



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**MODELO SERVQUAL COMO FACTOR RELEVANTE
PARA LA MEJORA DE LA SOSTENIBILIDAD DE LOS
EMPREDIMIENTOS EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO TRANSPORTES DE PASAJEROS
DE AUTOS DEL DISTRITO DE SATIPO, JUNÍN 2021**

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

AUTORA

MONTES DE OCA LLANCO FRESSIA ROSMERY

ORCID: 0000-0002-2609-1364

ASESOR

POMA ANCCASI SIMON

ORCID: 0000-0001-6594-8650

LIMA - PERÚ

2021

2. Equipo de Trabajo

AUTORA

Montes De Oca Llanco Fressia Rosmery

ORCID: 0000-0002-2609-1364

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

ASESOR

Poma Anccasi Simon

ORCID: 0000-0001-6594-8650

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

JURADO

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-0167-7481

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel
PRESIDENTE

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda
MIEMBRO

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo
MIEMBRO

POMA ANCCASI SIMON
ASESOR

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera muy especial a aquellas personas que compartieron sus conocimientos conmigo para hacer posible la culminación de este informe de investigación.

A mis padres, familiares y amigos que incondicionalmente me apoyaron y supieron comprender que este reto requirió de mucho tiempo y esfuerzo.

La autora.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico al altísimo,
por la vida, salud, trabajo y por
permitirme llegar a este momento tan
especial en mi vida.

La autora.

RESUMEN

Las empresas de transporte presentan deficiencias en el servicio de calidad, podemos encontrar de acuerdo a los protocolos de seguridad que se demanda en tiempo de pandemia no se cumple, el horario de los mismos no se respeta y embarcan pasajeros fuera del terminal para tal fin se planteó el siguiente objetivo: Proponer el modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. La investigación propicia una investigación de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño No experimental – transaccional. La población estuvo constituida por 4 empresas de transporte del distrito, La muestra tomada fue probabilística de tipo censal. La técnica fue la entrevista y como instrumento se utilizó el cuestionario con el que se obtuvo resultado respecto a la variable modelo SERVQUAL un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre ejecutan herramientas de calidad de servicio