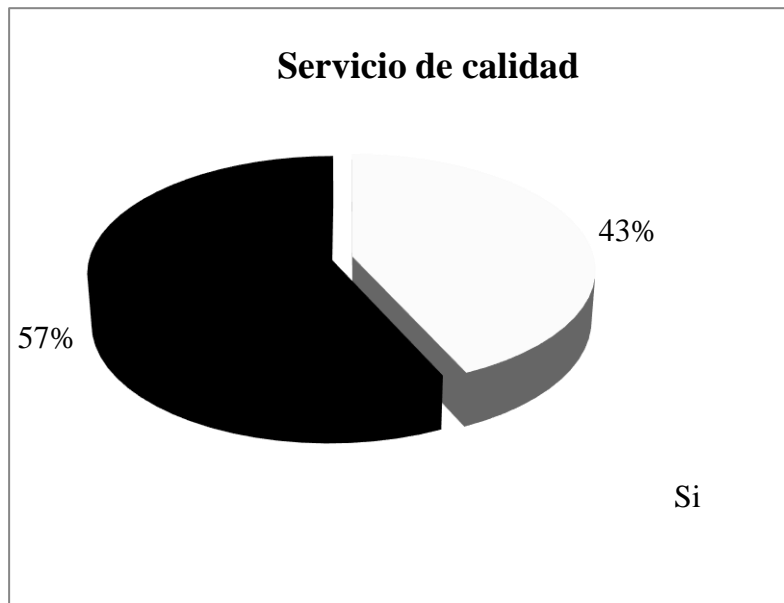


Figura 11: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?

**Interpretación:** En la tabla 20, figura 11 se puede observar que el 43% de los usuarios encuestados si creen que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales, mientras que el 57% creen todo lo contrario.

**5.1.2. O.E.2 Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

*Tabla XXI. Objetivos organizacionales*

TABLA 21  
Objetivos organizacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	100%
No	0	0%
Total	216	100%

*Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador*

*Elaboración: Propia*

*Ilustración 12. ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?*



*Figura 12: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?*

**Interpretación:** En la tabla 21, figura 12 se puede observar que el 100% de los trabajadores encuestados afirman que la organización si tiene planteado objetivos organizacionales.

Tabla XXII. Objetivos de la empresa

TABLA 22

Objetivos de la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	100%
No	0	0%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 13. ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?

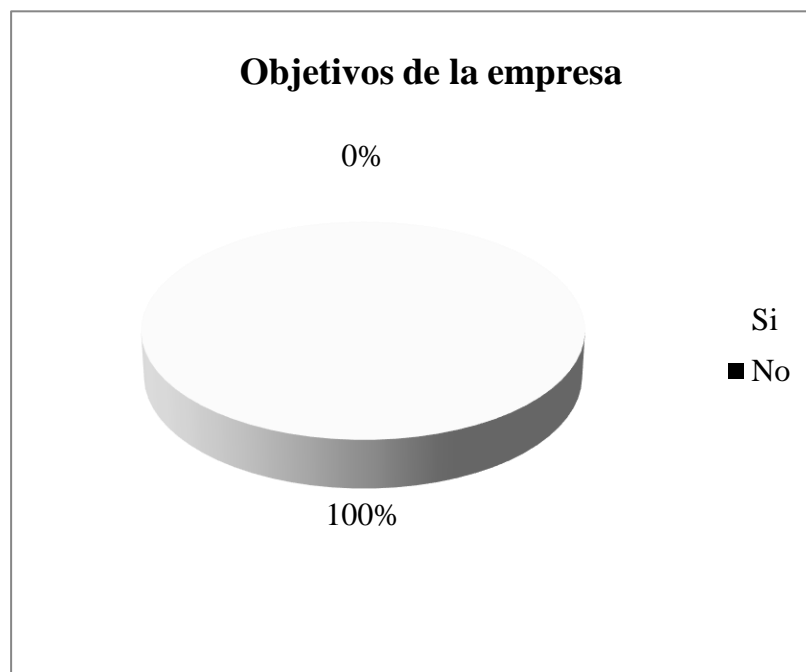


Figura 13: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?

**Interpretación:** En la tabla 22, figura 13 se puede observar que el 100% de los trabajadores encuestados afirman que si saben cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabajan.



Tabla XXIII. Objetivos del sistema de calidad

TABLA 23

Objetivos del sistema de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 14. ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?

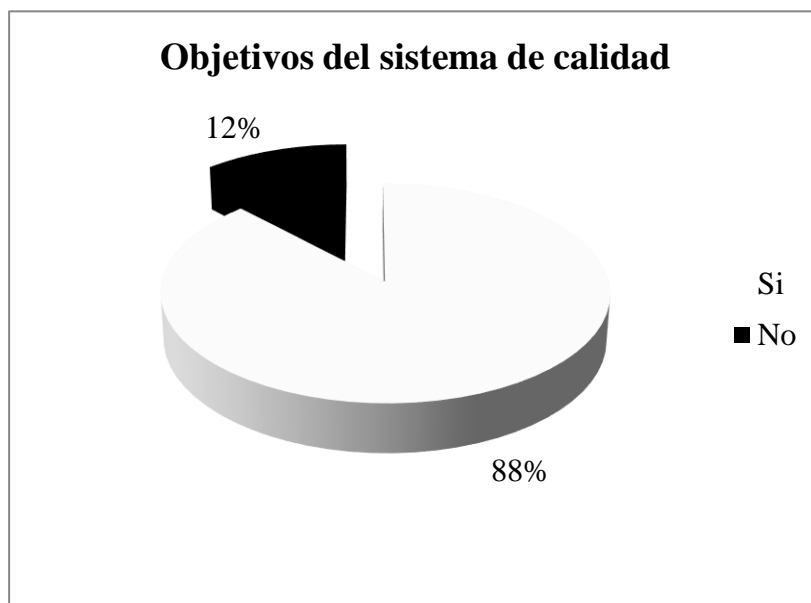


Figura 14: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?

**Interpretación:** En la tabla 23, figura 14 se puede observar que el 88% de los trabajadores encuestados manifiestan que, si creen que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales, mientras que el 12% afirma todo lo contrario.

Tabla XXIV. Conocimientos

TABLA 24

Conocimientos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	100%
No	0	0%
Total	216	100%

*Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador*

*Elaboración: Propia*

Ilustración 15. ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?

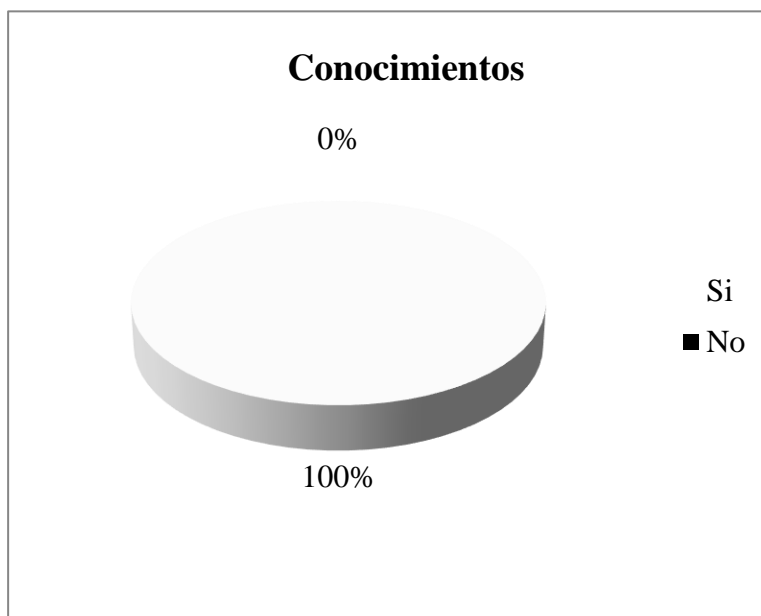


Figura 15: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?

**Interpretación:** En la tabla 24, figura 15 se puede observar que el 100% de los trabajadores encuestados si tienen conocimientos de lo que debe realizar en su trabajo.

Tabla XXV. Capacitación

TABLA 25  
Capacitación

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	190	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?

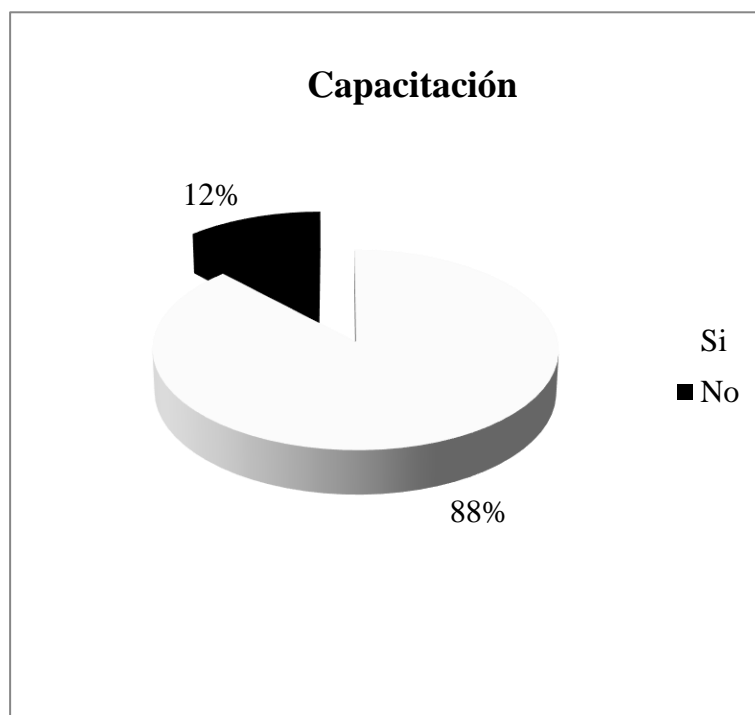


Figura 16: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?

**Interpretación:** En la tabla 25, figura 16 se observa que el 88% de los trabajadores encuestados si han recibido algún tipo de capacitación para desempeñar su trabajo, mientras que el 12% de los encuestados afirman todo lo contrario.

Tabla XXVI. Calidad del servicio

TABLA 26  
Calidad del servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	190	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 17. ¿Considera que las forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?

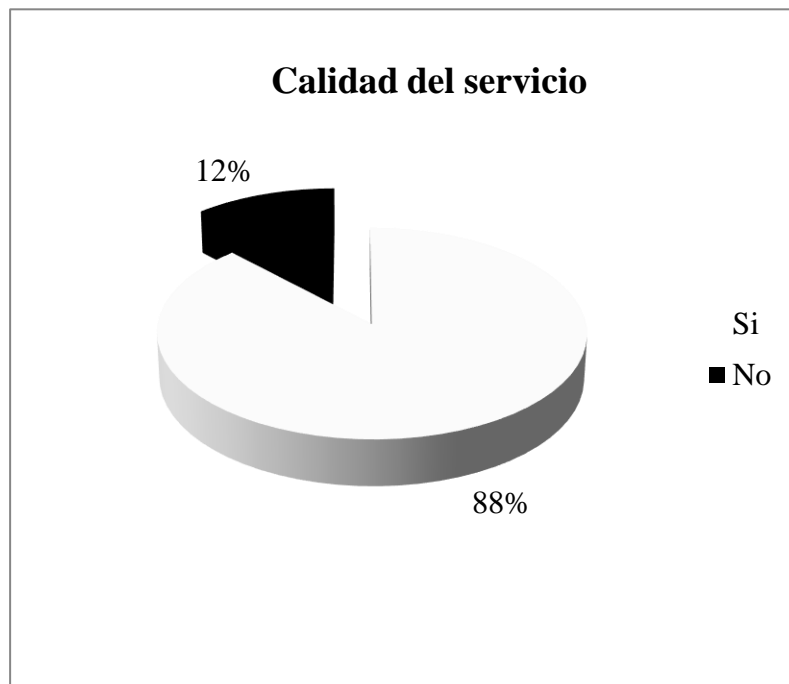


Figura 17: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?

**Interpretación:** En la tabla 26, figura 17 se puede observar que el 88% de los trabajadores encuestados si consideran que la forma en la que desempeñan su trabajo afecta la calidad del servicio que brindan, mientras que el 12% manifiesta todo lo contrario

Tabla XXVII. Sistema de gestión de calidad

TABLA 27

Sistema de gestión de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	53%
No	181	47%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 18. ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?

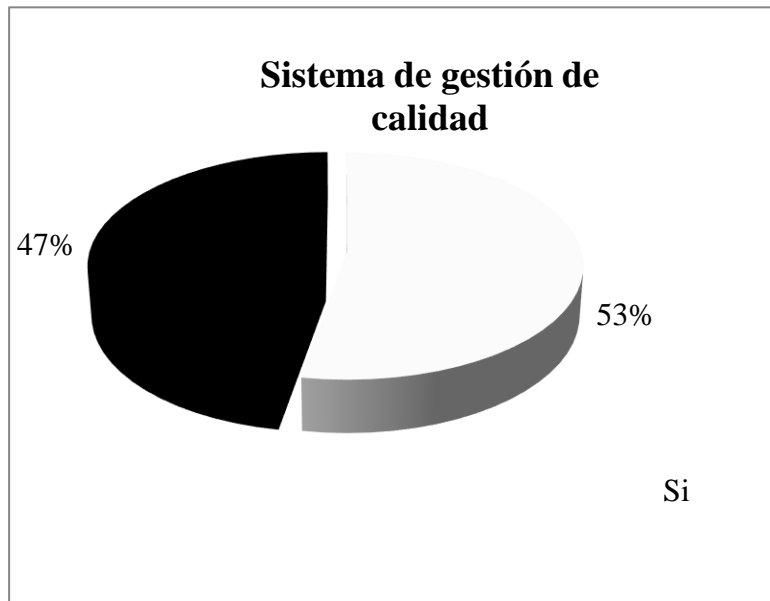


Figura 18: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?

**Interpretación:** En la tabla 27, figura 18 se puede observar que el 53% de los usuarios encuestados si creen que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional, mientras que el 47% manifiesta todo lo contrario.

Tabla XXVIII. Empresas de mayor calidad

TABLA 28

Empresas de mayor calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	53%
No	181	47%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 19. ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?

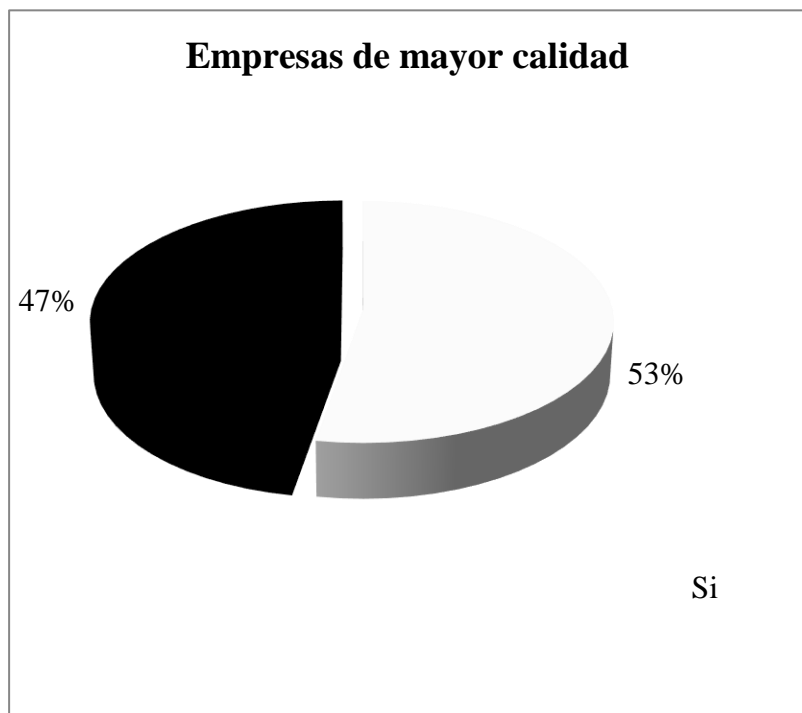


Figura 19: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?

**Interpretación:** En la tabla 28, figura 19 se puede observar que el 53% de los usuarios encuestados si creen que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad, mientras que el 47% manifestó todo lo contrario.

Tabla XXIX. Personal idóneo

TABLA 29

Personal idóneo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	39%
No	233	61%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 20. ¿Considera que las empresas de transporte urbano cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?

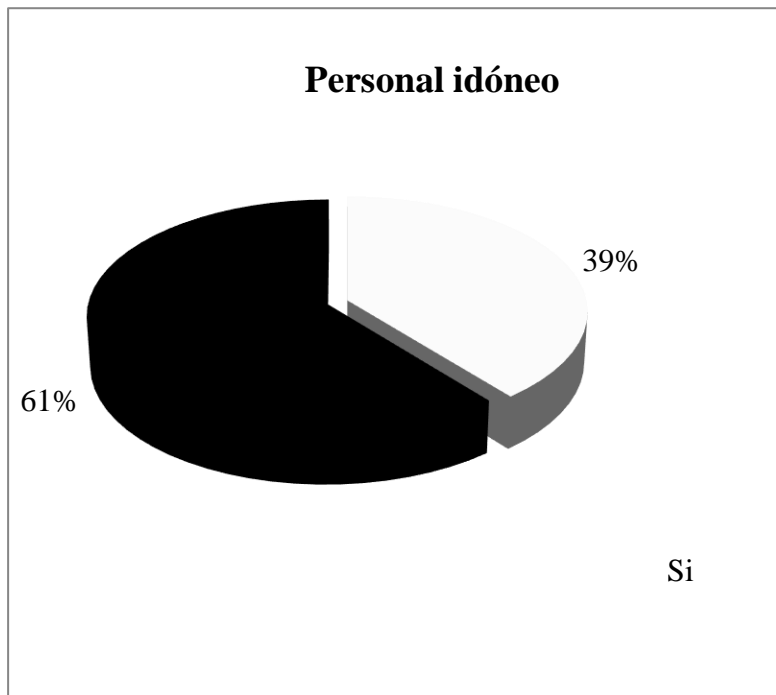


Figura 20: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera que las empresas de transporte urbano cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?

**Interpretación:** En la tabla 29, figura 20 se puede observar que el 39% de los usuarios encuestados consideran que las empresas de transporte urbano si cuenta con el personal idóneo para el puesto que desempeñan, mientras que el 61 manifiesta todo lo contrario.

Tabla XXX. Documentos de monitoreo y de control

TABLA 30

Documentos de monitoreo y de control		
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 21. ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?



Figura 21: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?

**Interpretación:** En la tabla 30, figura 21 se observa que el 100% de los gerentes encuestados afirman que la organización si cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y control.



Tabla XXXI. Identificar problemas

TABLA 31

Identificar problemas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 22. ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?

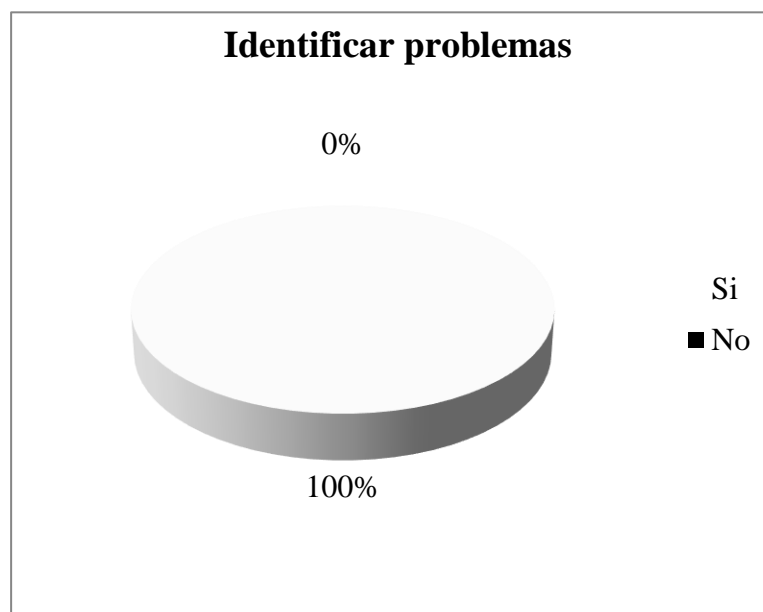


Figura 22: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?

**Interpretación:** En la tabla 31, figura 22 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados si creen que contar con documentos de control les permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas.

Tabla XXXII. Encuestas de calidad

TABLA 32

Encuestas de calidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 23. ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?

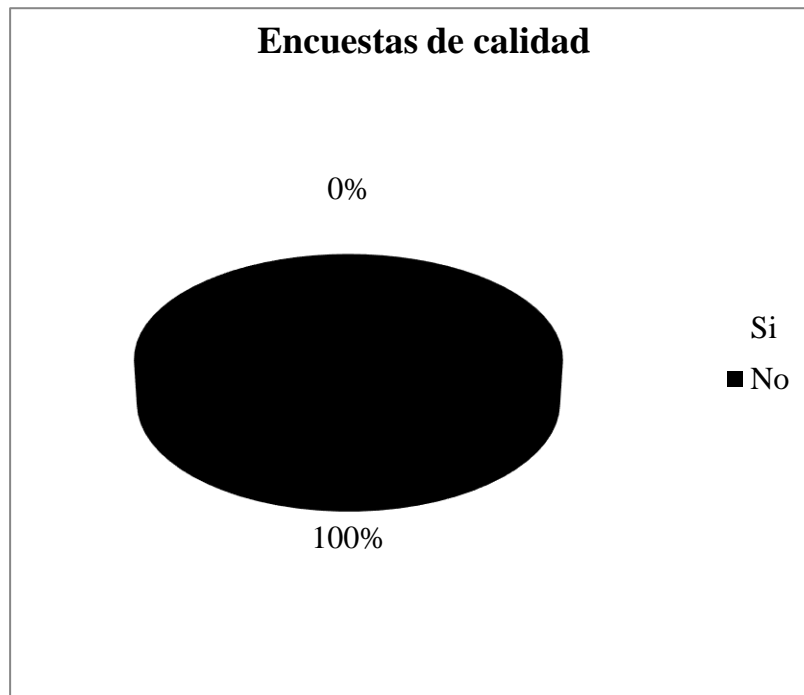


Figura 23: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?

**Interpretación:** En la tabla 32, figura 23 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados no realizan encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido.

Tabla XXXIII. Fallas del servicio

TABLA 33

Fallas del servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 24. ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?

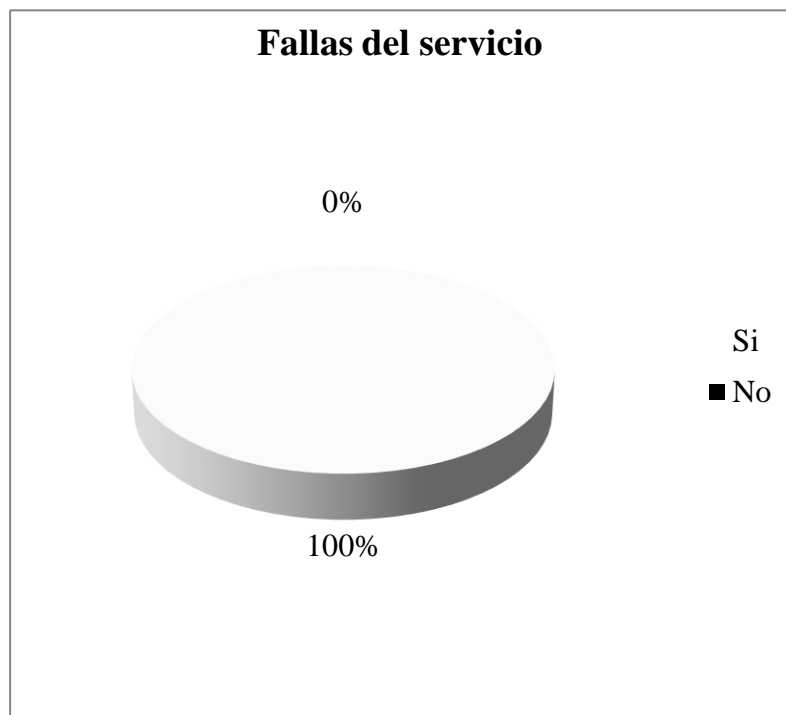


Figura 24: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?

**Interpretación:** En la tabla 33, figura 24 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados afirman que si utilizan las fallas del servicio para mejorarlo continuamente.

**5.1.3. O.E.3 Determinar los principios de la atención al cliente en las MYPE de transporte público- urbano en el distrito de Piura, 2019.**

Tabla XXXIV. Conocimiento suficiente

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE		
TABLA 34		
Conocimiento suficiente		
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	190	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 25. ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?

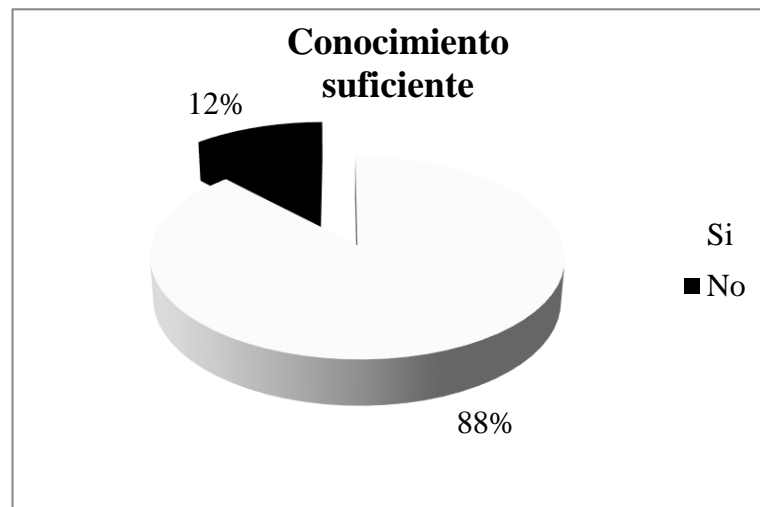


Figura 25: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?

**Interpretación:** En la tabla 34, figura 25 se puede observar que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% afirman que, si cuentan con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presentan en su trabajo, mientras que el 12% de los mismos afirmaron todo lo contrario.

Tabla XXXV. Servicio de transporte

TABLA 35

Servicio de transporte

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	39%
No	233	61%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 26. ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?

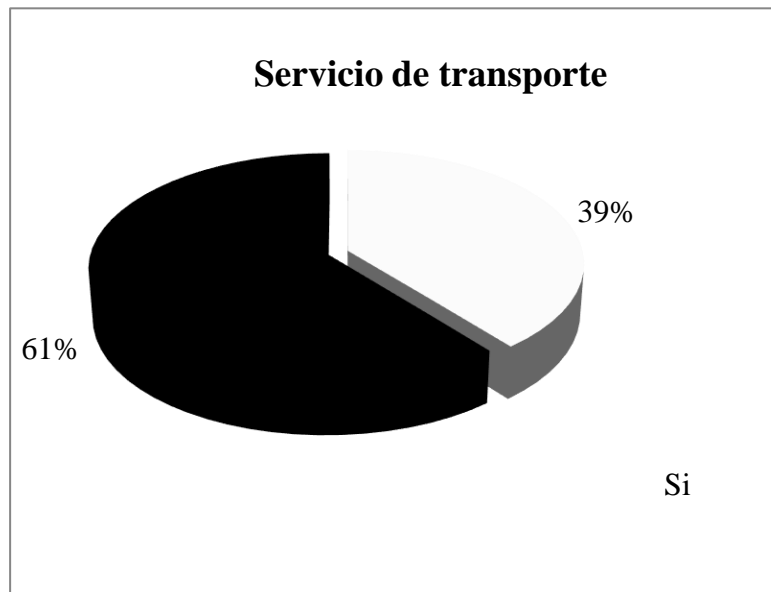


Figura 26: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?

**Interpretación:** En la tabla 35, figura 26 se observa que el 39% de los usuarios encuestados afirman que ante una duda, sobre el servicio de transporte si le han sabido dar alguna respuesta, mientras que el 61% de los encuestados afirman todo lo contrario.

Tabla XXXVI. Le brindan entrenamientos

TABLA 36  
Le brindan entrenamientos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	100%
No	0	0%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 27. ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre cómo atender al cliente?

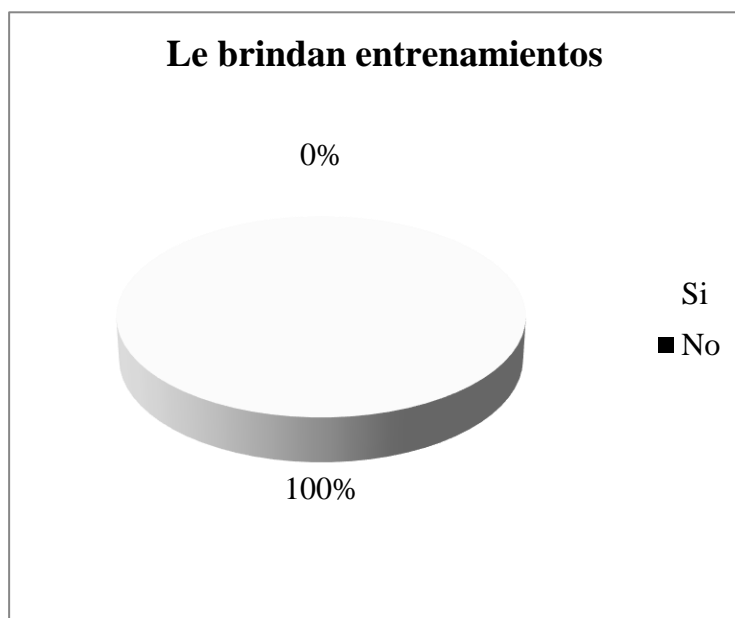


Figura 27: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre cómo atender al cliente?

**Interpretación:** En la tabla 36, figura 27 se puede observar que el 100% de los trabajadores encuestados afirman que la empresa si le brindan entrenamiento sobre cómo atender al cliente.

Tabla XXXVII. Estabilidad laboral

TABLA 37  
Estabilidad laboral

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 28. ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?

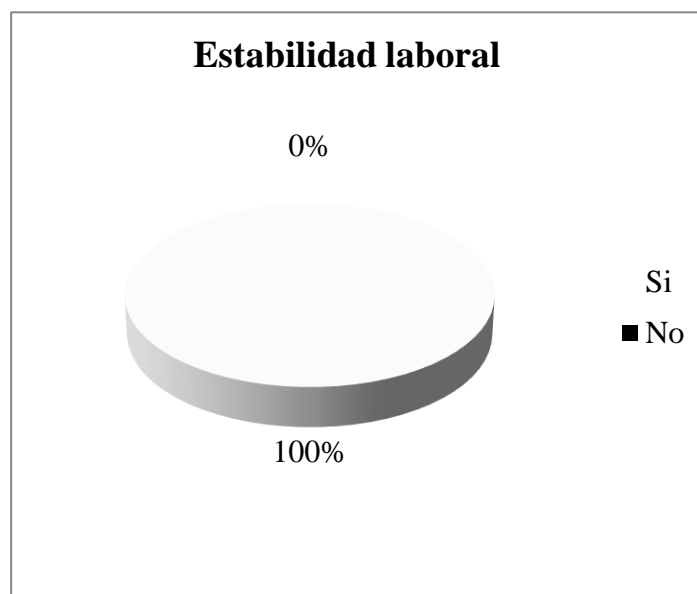


Figura 28: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?

**Interpretación:** En la tabla 37, figura 28 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados si invierten en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores.

Tabla XXXVIII. Se le informa el motivo

TABLA 38  
Se le informa el motivo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	142	37%
No	241	63%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 29. ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?

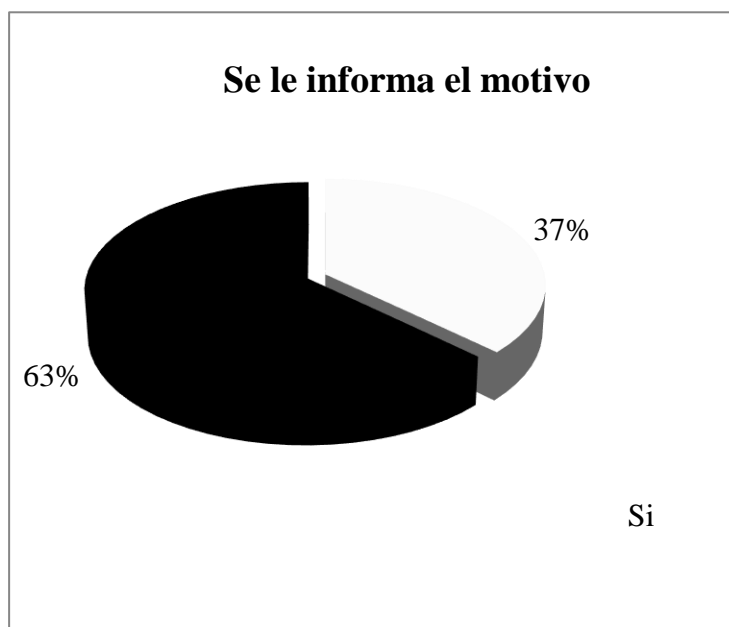


Figura 29: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?

**Interpretación:** En la tabla 38, figura 29 se puede observar que el 37% de los usuarios encuestados afirmaron que, ante algún incumplimiento del servicio, si se le informa el motivo, mientras que el 63% afirman que no.



Tabla XXXIX. Medios o instrumentos adecuados

TABLA 39

Medios o instrumentos adecuados

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	39%
No	233	61%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 30. ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?

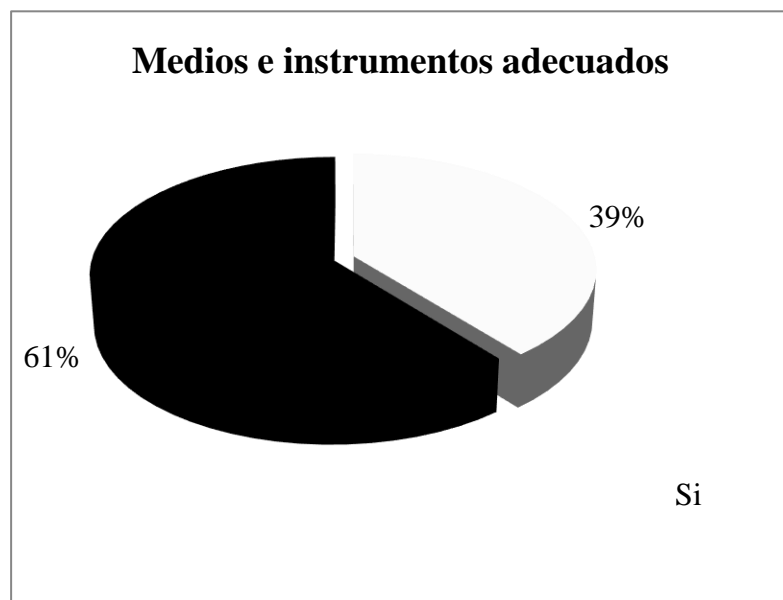


Figura 30: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?

**Interpretación:** En la tabla 39, figura 30 se puede observar que el 39% de los usuarios encuestados afirman que las empresas que utilizan continuamente para movilizarse si cuentan con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio, mientras que el 61% de los encuestados afirman que no.

Tabla XL. Libre de tomar decisiones

TABLA 40  
Libre de tomar decisiones

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	190	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 31. ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?

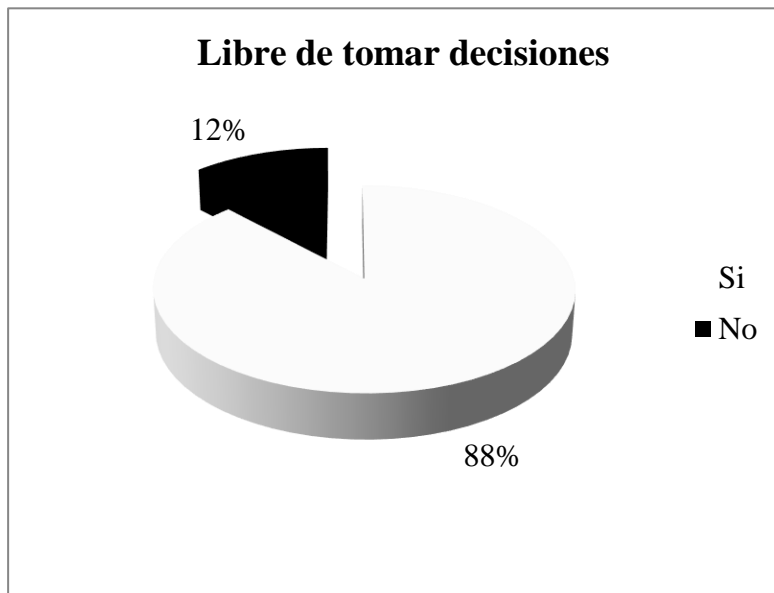


Figura 31: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?

**Interpretación:** En la tabla 40, figura 31 se puede observar que el 88% de los trabajadores encuestados afirman que, si son libres de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita, mientras en el 12% se puede observar todo lo contrario.

Tabla XLI. Víctima de discriminación

TABLA 41  
Víctima de discriminación

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	39%
No	233	61%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 32. ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?

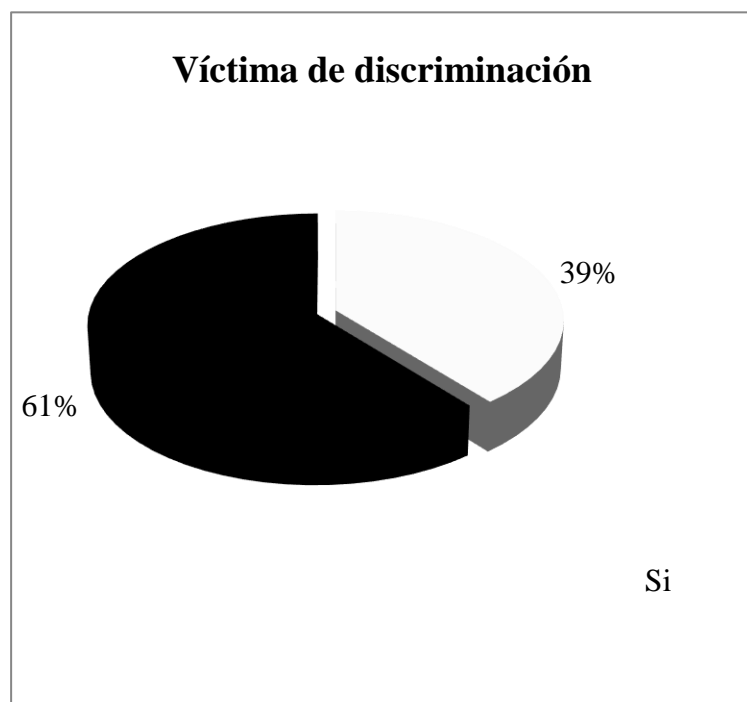


Figura 32: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?

**Interpretación:** En la tabla 41, figura 32 se puede observar que el 39% de los usuarios encuestados afirman que, si han sido víctimas de algún tipo de discriminación o han observado un caso parecido en el transporte urbano, mientras que el 61% afirman que no.

Tabla XLII. Trato amable

TABLA 42  
Trato amable

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	119	31%
No	264	69%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 33. ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?

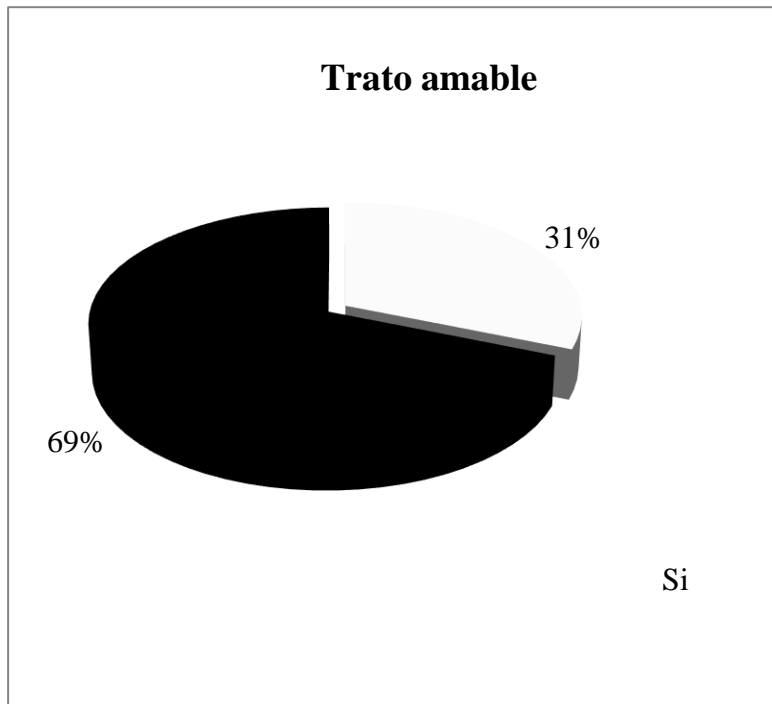


Figura 33: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?

**Interpretación:** En la tabla 42, figura 33 se puede observar que el 31% de los usuarios encuestados afirman que, si reciben un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes, mientras que el 69% afirman que no.

Tabla XLIII. Ha visitado las instalaciones

TABLA 43

Ha visitado las instalaciones

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	135	35%
No	248	65%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 34. ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?

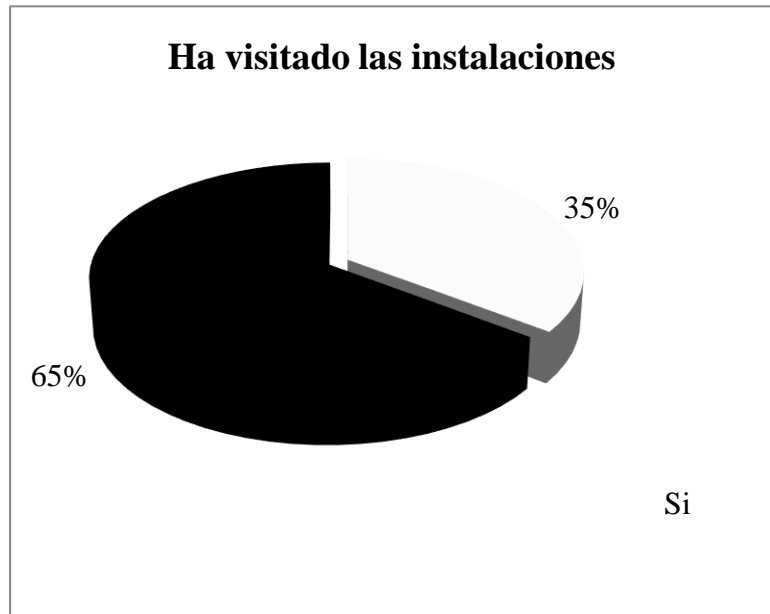


Figura 34: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?

**Interpretación:** En la tabla 43, figura 34 se puede observar que el 35% de los usuarios encuestados afirman que, si alguna vez han visitado las instalaciones de dichas empresas, mientras que el 65% de los encuestados manifiestan que no.

Tabla XLIV. Tecnología

TABLA 44  
Tecnología

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 35. ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?

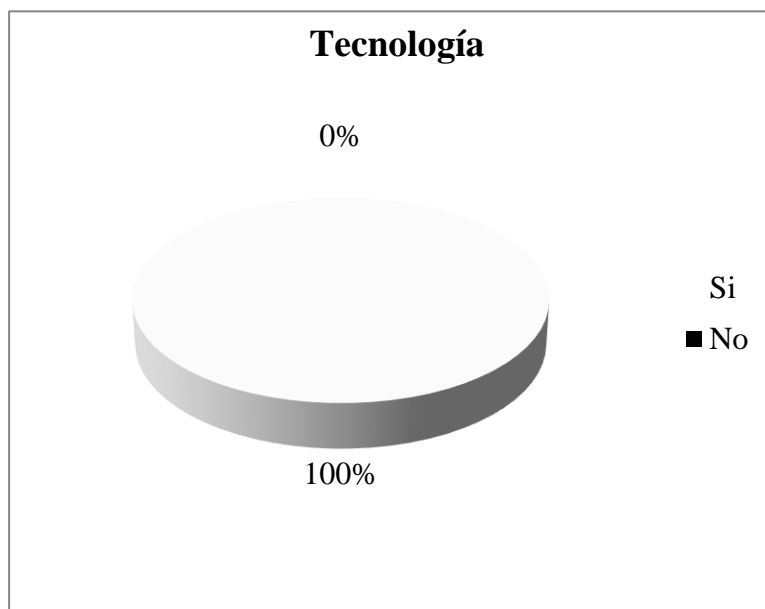


Figura 35: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?

**Interpretación:** En la tabla 44, figura 35 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados si implementan la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE.

**5.1.4. O.E.4 Identificar las ventajas de la atención al cliente en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

*Tabla XLV. Experiencia con un servicio*

TABLA 45  
Experiencia con un servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	225	59%
No	158	41%
Total	383	100%

*Fuente: Cuestionario dirigido al cliente*

*Elaboración: Propia*

*Ilustración 36. ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?*



*Figura 36: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?*

**Interpretación:** En la tabla 45, figura 36 se puede observar que el 59% de los usuarios encuestados afirman que si su experiencia con un servicio es agradable si lo utilizarían de nuevo, mientras que el 41% de los encuestados afirman que no.

Tabla XLVI. Atención de calidad al cliente

TABLA 46

Atención de calidad al cliente

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 37. ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?

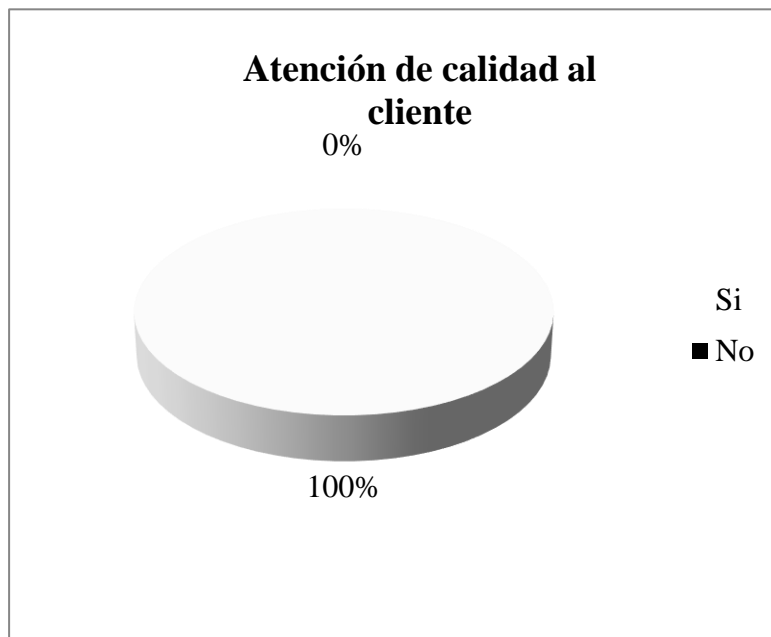


Figura 37: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?

**Interpretación:** En la tabla 46, figura 37 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados afirman que si creen que brindar una buena atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad para su negocio.



Tabla XLVII. Comunica a sus allegados

TABLA 47  
Comunica a sus allegados

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	225	59%
No	158	41%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 38. ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?

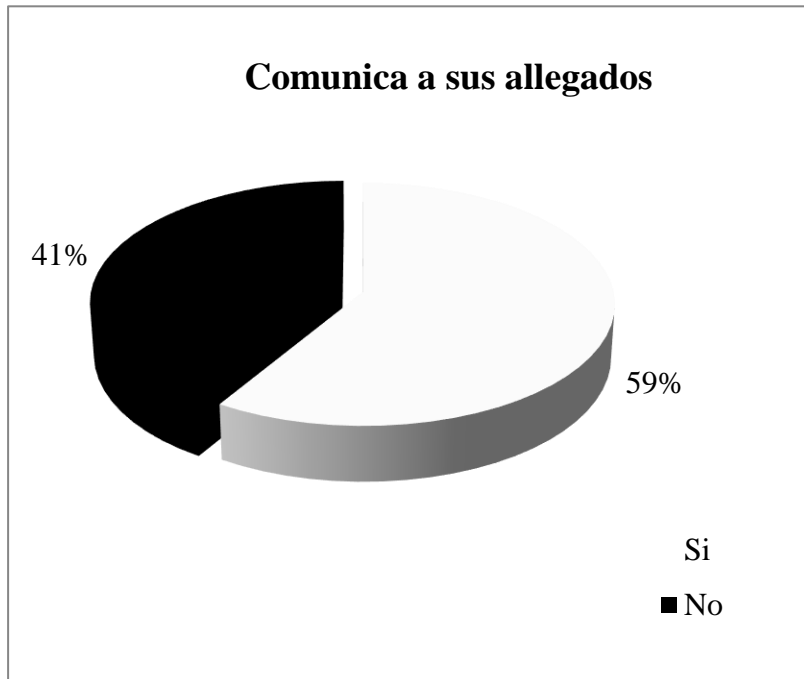


Figura 38: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?

**Interpretación:** En la tabla 47, figura 38 se puede observar que el 59% de los usuarios encuestados continuamente si comunican a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio, mientras que el 41% de los encuestados manifiestan que no lo hacen.

Tabla XLVIII. Valora del servicio

TABLA 48  
Valora del servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Material	77	20%
Precio	164	43%
Atención	142	37%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 39. ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio?

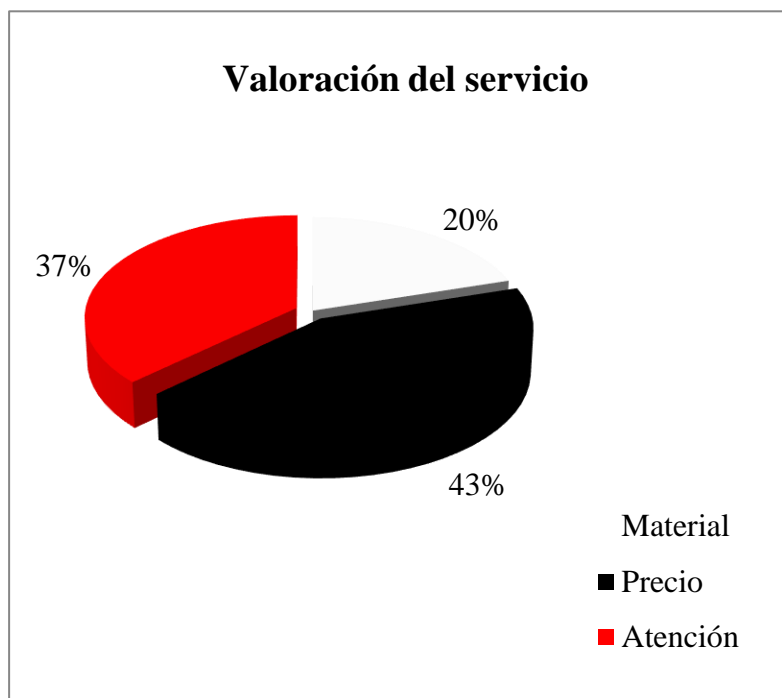


Figura 39: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio?

**Interpretación:** En la tabla 48, figura 39 se puede observar que el 20% de los usuarios encuestados afirman que el material es lo que más valoran de un servicio, el 37% aprecian más el precio de un servicio y por último el 43% lo que más aprecia es la atención.

Tabla XLIX. Ofreciendo un buen servicio

TABLA 49

Ofreciendo un buen servicio

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 40. ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?



Figura 40: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?

**Interpretación:** En la tabla 49, figura 40 se puede observar que el 83% de los gerentes encuestados si creen que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente, mientras que un 17% no.

Tabla L. Servicio de calidad al cliente

TABLA 50  
Servicio de calidad al cliente

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	225	59%
No	158	41%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 41. ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?



Figura 41: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?

**Interpretación:** En la tabla 50, figura 41 se puede observar que el 59% de los usuarios encuestados que brindándole un servicio de calidad al cliente si basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio, mientras que el 41% manifiesta que no.

Tabla LI. Le generaría confianza

TABLA 51

Le generaría confianza

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	218	57%
No	165	43%
Total	383	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al cliente

Elaboración: Propia

Ilustración 42. ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?

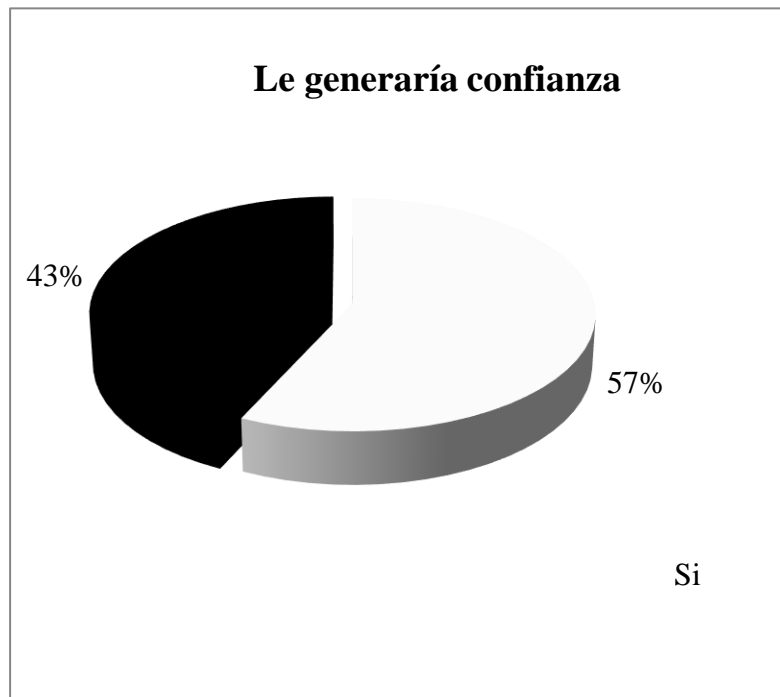


Figura 42: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?

**Interpretación:** En la tabla 51, figura 42 se puede observar que el 57% de los usuarios encuestados afirman si las empresas de transporte le brindan buen servicio, si le generaría confianza, mientras que el 43% manifiesta todo lo contrario.

Tabla LII. Lealtad de los clientes

TABLA 52  
Lealtad de los clientes

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 43. ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?

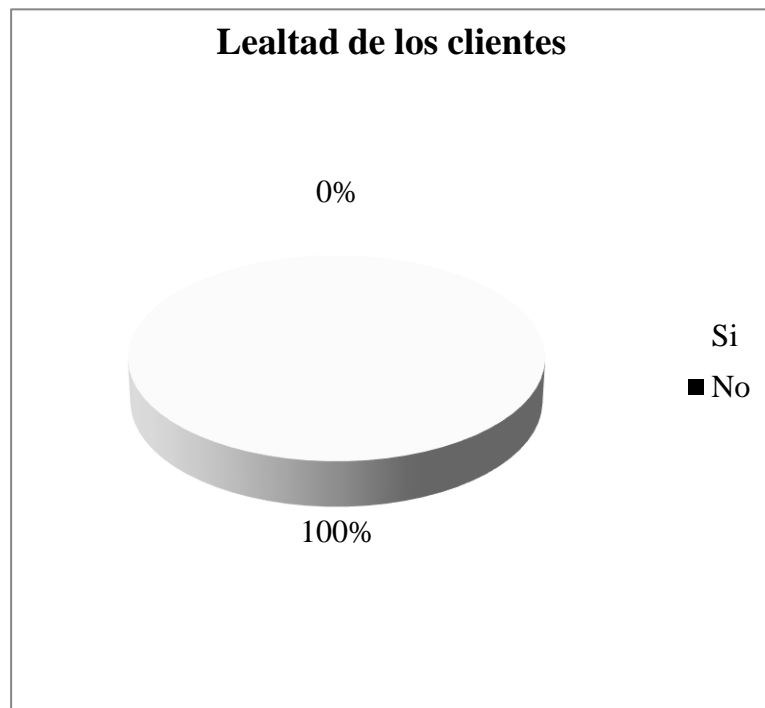


Figura 43: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?

**Interpretación:** En la tabla 52, figura 43 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados si creen que ofreciendo un servicio de calidad de las empresas obtengan lealtad de los clientes.

Tabla LIII. Trabajadores satisfechos

TABLA 53  
Trabajadores satisfechos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 44. ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?



Figura 44: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?

**Interpretación:** En la tabla 53, figura 44 se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados si consideran importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen.

Tabla LIV. Motivación para desempeñar su trabajo

TABLA 54

Motivación para desempeñar su trabajo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	216	88%
No	26	12%
Total	216	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al trabajador

Elaboración: Propia

Ilustración 45. ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?



Figura 45: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?

**Interpretación:** En la tabla 54, figura 45 se puede observar que el 88% de los trabajadores encuestados afirman que, si reciben algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo, mientras que el 12% restante manifiestan todo lo contrario.



Tabla LV. Brindan un servicio de calidad

TABLA 55

Brindan un servicio de calidad		
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Cuestionario dirigido al gerente

Elaboración: Propia

Ilustración 46. ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente?

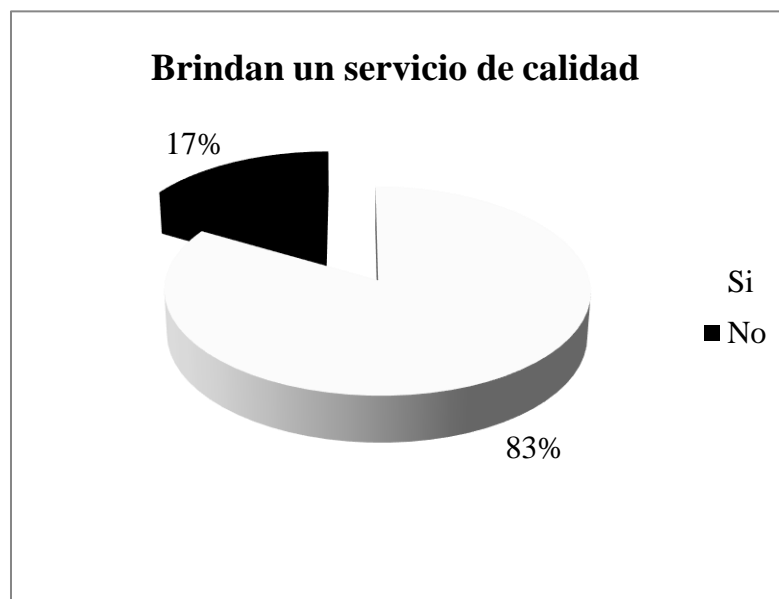


Figura 46: Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente?

**Interpretación:** En la tabla 55, figura 46 se puede observar que el 83% de los gerentes encuestados si consideran que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente, mientras que el 17% considera todo lo contrario.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. O.E.1 Describir los determinantes de la calidad en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

En la tabla 10, figura 1 denominada “Apariencia, moderna” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 57% manifiestan que la unidad de transporte que usa diariamente si tienen apariencia moderna, mientras que el 43% considera que no tienen apariencia moderna, afirmación que se asemeja con Gamarra & Delgado (2016), quienes concluyen que los factores determinantes de la calidad del servicio de transporte público en la ciudad del Cuzco, son la forma de manejo del conductor, tiempo de viaje, trato y apariencia del conductor y el estado físico del automóvil. Así mismo, Mauriola (2015), manifestó que cuando se habla de elementos tangibles se están refiriendo a la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y dispositivos de comunicaciones.

En la tabla 11, figura 2 denominada “Se siente seguro” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 37% afirman que si se sienten seguros viajando en los buses de transporte urbano, mientras que el 63% considera todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Silvia & Torres (2017), quienes concluyen que el uso masivo de los buses en la ciudad del Cuenca, se mantendrá por mucho tiempo, puesto que brindara a la población un sistema de transporte seguro. Así mismo, Mauriola (2015), menciona que hablar de elementos tangibles dentro de una empresa es hablar sobre la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y dispositivos de comunicaciones.

En la tabla 12, figura 3 denominada “Servicio adecuado” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 33% afirman que las empresas de transporte que utilizan frecuentemente si les brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido, mientras el 67% de la población encuestada afirman todo lo contrario, afirmación que discrepa con Gamarra & Delgado (2016), quienes concluyen que el 38% de la población encuestada manifiesta que sobre la prestación del servicio del transporte público urbano indican que la calidad del servicio es malo, el 59% afirman que es regular y el 3% afirman que el servicio es bueno. Por otra parte, Carbajal (2017) define la capacidad de respuesta como la capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma fiable y correcta; veracidad y creencia en la honestidad del servicio que ofrecen”, ofreciendo el buen funcionamiento de sus equipos.

En la tabla 13, figura 4 denominada “Cumple con su recorrido” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 43% afirman que los buses de transporte que utilizan diariamente si cumplen con su recorrido correctamente, mientras que el 57% de los mismos afirmaron todo lo contrario, afirmación que se contrasta con Arévalo (2015), quien concluye que un 67% de los empresarios muy poco les interesa las capacitaciones, y en dar un buen servicio. Por otro lado, Carbajal (2017) define la fiabilidad como la capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma fiable y correcta; veracidad y creencia en la honestidad del servicio que ofrecen, ofreciendo el buen funcionamiento de sus equipos.

En la tabla 14, figura 5 denominada “Buscan cubrir su necesidad” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 37% si creen que las empresas de transporte urbano que utilizan frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte, afirmación que se contrapone con Arévalo (2015), quien concluye que el

67% de empresarios utiliza mediciones de desempeño de los procesos de calidad. Por otro lado, Carbajal (2017), define la capacidad de respuesta es un aspecto que se refiere a la disposición de entender y ofrecer un servicio rápido, pues afirma que hoy en día los clientes y usuarios de un servicio es lo que más exigen.

En la tabla 15, figura 6 denominada “Servicios superando sus expectativas” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 37% afirman que las empresas de transporte si brindan un servicio superando sus expectativas, mientras que el 63% manifiestan todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Gamarra & Delgado (2016), quienes concluyen que el 38% de la población considera malo la prestación del servicio de transporte público urbano, mientras que el 59% indican que la calidad de este servicio es regular y por último el 3% de la población indica que el servicio es bueno. Así mismo, Carbajal (2017), define la capacidad de respuesta como un aspecto que se refiere a la disposición de entender y ofrecer un servicio rápido, pues afirma que hoy en día los clientes y usuarios de un servicio es lo que más exigen.

En la tabla 16, figura 7 denominada “Servicio con calidez” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 22% consideran que los trabajadores del transporte urbano que utilizan frecuentemente si buscan ofrecer un servicio con calidez, mientras que 78% de los mismos creen todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Arévalo (2015), quien concluye que al 67% de empresarios muy poco les interesa las capacitaciones y en dar un buen servicio al cliente. Por otro lado, Carbajal (2017), define la seguridad como el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente.

En la tabla 17, figura 8 denominada “Servicio en el tiempo prometido” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 33% afirman que las empresas de transporte si le demuestran respeto a través de su servicio, mientras que 67% de los mismos afirmaron que no, afirmación que se puede contrastar con Arévalo (2015), quien concluye que al 67% de los empresarios muy poco les interesan las capacitaciones y en dar un buen servicio al cliente. Por otro lado, Carbajal (2017), define la seguridad como el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente.

En la tabla 18, figura 9 denominada “Buen trato al cliente” se observa que del 100% de los usuarios encuestados afirman que el 39% de los mismos consideran que las empresas de transporte si les brindan un servicio basado en el buen trato al cliente, mientras que el 61% manifiesta todo lo contrario, afirmación que se contrasta con Arévalo (2015), quien concluye que el 67% de los empresarios muy poco les interesa las capacitaciones y dar un buen servicio al cliente. Por otro lado, Carbajal (2017), manifiesta que cuando hablamos de seguridad no referimos que no se deben registrar peligrosos, riesgos ni daños, pues la define como el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente

En la tabla 19, figura 10 denominada “Solución rápida” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 37% afirman que ante una situación desagradable para ellos, los trabajadores si buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad, mientras que el 63% manifestaron que no, afirmación que se puede contrastar con Arévalo (2015), quien concluye que al 67% muy poco le interesa las

capacitaciones y en dar un buen servicio al cliente. Por otro lado, Carbajal (2017), define la empatía como el brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa, es una habilidad propia del ser humano, a través de las cuales se puede entender a los demás, poniéndose en el lugar de la otra persona y poder entender su forma de pensar, conocer y experimentar su forma de vista.

En la tabla 20, figura 11 denominada “Servicio de calidad” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 43% si creen que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, identificando sus necesidades y deseos individuales, mientras que el 57% no, afirmación que se contrasta con Gamarra & Delgado (2016), quienes concluyen que el 38% de la población considera malo la prestación del servicio del transporte urbano, mientras que el 59% de estos indica que la calidad de este servicio es regular y por último el 3% indica que el servicio es bueno. Por otro lado, Carbajal (2017), define la empatía como el brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa, es una habilidad propia del ser humano, a través de las cuales se puede entender a los demás, poniéndose en el lugar de la otra persona y poder entender su forma de pensar, conocer y experimentar su forma de vista.

### **5.2.2. O.E.2 Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

En la tabla 21, figura 12 denominada “Objetivos organizacionales” se observa que el 100% de los trabajadores encuestados en su totalidad manifiestan que la organización si tiene planteado objetivos organizacionales, afirmación que se puede contrastar con Romero (2018), quien concluye que las empresas de transporte si cuentan con documentos normativos internos, el personal los conoce y los cumple. Así

mismo, (2018), se refiere que producir con mayor eficiencia es una de las ventajas de la gestión de calidad, pues es aquí donde las empresas que ya cuentan con este sistema de gestión de calidad tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo y gasto financiero.

En la tabla 22, figura 13 denominada “Objetivos de la empresa” se observa que el 100% de los trabajadores encuestados en su totalidad si saben cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja, afirmación que se puede contrastar con Romero (2018), quien concluye que las empresas de transporte si cuenta con documentos normativos internos, el personal los conoce y los cumple. Así mismo, (2018), se refiere que producir con mayor eficiencia es una de las ventajas de la gestión de calidad, pues es aquí donde las empresas que ya cuentan con este sistema de gestión de calidad tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo y gasto financiero.

En la tabla 23, figura 14 denominada “Objetivos del sistema de calidad” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% de los mismos si creen que los objetivos del sistema de calidad planteados anteriormente guardan relación con los objetivos organizacionales, mientras que el 12% afirman todo lo contrario, afirmación que se puede contrastar con Romero (2018), quien concluye que los componentes de control interno son la estructura del sistema de calidad y las funciones que desarrollan cada uno de ellos, lo cual permite proporcionar un grado de seguridad

razonable en cuanto a la consecución de los objetivos de control interno. Así mismo, (2018), se refiere que producir con mayor eficiencia es una de las ventajas de la gestión de calidad, pues es aquí donde las empresas que ya cuentan con este sistema de gestión de calidad tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos comerciales y capacitaciones sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo y gasto financiero.

En la tabla 24, figura 15 denominada “Conocimiento” se observa que el 100% de los trabajadores encuestados en su totalidad afirman que, si tiene conocimiento de lo que deben realizar en su trabajo, afirmación que se contrapone con Arévalo (2015), quien concluye que el 67% de empresarios muy poco les interesan las capacitaciones y en dar un buen servicio al cliente. Por otro lado, Romero (2018) manifiesta que la gestión de calidad estimula la ética en los trabajadores, a través de las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de todos sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un sistema de gestión de calidad, buscando que los trabajadores estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñaran adecuadamente en la organización.

En la tabla 25, figura 16 denominada “Capacitación” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% si han recibido algún tipo de capacitación para desempeñar su trabajo, mientras que el 12% del resto de la población afirmaron todo lo contrario, afirmación que se contrapone con Arévalo (2015), quien concluye que al 67% de los empresarios muy pocos les interesan las capacitaciones y en dar buen servicio al cliente. Por otro lado, Romero (2018), manifiesta que la gestión de calidad estimula la ética en los trabajadores, a través de las funciones claras y definidas, los



sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de todos sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un sistema de gestión de calidad, buscando que los trabajadores estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñaran adecuadamente en la organización.

En la tabla 26, figura 17 denominada “Calidad del servicio” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% consideran que la forma en la que desempeñan su trabajo si afecta la calidad del servicio que brindan, mientras que el 12% del resto de la población encuestada afirman todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Arévalo (2015), quien concluye que la mayoría de las MYPES encuestadas no tienen un manejo de la gestión de calidad. Así mismo, Romero (2018) manifiesta que la gestión de calidad estimula la ética en los trabajadores, a través de las funciones claras y definidas, los sistemas de capacitación establecidos, así como una clara comprensión de todos sus roles afectan la calidad y el éxito del negocio, son propios del enfoque de un sistema de gestión de calidad, buscando que los trabajadores estén motivados y satisfechos, ya que así se desempeñaran adecuadamente en la organización.

En la tabla 27, figura 18 denominada “Sistema de gestión de calidad” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 53% creen que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión calidad si lograrían obtener una buena imagen internacional, mientras que el 47% considera que no, afirmación que se asemeja con Arévalo (2015), quien concluye que la mayoría de las MYPES encuestadas no tienen un manejo adecuado de la gestión de calidad. Así mismo, Romero (2018) se refiere que la gestión de calidad da buena imagen a nivel internacional, y manifiesta que la norma ISO: 2019 es una norma que establece los

requisitos para la implementación de un sistema de gestión de calidad, siendo una marca de gestión de calidad que, al implementar este sistema, los negocios parecerán dignos de confianza.

En la tabla 28, figura 19 denominada “Empresas de mayor calidad” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 53% afirman que si creen que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad, todo lo contrario se observa con el 47%, afirmación que se asemeja con Gamarra & Delgado (2016), quienes concluyen que el 38% de población encuestada considera malo la prestación del servicio de transporte urbano, mientras que el 59% de estos indican que la calidad de este servicio es regular y solo un 3% indican que el servicio es bueno. Por otro lado, Romero (2018), se refiere que la gestión de calidad da buena imagen a nivel internacional, y manifiesta que la norma ISO: 2019 es una norma que establece los requisitos para la implementación de un sistema de gestión de calidad, siendo una marca de gestión de calidad que, al implementar este sistema, los negocios parecerán dignos de confianza.

En la tabla 29, figura 20 denominada “Personal idóneo” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 39% consideran que las empresas de transporte urbano si cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan, mientras que el 61% considera todo lo contrario, afirmación que se contrapone con Arévalo (2016) quien concluye que el 67% de empresarios muy poco les interesan las capacitaciones y en dar buen servicio al cliente. Por otro lado, La ISO:9001 (2014) se refiere que otra ventaja de la gestión de calidad es la organización de las tareas es más adecuado y rápido esta ventaja consiste en que se lleva un mejor orden sobre los objetivos de la empresa y los ideales de la misma con respecto a la calidad, y es por ello que busca

dotarse de todo el personal idóneo para cada área y estableciendo las funciones de cada miembro de la organización todo esto a través de documentos de control clave para supervisar todo el plan del sistema de calidad.

En la tabla 30, figura 21 denominada “Documentos de monitoreo y de control” se observa que el 100% de los gerentes encuestados afirman que la organización si cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control, afirmación que se asemeja con Romero (2018), quien concluye que los componentes de control interno son la estructura del sistema y las funciones que desarrollan cada una de ellos, lo cual permite proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de los objetivos de control interno. Así mismo, La ISO:9001 (2014) se refiere que otra ventaja de la gestión de calidad es la organización de las tareas es más adecuado y rápido esta ventaja consiste en que se lleva un mejor orden sobre los objetivos de la empresa y los ideales de la misma con respecto a la calidad, y es por ello que busca dotarse de todo el personal idóneo para cada área y estableciendo las funciones de cada miembro de la organización todo esto a través de documentos de control clave para supervisar todo el plan del sistema de calidad.

En la tabla 31, figura 22 denominada “Identificar problemas” se observa que el 100% de los gerentes encuestados si creen que contar con documentos de control le permiten identificar y tomar las decisiones adecuadas, afirmación que se puede contrastar con Romero (2018), quien concluye que las empresas de transporte cuentan con un sistema de calidad facilitando la toma de decisiones. Así mismo, La ISO:9001 (2014) se refiere que otra ventaja de la gestión de calidad es la organización de las tareas es más adecuado y rápido esta ventaja consiste en que se lleva un mejor orden

sobre los objetivos de la empresa y los ideales de la misma con respecto a la calidad, y es por ello que busca dotarse de todo el personal idóneo para cada área y estableciendo las funciones de cada miembro de la organización todo esto a través de documentos de control clave para supervisar todo el plan del sistema de calidad.

En la tabla 32, figura 23 denominada “Encuesta de calidad” se observa que el 100% de los gerentes encuestados no realizan encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido, afirmación que se asemeja con Arévalo (2015), quien concluye que el 67% de los empresarios muy poco les interesan las capacitaciones y en dar buen servicio al cliente. Así mismo, Romero (2018), afirma que la gestión de calidad da mayor grado de satisfacción en los clientes y menciona que la norma ISO:9001 se basa en el principio de la mejora continua. Este estándar permite a las empresas definir que debe ser un producto de calidad y como deben satisfacer las necesidades de los clientes. Así mismo proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

En la tabla 33, figura 24 denominada “fallas del servicio” se observa que el 100% de los gerentes encuestados si utilizan las fallas del servicio para mejorarlo continuamente, afirmación que se puede contrastar con Morocho & Rodríguez (2019), quienes concluyen que existe la necesidad de plantear sugerencias para mejorar las deficiencias técnicas como operativas detectadas. Por otro lado, Romero (2018) afirma que la gestión de calidad da mayor grado de satisfacción en los clientes y menciona que la norma ISO:9001 se basa en el principio de la mejora continua. Este estándar permite a las empresas definir que debe ser un producto de calidad y como deben satisfacer las necesidades de los clientes. Así mismo proporciona a las empresas el

marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua.

### **5.2.3. O.E.3 Determinar los principios de la atención al cliente en las MYPE de transporte público- urbano en el distrito de Piura, 2019.**

En la tabla 34, figura 25 denominada “Conocimiento suficiente” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% manifiestan que, si cuentan con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presentan en su trabajo, mientras que el 12% afirman todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Ojanama (2018), quien concluye que las MYPES si conocen los documentos de gestión, los choferes están bien capacitados para brindar un buen servicio de calidad. Así mismo, Pascal (2017) define la velocidad como la capacidad de respuesta, puesto que tiene el mayor impacto tanto en la satisfacción como en la insatisfacción de los clientes, esto va a depender si la respuesta dada al cliente es rápida o, todo lo contrario.

En la tabla 35, figura 26 denominada “Servicio del transporte” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 39% aseguran que ante una duda, sobre el servicio de transporte si le han sabido dar alguna respuesta, mientras que el 61% afirman todo lo contrario, afirmación que se contrapone con Benites (2018), quien concluye que en la empresa de transporte de pasajeros Guadalupe S.A se evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. Por otro lado, Pascal (2017) define la velocidad como la capacidad de respuesta, puesto que tiene el mayor impacto tanto en la satisfacción como en la insatisfacción de los clientes, esto va a depender si la respuesta dada al cliente es rápida o, todo lo contrario.

En la tabla 36, figura 27 denominada “Le brindan entrenamientos” se observa que el 100% de los trabajadores encuestados en su totalidad afirman que la empresa si les brindan entrenamientos sobre cómo atender al cliente, afirmación que se contrasta con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de pasajes Guadalupe S.A sus trabajadores cuentan con licencia, autorización vigente, sus operadores se encuentran categorizados para operar en el transporte de pasajeros. Así mismo, Pascal (2017), manifiesta que la precisión es lo mínimo que los clientes esperan recibir y los factores que lo afectan son el entrenamiento, puesto que se centra en engrandecer los conocimientos, las habilidades de comunicación, y se busca que los trabajadores se apropien de esta habilidad, los sistemas de información son cruciales para la exactitud del servicio y por último el trabajo en equipo que dependerá de la comunicación que exista internamente en la organización y de la política de la empresa.

En la tabla 37, figura 28 denominada “Estabilidad laboral” se observa que el 100% de los gerentes encuestados afirmaron que, si invierten en el fortalecimiento de habilidad y en la estabilidad laboral de sus trabajadores, afirmación que se puede contrastar con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de pasajes Guadalupe S.A sus trabajadores cuentan con licencia, autorización vigente, sus operadores se encuentran categorizados para operar en el transporte de pasajeros. Así mismo, Pascal (2017), manifiesta que la precisión es lo mínimo que los clientes esperan recibir y los factores que lo afectan son el entrenamiento, puesto que se centra en engrandecer los conocimientos, las habilidades de comunicación, y se busca que los trabajadores se apropien de esta habilidad, los sistemas de información son cruciales para la exactitud del servicio y por último el trabajo en equipo que dependerá

de la comunicación que exista internamente en la organización y de la política de la empresa.

En la tabla 38, figura 29 denominada “Se le informa el motivo” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 37% afirman que ante algún incumplimiento del servicio, si se le informa el motivo, mientras que 63% manifiesta que no se le informa el motivo, afirmación que se asemeja con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de pasajes Guadalupe S.A sus trabajadores cuentan con licencia, autorización vigente, sus operadores se encuentran categorizados para operar en el transporte de pasajeros y cumple con los horarios de salida y de llegada programados. Por otra parte, Pascal (2017) menciona que la transparencia es tan indispensable como la velocidad y la exactitud en el servicio, por lo cual este principio sugiere que se le debe informar al cliente que se va a realizar durante el servicio, porque como el detalla la “demora no es importante, mientras se dé antes alguna razón.

En la tabla 39, figura 30 denominada “Medios e instrumentos adecuados” se observa que del 100% de usuarios encuestados el 39% manifiesta que las empresas que utilizan continuamente para movilizarse si cuentan con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio, mientras que el 61% afirman todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Ojanama (2018), quien concluye que se consideran importante realizar promociones de ventas para obtener nuevos usuarios y mantenerlo satisfecho al satisfacer sus necesidades. Pascal (2017) define la accesibilidad como verificar que el cliente no tenga ningún problema al intentar acceder al servicio de una empresa, puesto que la accesibilidad es su mayor obstáculo, este principio se puede dar mediante la creación de una página web respondiendo a inquietudes de los clientes, entre otros medios.

En la tabla 40, figura 31 denominada “Libre de tomar decisiones” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados el 88% manifiestan que si son libres de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación así lo amerita, mientras que el 12% manifestó que no, afirmación que se puede contrastar con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de pasajes Guadalupe S.A sus trabajadores cuentan con licencia, autorización vigente, sus operadores se encuentran categorizados y capacitados para operar en el transporte de pasajeros. Así mismo, Pascal (2017) define el empoderamiento como el dejar ser a los trabajadores, que sean creativos en la forma en cómo atender a los clientes.

En la tabla 41, figura 32 denominada “Victima de discriminación” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 39% manifiestan que si han sido víctimas de algún tipo de discriminación o han observado un caso parecido en el transporte urbano, mientras que el 61% afirmaron que no, afirmación que se contrapone con Benites (2018), quien concluye que en la empresa de transporte de pasajeros Guadalupe S.A se evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. Por otro lado, Pascal (2017), define la amabilidad como un principio que se basa en la parte de los seres humanos referente a la educación. Puesto que el servicio se basa en la comunicación entre las personas incluyendo la autoayuda, cabe resaltar que la interacción que se da entre el cliente y el trabajador puede tener un efecto que puede ser bueno o malo con relación a la experiencia recibida.



En la tabla 42, figura 33 denominada “Trato amable” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 31% manifiestan que si reciben un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transporte, mientras que el 69% afirman todo lo contrario, afirmación que se contrasta con Benites (2018), quien concluye que en la empresa de transporte de pasajeros Guadalupe S.A se evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. Así mismo, Pascal (2017), define la amabilidad como un principio que se basa en la parte de los seres humanos referente a la educación. Puesto que el servicio se basa en la comunicación entre las personas incluyendo la autoayuda, cabe resaltar que la interacción que se da entre el cliente y el trabajador puede tener un efecto que puede ser bueno o malo con relación a la experiencia recibida.

En la tabla 43, figura 34 denominada “Ha visitado las instalaciones” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 35% manifiestan que si alguna vez han visitado las instalaciones de dichas empresas, sin embargo el 65% de los encuestados manifiesta que no han visitado sus instalaciones, afirmación que se asemeja con Suárez (2016), quien concluye que el escenario que debe ser apuntado por la administración distrital, permite la correcta planificación y el desarrollo de la ciudad de manera eficiente, permitiendo así viajes más cortos que la movilización de las personas en el transporte público con tecnología de punta. Por otro lado, Pascal (2017), define la eficiencia como el factor primordial en el servicio al cliente, además con la ayuda de la tecnología ya se han logrado diseñar herramientas donde la tecnología interviene principalmente para ayudar en su funcionamiento. Y la

tecnología siempre presenta nuevas alternativas para los aspectos que en antes eran muy limitados.

En la tabla 44, figura 34 denominada “Tecnología” se observa que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que, si implementan la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE, afirmación que se asemeja con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de personas ha diseñado mecanismos de control interno para mejorar sus gestión y operatividad. Por otro lado, Pascal (2017), define la eficiencia como el factor primordial en el servicio al cliente, además con la ayuda de la tecnología ya se han logrado diseñar herramientas donde la tecnología interviene principalmente para ayudar en su funcionamiento. Y la tecnología siempre presenta nuevas alternativas para los aspectos que en antes eran muy limitados.

#### **5.2.4. O.E.4 Identificar las ventajas de la atención al cliente en las MYPE de transporte público-urbano en el distrito de Piura, 2019.**

En la tabla 45, figura 36 denominada “Experiencia con un servicio” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 59% de los mismos afirman que si su experiencia con un servicio es agradable si lo utilizarían de nuevo, mientras que el 41% de la población respondió que no, afirmación que se asemeja con Arévalo, Málaga, Matos y Olcese (2019), quienes concluyen que el nivel de implementación de nuevos factores de la calidad es bastante alto, al cual no corresponde con la percepción de los usuarios, quienes consideran que el servicio es regular o malo. Por otro lado, Hunter (2018), habla sobre el incremento de las ganancias como una ventaja de la atención al cliente se traduce gracias a una atención al cliente de calidad, es decir cuando el servicio sobre pasa las expectativas de los clientes o usuarios, lo cual se

traduce a su vez a que los usuarios utilicen continuamente el servicio por todo lo que este les ofrece, lo que a su vez traduce en el incremento de ganancias económicas.

En la tabla 46, figura 37 denominada “Atención de calidad al cliente” se observa que el 100% de los gerentes encuestados en su totalidad si creen que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio, afirmación que se asemeja con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Por otro parte, Hunter (2018), habla sobre el incremento de las ganancias como una ventaja de la atención al cliente se traduce gracias a una atención al cliente de calidad, es decir cuando el servicio sobre pasa las expectativas de los clientes o usuarios, lo cual se traduce a su vez a que los usuarios utilicen continuamente el servicio por todo lo que este les ofrece, lo que a su vez traduce en el incremento de ganancias económicas.

En la tabla 47, figura 38 denominada “Comunica a sus allegados” se observa que del 100% de los usuarios encuestados el 59% de los mismos afirman que sí, que continuamente comunican a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio, mientras que 41% afirman que no lo hacen, afirmación que se asemeja con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Por otra parte, Hunter (2018), manifiesta que la atención al cliente mejora la reputación que posee cada empresa de servicio siendo reconocida por el servicio que brinda, y se traduce que gracias a la experiencia satisfactoria de un cliente en impacto ya sea

positivo o negativo este lo comunicara con sus más allegados, lo que les otorga a las empresas una buena o mala reputación dependiendo de la calidad de productos o servicios que esta ofrezca.

En la tabla 48, figura 39 denominada “Valora del servicio” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 20% lo que más valora de un servicio es lo material, mientras que el 43% el precio y por ultimo un 37% la atención, afirmación que se asemeja con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Por otro lado, Hunter (2018), manifiesta que la atención al cliente mejora la reputación que posee cada empresa de servicio siendo reconocida por el servicio que brinda, y se traduce que gracias a la experiencia satisfactoria de un cliente en impacto ya sea positivo o negativo este lo comunicara con sus más allegados, lo que les otorga a las empresas una buena o mala reputación dependiendo de la calidad de productos o servicios que esta ofrezca.

En la tabla 49, figura 40 denominada “Ofreciendo un buen servicio” se observa que del 100% de los gerentes encuestados, el 83% creen que ofreciendo un buen servicio si se incrementa el valor para el cliente, mientras que el 17% no lo cree así, afirmación que se puede contrastar con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Así mismo, Hunter (2018), manifiesta que la atención al cliente mejora la reputación que posee cada empresa de servicio siendo reconocida por el servicio que brinda, y se traduce que gracias a la experiencia

satisfactoria de un cliente en impacto ya sea positivo o negativo este lo comunicara con sus más allegados, lo que les otorga a las empresas una buena o mala reputación dependiendo de la calidad de productos o servicios que esta ofrezca.

En la tabla 50, figura 41 denominada “Servicio de calidad al cliente” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 59% creen que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio, mientras que 41% no, afirmación que se puede contrastar con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Así mismo, Hunter (2018), manifiesta que existe una mayor satisfacción del cliente, puesto que esta ventaja ocurre cuando un servicio cumple con las expectativas de los clientes sobre una necesidad determinada, es ahí donde se logra obtener clientes satisfechos y cuando se sobre pasa las expectativas de aquel servicio se da una mayor satisfacción del usuario.

En la tabla 51, figura 42 denomina “Le generaría confianza” se observa que del 100% de los usuarios encuestados, el 57% manifiestan que si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, si les generaría confianza, mientras que el 43% afirman todo lo contrario, afirmación que se asemeja con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Por otra parte, Hunter (2018), manifiesta que se logra lealtad en los clientes, puesta esta ventaja se logra a través de una buena atención al cliente de calidad del servicio, si una empresa logra cumplir y

exceder las expectativas del cliente sobre una necesidad, este duda si requerir los servicios de otra empresa de servicios, y se presenta también como una estrategia porque mientras otros empresarios buscan alcanzar un mayor rendimiento en el mundo empresarial apoyados de servicios a bajo costos, otros apuestan por brindar un servicio de calidad que satisfaga a sus clientes y usuarios, y así ganan confiabilidad por parte del usuario.

En la tabla 52, figura 43 denominada “Lealtad de los clientes” se observa que el 100% de los gerentes encuestados si creen que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes, afirmación que se asemeja con Rojas (2018), quien concluye que los factores que determinan la elección del transporte son el gasto de transporte, tiempo de viaje, tiempo de espera, la comodidad y seguridad variables significativas en la elección del transporte urbano del estudiante. Por otro lado, Hunter (2018), manifiesta que se logra lealtad en los clientes, puesta esta ventaja se logra a través de una buena atención al cliente de calidad del servicio, si una empresa logra cumplir y exceder las expectativas del cliente sobre una necesidad, este duda si requerir los servicios de otra empresa de servicios, y se presenta también como una estrategia porque mientras otros empresarios buscan alcanzar un mayor rendimiento en el mundo empresarial apoyados de servicios a bajo costos, otros apuestan por brindar un servicio de calidad que satisfaga a sus clientes y usuarios, y así ganan confiabilidad por parte del usuario.

En la tabla 53, figura 44 denominada “Trabajadores satisfechos” se observa que el 100% de los gerentes encuestados si consideran importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen, afirmación que se asemeja con Valdez, Saca, Guevara y Aybar (2018), quienes concluyen que todas las dimensiones del

instrumento Servqual, si cuentan con un impacto positivo en la calidad total percibida en la provincia del cuzco. Por su parte, Hunter (2018), manifiesta que los trabajadores comprometidos es otra ventaja que se logra cuando el trabajador está comprometido en brindar un servicio al cliente de mayor calidad, a través de sus habilidades logrando que cada vez que el cliente requiera el servicio este pase por la mejor experiencia, mejorando el negocio, pues el trabajador da una buena impresión al cliente sobre el ambiente de la empresa trayendo aspectos positivos para el cliente, trabajador y así mismo para la organización.

En la tabla 54, figura 45 denominada “Motivación para desempeñar su trabajo” se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 88% si reciben algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo, mientras que el 12% afirman todo lo contrario, afirmación que se puede contrastar con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de personas Guadalupe S.A evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. Así mismo, Hunter (2018), manifiesta que los trabajadores comprometidos es otra ventaja que se logra cuando el trabajador está comprometido en brindar un servicio al cliente de mayor calidad, a través de sus habilidades logrando que cada vez que el cliente requiera el servicio este pase por la mejor experiencia, mejorando el negocio, pues el trabajador da una buena impresión al cliente sobre el ambiente de la empresa trayendo aspectos positivos para el cliente, trabajador y así mismo para la organización.

En 55 tabla 46, figura 46 denominada “Brindan un servicio de calidad” se observa que del 100% de los gerentes encuestados el 83% si consideran que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente, mientras que el 17% no lo cree así, afirmación que se puede contrastar con Benites (2018), quien concluye que la empresa de transporte de personas Guadalupe S.A evalúa y supervisa el desempeño en la ejecución del servicio y se informa inmediatamente a la administración los inconvenientes presentados. Por su parte, Hunter (2018), manifiesta que los trabajadores comprometidos es otra ventaja que se logra cuando el trabajador está comprometido en brindar un servicio al cliente de mayor calidad, a través de sus habilidades logrando que cada vez que el cliente requiera el servicio este pase por la mejor experiencia, mejorando el negocio, pues el trabajador da una buena impresión al cliente sobre el ambiente de la empresa trayendo aspectos positivos para el cliente, trabajador y así mismo para la organización.



## VI. CONCLUSIONES

Los determinantes de la calidad en las MYPE son que la mayoría de unidades tienen apariencia moderna, sin embargo, no generan seguridad; cumplen con su recorrido, pero no buscan satisfacer la necesidad de transporte, no dan un servicio basado en el buen trato al cliente, la mayoría no busca dar soluciones rápidas.

Por lo que se recomienda a la MYPE planificar estrategias que permitan mejorar la percepción de los clientes en referencia a los determinantes de la calidad, todo esto para que logre una mayor competitividad y una mayor eficiencia en su gestión de calidad.

Las ventajas de la gestión de calidad son que en su totalidad todos conocen los objetivos de la empresa y en su mayoría guardan relación con los objetivos de calidad, en su totalidad saben qué hacer en su trabajo, la mayoría ha recibido capacitaciones, se identifican empresas de mayor calidad, cuentan con documentos de monitoreo y control lo que permite identificar problemas, ayuda a la toma de decisiones.

Por lo que se recomienda a las MYPE establecer pautas para que los trabajadores los cumplan, con el fin de asegurar la calidad en sus procesos y en sus servicios, así mismo realizar capacitaciones de manera regular en conceptos de operatividad y atención al cliente.

Los principios determinados son que la mayoría de trabajadores cuentan con conocimientos para la solución de problemas, sin embargo, los usuarios no reciben respuestas rápidas, en su totalidad las MYPE brindan entrenamientos sobre atención al cliente, la mayoría de usuarios no recibe explicaciones sobre los incumplimientos,

no han sido víctimas de discriminación, pero pocos reciben trato amable y todo han implementado la tecnología.

Por lo que se recomienda a las MYPE crear programas de capacitación con la finalidad de fortalecer las habilidades de los trabajadores, realizar auditorías para velar por el buen trato al cliente en sus servicios, para incrementar su participación en el mercado.

Las ventajas de la atención al cliente identificadas son que la mayoría de usuarios utilizarían el servicio y en su totalidad los propietarios pueden asegurar la rentabilidad de su negocio, la mayoría de usuarios comunica su experiencia con el servicio, y además lograrían incrementar el valor del mismo, la mayoría obtendría confianza y lealtad a su servicio, en su totalidad consideran importante que el trabajador este satisfecho con su labor, la mayoría reciben incentivos, y consideran que brindan un servicio de calidad.

Por lo que se recomienda a las MYPE planificar estrategias en referencia a la atención al cliente dentro de las empresas de transporte, solo así las ventajas de aplicar este enfoque se obtienen si se le demuestra al cliente que realmente le importa satisfacer su necesidad de transporte en referencia a lo material, precio y atención.

Con relación a la gestión de calidad se pudo identificar que los determinantes de la calidad en las MYPE son que la mayoría de unidades tienen apariencia moderna, sin embargo, no generan seguridad; cumplen con su recorrido, pero no buscan satisfacer la necesidad de transporte, no dan un servicio basado en el buen trato al cliente, la mayoría no busca dar soluciones rápidas; y las ventajas de la gestión de calidad son que en su totalidad todos conocen los objetivos de la empresa y en su

mayoría guardan relación con los objetivos de calidad, en su totalidad saben qué hacer en su trabajo, la mayoría ha recibido capacitaciones, se identifican empresas de mayor calidad, cuentan con documentos de monitoreo y control lo que permite identificar problemas, ayuda a la toma de decisiones.

Con relación a los principios determinados son que la mayoría de trabajadores cuentan con conocimientos para la solución de problemas, sin embargo, los usuarios no reciben respuestas rápidas, en su totalidad las MYPE brindan entrenamientos sobre atención al cliente, la mayoría de usuarios no recibe explicaciones sobre los incumplimientos, no han sido víctimas de discriminación, pero pocos reciben trato amable y todo han implementado la tecnología; las ventajas de la atención al cliente identificadas son que la mayoría de usuarios utilizarían el servicio y en su totalidad los propietarios pueden asegurar la rentabilidad de su negocio, la mayoría de usuarios comunica su experiencia con el servicio, y además lograrían incrementar el valor del mismo, la mayoría obtendría confianza y lealtad a su servicio, en su totalidad consideran importante que el trabajador este satisfecho con su labor, la mayoría reciben incentivos, y consideran que brindan un servicio de calidad.

Por lo que se recomienda a la MYPE planificar estrategias que permitan mejorar la percepción de los clientes en referencia a los determinantes de la calidad, establecer pautas para que los trabajadores los cumplan, realizar capacitaciones de manera regular en conceptos de operatividad y atención al cliente, realizar auditorías para velar por el buen trato al cliente en sus servicios, para incrementar su participación en el mercado, planificar estrategias en referencia a la atención al cliente dentro de las empresas de transporte, con el fin de asegurar la calidad en sus procesos y en sus servicios, para que logre mayor competitividad y eficiencia en su gestión de calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aponte, O. (2017). *Tipos y diseños de investigación en las ciencias social*. Venezuela: Editorial Universidad Fermín Toro. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/orianaisabelmontes/tipos-y-diseos-de-investigacin-72068785>
- Arévalo, Málaga, Matos & Olcese (2019). *El Nivel de Calidad según TQM en el Sector Transporte de Pasajeros en Lima Metropolitana*. Surco: Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14297/A\\_REVALO\\_MALAGA\\_CALIDAD\\_PASAJEROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14297/A_REVALO_MALAGA_CALIDAD_PASAJEROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arevalo, K. (2015). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO – TRANSPORTES TERRESTRE RUTA PUCALLPA AGUAYTIA DEL DISTRITO DE CALLERÍA PERIODO 2015*. Pucallpa: Editorial Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7891/GESTION\\_CALIDAD\\_FORMALIZACION\\_AREVALO\\_PARDO\\_KEISY\\_STEFANY.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7891/GESTION_CALIDAD_FORMALIZACION_AREVALO_PARDO_KEISY_STEFANY.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Bazán, G. (2018). *PROPUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ORIENTAR LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA EMPRESA TRANSPORTES MONTERO S.A.C. PIURA, 2018*. Piura: Editorial

Universidad César Vallejo. Recuperado de:  
file:///D:/Documentos/Descargas/Bazan\_CHGE.pdf

Bedoya & Marín (2015). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTEGRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DEL SURESTE ANTIOQUEÑO EN LA UNIFICACIÓN DE LA TAQUILLA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIO PÚBLICO DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR DE PASAJEROS POR CARRETERA*. Medellín: Editorial Universidad Minuto de Dios. Recuperado de:  
[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/3683/TEPRO\\_BedoyaHector\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/3683/TEPRO_BedoyaHector_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Benites, M. (2018). *LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS EN EL PERÚ. CASO: EMPRESA DE SERVICIO & TRANSPORTE DE PASAJEROS GUADALUPE S.A. PIURA, 2018*. Piura: Editorial Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6281/CONTROL\\_INTERNO\\_TRANSPORTE\\_URBANO\\_DE\\_PASAJEROS\\_BENITES\\_LOPEZ%20\\_%20MARILUZ\\_YANINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6281/CONTROL_INTERNO_TRANSPORTE_URBANO_DE_PASAJEROS_BENITES_LOPEZ%20_%20MARILUZ_YANINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Betancourt, D. (2018). *Cómo hacer un Análisis PESTEL*. Editorial Ingeniero Empresa. Recuperado de: <https://ingenioempresa.com/analisis-pestel/>

Carbajal, C. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Módulo de Atención al Ciudadano del Congreso de la República – 2016*. Perú: Editorial Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8936/Carbajal\\_RCR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8936/Carbajal_RCR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cendales, J. (2014). *EL IMPACTO FUNCIONAL DEL SISTEMA DE TRANSPORTE URBANO MASIVO EN LA ESTRUCTURA URBANA DE LA CIUDAD DE BOGOTA. CASO DE ESTUDIO AVENIDA CARACAS ENTRE LAS ESTACIONES CALLE 45 Y CALLE 76*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/13995/CendalesMoraJimmyAlberto2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cortes, M. (2017). *Sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. España: Editorial ICB. Recuperado de: ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5349794>

Cruz, H. (2018). *CARACTERISTICAS DEL FINANCIAMIENTO EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO EN EL PERÚ. CASO: EMPRESA DE TRANSPORTE EL SOL DE PIURA S.A.C PIURA, 2018*. Piura: Editorial Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6367/FINANCIAMIENTO\\_TRANSPORTE\\_CRUZ\\_CRUZ\\_HORACIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6367/FINANCIAMIENTO_TRANSPORTE_CRUZ_CRUZ_HORACIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cunya, S. (2016). *CAPACIDAD DIRECTIVA Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MI PERÚ S.A, AÑO 2016*. Piura: Editorial Universidad César

Vallejo. Recuperado de:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7939/cunya\\_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7939/cunya_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Delgado, C. (2015). *Control de calidad*. Administración de empresas. Recuperado de: <https://claudiadelgado12.wordpress.com/control-de-calidad/>

Gamarra, B. & Delgado, J. (2016). *Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014*. Cusco: Editorial Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Recuperado de:  
<http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/98/253T20160004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, Fernández y Batista (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Hunter, T. (2018). *Beneficios de proveer un servicio al cliente de buena calidad*. Editorial Cuida tu Dinero. Recuperado de:  
<https://www.cuidatudinero.com/13072142/beneficios-de-proveer-un-servicio-al-cliente-de-buena-calidad>

INEI (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Perú: Editorial Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf)

- Izquierdo, F. (2018). *10 beneficios de brindar una buena atención al cliente*. Editorial Artware Software Solutions. Recuperado de: <http://artwaresolution.com/10-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Martínez, S. (2014). *Gestión de calidad y formalización de las MYPE del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013*. Piura: Editorial Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034145>
- Mauriola, M. (2015). *ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA DISEÑAR UNA PROPUESTA DE MEJORA. CASO: CANCHA QUE, HUANCABAMBA, PIURA-PERÚ*. Piura. Editorial Universidad Nacional de Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/312/ADM-MAV-CAM-15.pdf?sequence=1>
- Meneses, J. (2016). *Justificación teórica, practica y metodológica de la investigación*. Editorial Blog metodología I. Recuperado de: <http://metodo1ucv.blogspot.com/2016/07/justificacion-teorica-de-la.html>
- Moraes, D. (2019). *¡Analiza la competencia con las 5 fuerzas de Porter y potencia los resultados de tu negocio!* Editorial Blog. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter/>
- Morocho, A. & Rodríguez, J. (2019). *Calidad del servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues*. Cuenca: Editorial Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>



Norma ISO 9001 (2014). *Fundamentos para la gestión de la calidad*. Editorial Blog9001, ISO 9001:2008. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/10/iso-9001-fundamentos-gestion-calidad/>

Norma ISO:9001 (2014). *Beneficios y ventajas de implementar ISO 9001*. Editorial Escuela Europea de Excelencia. Recuperado de: <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2017/06/beneficios-y-ventajas-de-implementar-iso-9001/>

Norma ISO:9001 (2015). *Nueva ISO 9001 versión 2015: Enfoque al cliente*. Editorial Blog Calidad y Excelencia. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2013/11/08/iso-9001-2015-enfoque-cliente/>

Ojanama, H. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS, RUTA PUCALLPA – AGUAYTIA, REGIÓN UCAYALI, AÑO 2018*. Pucallpa: Editorial Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <https://docplayer.es/138488461-Universidad-catolica-los-angeles-de-chimbote.html>

Palacios, J. (2015). *Métodos y técnicas de investigación social*. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento21170.pdf>

Parodi, C. (2019). *¿Cómo está el empleo en el Perú en 2019?* Editorial Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/economiaparatos/2019/08/como-esta-el-empleo-en-el-peru-en-2019.html/>

- Pascal, D. (2017). *Los 7 principios básicos del buen servicio al cliente*. Editorial Userlike. Recuperado de: <https://www.userlike.com/es/blog/principios-de-servicio-al-cliente>
- Peiró, R. (2019). *Cadena de valor*. Editorial Economipedia. Haciendo fácil la economía. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Rojas, K. (2018). *ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES EN LAS PREFERENCIAS DE ELECCIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE URBANO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA, 2017*. Piura: Editorial Universidad Nacional de Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1397/ECO-ROJ-COR-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, B. (2018). *Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre en el distrito de Callería, año 2017*. Ucayali: Editorial Universidad Privada de Ucayali. Recuperado de: [http://repositorio.upp.edu.pe/bitstream/UPP/131/1/tesis\\_romero.pdf](http://repositorio.upp.edu.pe/bitstream/UPP/131/1/tesis_romero.pdf)
- Romero, F. (2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*. Editorial Conexiónsan. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Samsing, C. (2019). *Principios de la atención al cliente*. Editorial Hubpot. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/service/principios-atencion-cliente>

Sánchez, A. & Cerón, O. (2014). *Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 para la empresa Transportes A.R. S.A.S.* Colombia: Editorial Universidad tecnológica de Pereira. Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5224/658562S211D.pdf;sequence=1>

Silvia, N. & Torres, C. (2017). *Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de Cuenca.* Ecuador: Editorial Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14263/1/UPS-CT007011.pdf>

Suárez, D. (2016). *DESARROLLO METODOLÓGICO PARA ORIENTAR LA OPERACIÓN DEL METRO COMO MEDIO DE TRANSPORTE URBANO SOSTENIBLE EN BOGOTÁ.* Bogotá: Editorial Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/4937/1/Su%c3%a1rezD%c3%adazDiegoAlejandro2016.pdf>

SUCAMEC “s.f”. Sistema de gestión de calidad. Editorial SUCAMEC. Recuperado de: <https://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Tume, M. (2019). *Modificación del artículo 59,4 del D.S. N° 017–2009–MTC y su incidencia en el debido proceso para la formalización del transporte público en la Municipalidad Provincial de Piura, 2018.* Piura: Editorial Universidad César Vallejo. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36690/Tume\\_EMDS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36690/Tume_EMDS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valderrama, F. (2017). *La encuesta*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1482/D%C3%ADaz\\_MJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1482/D%C3%ADaz_MJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valdez, Saca, Guevara y Aybar (2018). *Calidad en el Servicio al Cliente en el Transporte Público Urbano en la Provincia del Cusco*. Surco: Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13217/VALDEZ\\_SACA\\_CALIDAD\\_TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13217/VALDEZ_SACA_CALIDAD_TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Velarde, J. (2019). *LA POLÍTICA MONETARIA Y EL CICLO ECONÓMICO*. Lima: Editorial Banco Central de Reserva del Perú. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-179/moneda-179.pdf>

## **ANEXOS**

## PERMISO DE LAS MYPES

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”**

Piura, 06 de setiembre del 2019

Señor(a):

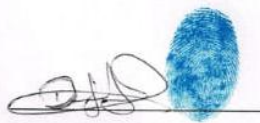
Propietario o representante de la MYPE:

Yo; Diana Carolina Juarez Herrera, identificada con DNI N° 77076475, estudiante del séptimo ciclo de la carrera profesional de Administración de la asignatura Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) filial Piura, con código N° 0806161053, me dirijo ante Ud. con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi Taller de Investigación titulado: **“Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES de transporte público – urbano, Piura 2018”**. Para de esa manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

DTI. ULADECH Sede Piura  
Mg. Héctor Yván Peláez Camacho  
E-mail: Hpelaezc@uladech.edu.pe



Diana C. Juarez Herrera  
DNI: 77076475



SUPER STAR S.R.L.  
Jorge Luis Calle Saavedra  
REPRESENTANTE LEGAL  
Señor(a)

**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”**

Piura, 06 de setiembre del 2019

Señor(a):

Propietario o representante de la MYPE:

Yo; Diana Carolina Juarez Herrera, identificada con DNI N° 77076475, estudiante del séptimo ciclo de la carrera profesional de Administración de la asignatura Taller de Investigación III en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) filial Piura, con código N° 0806161053, me dirijo ante Ud. con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

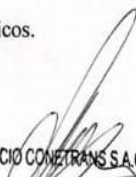
Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi Taller de Investigación titulado: **“Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES de transporte público – urbano, Piura 2018”**. Para de esa manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

DTI. ULADECH Sede Piura  
Mg. Héctor Yván Peláez Camacho  
E-mail: Hpelaecz@uladech.edu.pe


Diana C. Juarez Herrera  
DNI: 77076475

  
CONSORCIO CONETRANS S.A.C.  
.....  
SAMUEL CHÁVEZ RAMOS  
GERENTE

Señor(a)

## CUESTIONARIO DIRIGIDO AL GERENTE



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

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

¡Buen día! Me encuentro realizando una investigación con el fin de determinar las características de las MYPE rubro transporte público - urbano, Piura año 2019, con respecto a las variables gestión de calidad y atención al cliente, por ello, acudo a Ud. Para solicitar su colaboración en este estudio con el fin de que responda a unas preguntas sencillas, marcando con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa ya que permitirá recopilar información y desarrollar la investigación; se le agradece por ello.

#### **I. CARACTERÍSTICAS GENERALES**

##### **1. Edad del gerente**

- a) De 18 a 28 años ( )
- b) De 29 a 39 años ( )
- c) De 40 a 49 años ( )
- d) De 50 a más años (X)

##### **2. Sexo**

- a) Masculino (X)
- b) Femenino ( )

##### **3. Grado de Instrucción**

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria ( )
- c) Técnico ( )
- d) Superior (X)

##### **4. Años de la empresa en el mercado**

- a) De 1 a 2 ( )
- b) De 3 a 5 (X)
- c) De 6 a más ( )



## II. GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?  
Si (X) No ( )
2. ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?  
Si (X) No ( )
3. ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?  
Si ( ) No (X)
4. ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?  
Si (X) No ( )

## III. ATENCIÓN AL CLIENTE

5. ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?  
Si (X) No ( )
6. ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?  
Si (X) No ( )
7. ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?  
Si (X) No ( )
8. ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?  
Si ( ) No (X)
9. ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?  
Si (X) No ( )
10. ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?  
Si (X) No ( )
11. ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente?  
Si ( ) No (X)

## CUESTIONARIO DIRIGIDO AL TRABAJADOR



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

¡Buen día! Me encuentro realizando una investigación con el fin de determinar las características de las MYPE rubro transporte público - urbano, Piura año 2019, con respecto a las variables gestión de calidad y atención al cliente, por ello, acudo a Ud. Para solicitar su colaboración en este estudio con el fin de que responda a unas preguntas sencillas, marcando con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa ya que permitirá recopilar información y desarrollar la investigación; se le agradece por ello.

### I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

#### 1. Edad del trabajador

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 39 años
- c) De 40 a 49 años
- d) De 50 a más años

#### 2. Sexo

- a) Masculino
- b) Femenino

#### 3. Grado de Instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico
- d) Superior

#### 4. Años laborando en la empresa

- a) De 1 a 2
- b) De 3 a 5
- c) De 6 a más

## II. GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?  
Si () No ( )
2. ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?  
Si () No ( )
3. ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?  
Si ( ) No ()
4. ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?  
Si () No ( )
5. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?  
Si ( ) No ()
6. ¿Considera que la forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?  
Si ( ) No ()

## III. ATENCIÓN AL CLIENTE

7. ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?  
Si ( ) No ()
8. ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre como atender al cliente?  
Si () No ( )
9. ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?  
Si ( ) No ()
10. ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?  
Si ( ) No ()

## CUESTIONARIO DIRIGIDO AL USUARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

¡Buen día! Me encuentro realizando una investigación con el fin de determinar las características de las MYPE rubro transporte público - urbano, Piura año 2019, con respecto a las variables gestión de calidad y atención al cliente, por ello, acudo a Ud. Para solicitar su colaboración en este estudio con el fin de que responda a unas preguntas sencillas, marcando con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa ya que permitirá recopilar información y desarrollar la investigación; se le agradece por ello.

### I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

#### 1. Edad del usuario

- a) De 5 a 17 años ( )
- b) De 18 a 39 años ( )
- c) De 40 a 49 años
- d) De 50 a 65 años ( )

#### 2. Sexo

- a) Masculino ( )
- b) Femenino

#### 3. Grado de Instrucción

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria
- c) Técnico ( )
- d) Superior ( )

#### 4. Años usando el servicio

- a) De 1 a 2 ( )
- b) De 3 a 5 ( )
- c) De 6 a más

## II. GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?  
Si () No ( )
2. ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?  
Si ( ) No ()
3. ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?  
Si ( ) No ()
4. ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?  
Si () No ( )
5. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?  
Si () No ( )
6. ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?  
Si ( ) No ()
7. ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?  
Si ( ) No ()
8. ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio?  
Si ( ) No ()
9. ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?  
Si ( ) No ()
10. ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?  
Si () No ( )
11. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?  
Si ( ) No ()
12. ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?  
Si () No ( )
13. ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?  
Si ( ) No ()

14. ¿Considera que las empresas de transporte urbano, cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?

Si ( )

No (X)

### III. ATENCIÓN AL CLIENTE

15. ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?

Si ( )

No (X)

16. ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?

Si (X)

No ( )

17. ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?

Si (X)

No ( )

18. ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?

Si (X)

No ( )

19. ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?

Si (X)

No ( )

20. ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?

Si (X)

No ( )

21. ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?

Si (X)

No ( )

22. ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?

Si (X)

No ( )

23. ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio

a) Material

b) Precio

c) Atención X

24. ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?

Si (X)

No ( )

25. ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?

Si (X)

No ( )

## EVIDENCIAS

### 1) EVIDENCIA DE LAS VALIDACIONES REALIZADAS POR TRES EXPERTOS LICENCIADOS, CON EL GRADO DE MAGISTER

#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: Victor Helio Patino Nune identificado con DNI 02860873

MAGISTER en: Administración

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)

Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario Elaborado por:

Juanz Herrera Dávalos Carolina a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES DE TRANSPORTE PÚBLICO – URBANO, PIURA 2018, que se encuentra realizado.

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

Piura 06 de setiembre del 2019.

  
Victor Helio Patino Nune  
Mg. VICTOR HELIO PATINO NUNE

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?	/			/		/		/
2	¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?	/			/		/		/
3	¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?	/			/		/		/
4	¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?	/			/		/		/
5	¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?	/			/		/		/
6	¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?	/			/		/		/
7	¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?	/			/		/		/
8	¿Las empresas de transporte le demuestran respecto a través de su servicio?	/			/		/		/
9	¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?	/			/		/		/
10	¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?	/			/		/		/
11	¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?	/			/		/		/
12	¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?	/			/		/		/
13	¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?	/			/		/		/
14	¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?	/			/		/		/
15	¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?	/			/		/		/
16	¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?	/			/		/		/
17	¿Considera que la forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?	/			/		/		/
18	¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?	/			/		/		/
19	¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?	/			/		/		/
20	¿Considera que las empresas de transporte urbano, cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?	/			/		/		/
21	¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?	/			/		/		/
22	¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?	/			/		/		/
23	¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?	/			/		/		/
24	¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?	/			/		/		/


  
 Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
   
INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y SOCIALES



VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencias o aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
25	¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?	/		/		/		/	
26	¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?	/		/		/		/	
27	¿La empresa le brinda entrenamientos sobre como atender al cliente?	/		/		/		/	
28	¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?	/		/		/		/	
29	¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?	/		/		/		/	
30	¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?	/		/		/		/	
31	¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?	/		/		/		/	
32	¿Ha sido victima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?	/		/		/		/	
33	¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?	/		/		/		/	
34	¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?	/		/		/		/	
35	¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?	/		/		/		/	
36	¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?	/		/		/		/	
37	¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?	/		/		/		/	
38	¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?	/		/		/		/	
39	¿Qué es lo que Ud. mas valora de un servicio?	/		/		/		/	
40	¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?	/		/		/		/	
41	¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?	/		/		/		/	
42	¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?	/		/		/		/	
43	¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?	/		/		/		/	
44	¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?	/		/		/		/	
45	¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?	/		/		/		/	
46	¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad a cliente?	/		/		/		/	


  
 Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
   
 RUC: 6140

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: CARLOS EDUARDO CALLE PASAPERA identificado con DNI 03319318

MAGISTER en: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)  
Instrumentos de recolección de datos: CUESTIONARIO Elaborado por:

Suarez Herrera Diana Carolina a los efectos de su aplicación a los elementos de la  
población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES DE TRANSPORTE  
PÚBLICO – URBANO, PIURA 2018, que se encuentra realizado.

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

Piura 06 de setiembre del 2019.

  
Mgt. Carlos E. Calle Pasapera  
ADM. EMPRESAS  
Reg- 15902

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?	/		/		/		/	
2	¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?	/		/		/		/	
3	¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?	/		/		/		/	
4	¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?	/		/		/		/	
5	¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?	/		/		/		/	
6	¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?	/		/		/		/	
7	¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?	/		/		/		/	
8	¿Las empresas de transporte le demuestran respecto a través de su servicio?	/		/		/		/	
9	¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?	/		/		/		/	
10	¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?	/	/	/		/		/	
11	¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?	/		/		/		/	
12	¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?	/		/		/		/	
13	¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?	/		/		/		/	
14	¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?	/		/		/		/	
15	¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?	/		/		/		/	
16	¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?	/		/		/		/	
17	¿Considera que la forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?	/		/		/		/	
18	¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?	/		/		/		/	
19	¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?	/		/		/		/	
20	¿Considera que las empresas de transporte urbano, cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?	/		/		/		/	
21	¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?	/		/		/		/	
22	¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?	/		/		/		/	
23	¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?	/		/		/		/	
24	¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?	/		/		/		/	

  
 Mgt. Carlos E. Calle Pasapera  
 ADM. EMPRESAS  
 Reg. 15016

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencias o aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
25	¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?	/		/		/		/	
26	¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?	/		/		/		/	
27	¿La empresa le brinda entrenamientos sobre como atender al cliente?	/		/		/		/	
28	¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?	/		/		/		/	
29	¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?	/		/		/		/	
30	¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?	/		/		/		/	
31	¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?	/		/		/		/	
32	¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?	/		/		/		/	
33	¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?	/		/		/		/	
34	¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?	/		/		/		/	
35	¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?	/		/		/		/	
36	¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?	/		/		/		/	
37	¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?	/		/		/		/	
38	¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?	/		/		/		/	
39	¿Qué es lo que Ud. mas valora de un servicio?	/		/		/		/	
40	¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?	/		/		/		/	
41	¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?	/		/		/		/	
42	¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?	/		/		/		/	
43	¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?	/		/		/		/	
44	¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?	/		/		/		/	
45	¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?	/		/		/		/	
46	¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad a cliente?	/		/		/		/	

  
 Mgt. Carlos E. Calle Pasapera  
 ADM. EMPRESAS  
 Reg- 15907

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: Hector Orlando Arica Clavijo identificado con DNI 02786302

MAGISTER en: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los)  
Instrumentos de recolección de datos: QUESTIONARIO Elaborado por:

Suarez Herrera Diana Carolina a los efectos de su aplicación a los elementos de la  
población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES DE TRANSPORTE  
PÚBLICO – URBANO, PIURA 2018, que se encuentra realizado.

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

Piura 06 de setiembre del 2019.

  
-----  
Mr. Arica Clavijo Hector Orlando  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: GESTION DE CALIDAD

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?	✓		SI	✓	SI	NO	SI	NO
2	¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?	✓			✓		✓		✓
3	¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?	✓			✓		✓		✓
4	¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?	✓			✓		✓		✓
6	¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?	✓			✓		✓		✓
8	¿Las empresas de transporte le demuestran respecto a través de su servicio?	✓			✓		✓		✓
9	¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?	✓			✓		✓		✓
10	¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?	✓			✓		✓		✓
11	¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?	✓			✓		✓		✓
12	¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?	✓			✓		✓		✓
13	¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?	✓			✓		✓		✓
14	¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?	✓			✓		✓		✓
15	¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?	✓			✓		✓		✓
16	¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?	✓			✓		✓		✓
17	¿Considera que las forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?	✓			✓		✓		✓
18	¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?	✓			✓		✓		✓
19	¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?	✓			✓		✓		✓
20	¿Considera que las empresas de transporte urbano, cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?	✓			✓		✓		✓
21	¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?	✓			✓		✓		✓
22	¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?	✓			✓		✓		✓
23	¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?	✓			✓		✓		✓
24	¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?	✓			✓		✓		✓

  
**Mg. Anica Clavijo Hector Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE

Orden	ITEMS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencias o aquiescente?		¿Se necesitan más ITEMS para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
25	¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?	✓			✓		✓		✓
26	¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?	✓			✓		✓		✓
27	¿La empresa le brinda entrenamientos sobre como atender al cliente?	✓			✓		✓		✓
28	¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?	✓			✓		✓		✓
29	¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?	✓			✓		✓		✓
30	¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?	✓			✓		✓		✓
31	¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?	✓			✓		✓		✓
32	¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?	✓			✓		✓		✓
33	¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?	✓			✓		✓		✓
34	¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?	✓			✓		✓		✓
35	¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?	✓			✓		✓		✓
36	¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?	✓			✓		✓		✓
37	¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?	✓			✓		✓		✓
38	¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?	✓			✓		✓		✓
39	¿Qué es lo que Ud. mas valora de un servicio?	✓			✓		✓		✓
40	¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?	✓			✓		✓		✓
41	¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?	✓			✓		✓		✓
42	¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?	✓			✓		✓		✓
43	¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?	✓			✓		✓		✓
44	¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?	✓			✓		✓		✓
45	¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?	✓			✓		✓		✓
46	¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad a cliente?	✓			✓		✓		✓

  
**Arica Charjio Hector Orlan:**  
 DNI. 02786302  
 LAD 06246

## 2) MATRIZ INDICADOR PREGUNTA

Tabla LVI. Matriz de preguntas

Variable	Dimensiones	Indicadores	Pregunta	Nivel de respuesta	Fuente
Gestión de calidad	Determinantes	Elementos tangibles	1. ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?	Nominal	Cliente
			2. ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?	Nominal	Cliente
		Fiabilidad	3. ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?	Nominal	Cliente
			4. ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?	Nominal	Cliente
		Capacidad de respuesta	5. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?	Nominal	Cliente
			6. ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?	Nominal	Cliente
		Seguridad	7. ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?	Nominal	Cliente
			8. ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio?	Nominal	Cliente
			9. ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?	Nominal	Cliente
		Empatía	10. ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?	Nominal	Cliente
			11. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?	Nominal	Cliente
	Ventajas	Produce con mayor eficiencia	12. ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?	Nominal	Trabajador
			13. ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?	Nominal	Trabajador
			14. ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?	Nominal	Trabajador
		Estimula la ética en los trabajadores	15. ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?	Nominal	Trabajador
			16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?	Nominal	Trabajador
			17. ¿Considera que la forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?	Nominal	Trabajador
		Imagen internacional	18. ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?	Nominal	Cliente
			19. ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?	Nominal	Cliente
		Organización rápida y adecuada de las tareas	20. ¿Considera que las empresas de transporte urbano, cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?	Nominal	Cliente
			21. ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?	Nominal	Gerente
			22. ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?	Nominal	Gerente
		Mayor grado de satisfacción	23. ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?	Nominal	Gerente
			24. ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?	Nominal	Gerente



Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Nivel de respuesta	Fuente
Atención al cliente	Principios	Velocidad	1. ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?	Nominal	Trabajador
			2. ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?	Nominal	Cliente
		Precisión	3. ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre cómo atender al cliente?	Nominal	Trabajador
			4. ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?	Nominal	Gerente
		Transparencia	5. ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?	Nominal	Cliente
		Accesibilidad	6. ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?	Nominal	Cliente
		Empoderamiento	7. ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?	Nominal	Trabajador
		Amabilidad	8. ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?	Nominal	Cliente
			9. ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?	Nominal	Cliente
		Eficiencia	10. ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?	Nominal	Cliente
			11. ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?	Nominal	Gerente
	Ventajas	Incremento de ganancias	12. ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?	Nominal	Cliente
			13. ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?	Nominal	Gerente
		Mejora la reputación	14. ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?	Nominal	Cliente
			15. ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio?	Ordinal	Cliente
			16. ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?	Nominal	Gerente
		Mayor satisfacción del cliente	17. ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?	Nominal	Cliente
		Lealtad de los clientes	18. ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?	Nominal	Cliente
			19. ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?	Nominal	Gerente
		Trabajadores comprometidos	20. ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?	Nominal	Gerente
			21. ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?	Nominal	Trabajador
			22. ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad a cliente?	Nominal	Gerente

### 3) LIBRO DE CÓDIGOS

Tabla LVII. Libro de Códigos

Variable	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Código	Frecuencia	Total, de encuestados	Porcentajes	Total, Porcentajes
GESTIÓN DE CALIDAD	Determinantes de calidad	Elementos Tangibles	1. ¿La unidad de transporte que Ud. usa tienen apariencia moderna?	Si	218	383	57%	100%
				No	165		43%	
			2. ¿Se siente seguro viajando en los buses del transporte urbano?	Si	142	383	37%	100%
				No	241		63%	
		Fiabilidad	3. ¿Las empresas de transporte que Ud. Utiliza frecuentemente le brindan el servicio de acuerdo a lo ofrecido?	Si	127	383	33%	100%
				No	256		67%	
			4. ¿Los buses de la empresa de transporte que Ud. utiliza diariamente cumple con su recorrido correctamente?	Si	165	383	43%	100%
				No	218		57%	
		Capacidad de Respuesta	5. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte urbano que utiliza frecuentemente buscan cubrir sus necesidades de transporte?	Si	142	383	37%	100%
				No	241		63%	
			6. ¿Las empresas de transporte ofrecen un servicio superando sus expectativas?	Si	142	383	37%	100%
				No	241		63%	
		Seguridad	7. ¿Considera Ud. que los trabajadores del transporte urbano ofrecen un servicio con calidez?	Si	85	383	22%	100%
				No	298		78%	

		8. ¿Las empresas de transporte le demuestran respeto a través de su servicio?	Si	127	383	33%	100%	
			No	256		67%		
		9. ¿Las empresas de transporte le brindan un servicio basado en el buen trato al cliente?	Si	150	383	39%	100%	
			No	233		61%		
		Empatía	10. ¿Ante una situación desagradable para Ud. los trabajadores buscan darle una solución rápida pues han entendido su incomodidad?	Si	142	383	37%	100%
				No	241		63%	
		11. ¿Cree Ud. que las empresas de transporte buscan brindarle un servicio de calidad, e identificado sus necesidades y deseos individuales?	Si	165	383	43%	100%	
			No	218		57%		
	Ventajas	Produce con mayor eficiencia	12. ¿La organización tiene planteado objetivos organizacionales?	Si	216	216	100%	100%
				No	0		0%	
			13. ¿Sabe Ud. cuáles son los objetivos de la empresa para la cual trabaja?	Si	216	216	100%	100%
No				0	0%			
		14. ¿Cree Ud. que los objetivos del sistema de calidad planteados interiormente guardan relación con los objetivos organizacionales?	Si	190	216	88%	100%	
			No	26		12%		
Estimula la ética en los trabajadores		15. ¿Ud. tiene conocimiento de lo que debe realizar en su trabajo?	Si	216	216	100%	100%	
			No	0		0%		
		16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para desempeñarlo?	Si	190	216	88%	100%	
			No	26		12%		
	17. ¿Considera que la forma en la que desempeña su trabajo afecta la calidad del servicio que brinda?	Si	190	216	88%	100%		
		No	26		12%			

Imagen internacional	18. ¿Cree Ud. que si las empresas de transporte implementaran un sistema de gestión de calidad lograrían obtener una buena imagen internacional?	Si	202	383	53%	100%
		No	181		47%	
	19. ¿Cree Ud. que a través de un servicio se logran identificar empresas de mayor calidad?	Si	202	383	53%	100%
		No	181		47%	
Organización rápida y adecuada de las tareas	20. ¿Considera que las empresas de transporte urbano cuentan con el personal idóneo para el puesto que desempeñan?	Si	150	383	39%	100%
		No	233		61%	
	21. ¿La organización cuenta con archivos que contengan documentos de monitoreo y de control?	Si	6	6	100%	100%
		No	0		0%	
	22. ¿Cree que contar con documentos de control le permite identificar problemas y tomar las decisiones adecuadas?	Si	6	6	100%	100%
		No	0		0%	
Mayor grado de satisfacción	23. ¿Realiza encuestas de calidad para conocer la opinión de sus clientes sobre su servicio ofrecido?	Si	6	6	100%	100%
		No	0		0%	
	24. ¿Utiliza las fallas del servicio para mejorar continuamente el servicio?	Si	6	6	100%	100%

Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Código	Frecuencia	Total, de encuestados	Porcentajes	Total, porcentajes
ATENCIÓN AL CLIENTE	Principios	Velocidad	25. ¿Cuenta Ud. con el conocimiento suficiente para solucionar los problemas que se presenta en su trabajo?	Si	190	216	88%	100%
				No	26		12%	
			26. ¿Ante una duda, sobre el servicio de transporte le han sabido dar alguna respuesta?	Si	150	383	39%	100%
				No	233		61%	
		Precisión	27. ¿La empresa le brinda entrenamientos sobre como atender al cliente?	Si	216	216	100%	100%
				No	0		0%	
			28. ¿Invierte Ud. en el fortalecimiento de habilidades y en la estabilidad laboral de sus trabajadores?	Si	6	6	100%	100%
				No	0		0%	
		Transparencia	29. ¿Ante algún incumplimiento del servicio, se le informa el motivo?	Si	142	383	37%	100%
				No	241		63%	
		Accesibilidad	30. ¿La empresa que Ud. utiliza continuamente para movilizarse cuenta con los medios e instrumentos adecuados para dar a conocer su servicio?	Si	150	383	39%	100%
				No	233		61%	
		Empoderamiento	31. ¿Es libre de tomar decisiones, en la solución de problemas si la situación a si lo amerita?	Si	190	216	88%	100%
				No	26		12%	
		Amabilidad	32. ¿Ha sido víctima de algún tipo de discriminación o ha observado un caso parecido en el transporte urbano?	Si	150	383	39%	100%
				No	233		61%	
			33. ¿Recibe un trato amable por parte de los trabajadores de las empresas de transportes?	Si	119	383	31%	100%
				No	264		69%	
		Eficiencia	34. ¿Alguna vez ha visitado las instalaciones de dichas empresas?	Si	135	383	35%	100%
				No	248		65%	
			35. ¿Implementa la tecnología como herramienta para gestionar su MYPE?	Si	6	6	100%	100%
				No	0		0%	
Ventajas				Si	225	383	59%	100%

Incremento de ganancias	36. ¿Si su experiencia con un servicio es agradable Ud. lo utilizaría de nuevo?	No	158		41%	
	37. ¿Cree Ud. que brindar una atención de calidad al cliente asegure obtener rentabilidad en su negocio?	Si	6	6	100%	100%
No		0	0%			
Mejora la reputación	38. ¿Ud. continuamente comunica a sus allegados la experiencia obtenida de un servicio?	Si	225	383	59%	100%
		No	158		41%	
	39. ¿Qué es lo que Ud. más valora de un servicio?	Material	77	383	20%	100%
		Precio	164		43%	
		Atención	142		37%	
40. ¿Cree Ud. que ofreciendo un buen servicio incrementa el valor para el cliente?	Si	5	6	83%	100%	
	No	1		17%		
Mayor satisfacción del cliente	41. ¿Cree Ud. que brindándole un servicio de calidad al cliente basta para satisfacer y superar sus expectativas con dicho servicio?	Si	225	383	59%	100%
		No	158		41%	
Lealtad de los clientes	42. ¿Si las empresas de transportes le brindaran buen servicio, a Ud. le generaría confianza?	Si	218	383	57%	100%
		No	165		43%	
	43. ¿Cree Ud. que ofreciendo un servicio de calidad las empresas obtengan lealtad de los clientes?	Si	6	6	100%	100%
		No	0		0%	
Trabajadores comprometidos	44. ¿Considera importante que los trabajadores estén satisfechos con el trabajo que tienen?	Si	6	6	100%	100%
		No	0		0%	
	45. ¿Ud. recibe algún tipo de incentivo o motivación para desempeñar correctamente su trabajo?	Si	190	216	88%	100%
		No	26		12%	
46. ¿Considera Ud. que sus trabajadores brindan un servicio de calidad al cliente?	Si	5	6	83%	100%	

# REPORTE DEL TURNITIN

← → ↻ campus.uladech.edu.pe/mod/turnitintooltwo/view.php?id=159621 ☆ D

Aplicaciones Gmail Maps YouTube Traducir

Tablero del curso ⚙️

Mis entregas

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
🚫 Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	12 may 2020 - 19:00	19 may 2020 - 23:59	13 may 2020 - 00:00

Resumen:

Estimado estudiante, en esta semana deberá:

Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

**Nota:** Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

🔄 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
📄 Ver recibo digital	Turnitin - Informe Final	1325407853	15/05/2020 18:55	4%	<span style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px;">Entregar Trabajo</span> <span style="margin-left: 5px;">☁️</span> <span style="margin-left: 5px;">⬇️</span> <span style="margin-left: 5px;">--</span>

Navegación

- ▼ Área personal
  - 🏠 Inicio del sitio
  - > Páginas del sitio
- ▼ Mis cursos
  - > 08NP202001111797A
  - > 08NP202001111794A
  - ▼ 08NP202001111783A
    - > Participantes
    - 🛡️ Insignias
    - ☑️ Competencias
    - 📊 Calificaciones
    - > General
    - > Semana 1
    - > Semana 2
    - > Semana 3
    - > Semana 4
    - > Semana 5
    - > Semana 6
    - > Semana 7
    - > Semana 8
    - ▼ Semana 9
      - 📖 Material educativo
      - 📖 Repositorio de revistas

Ocultar barras laterales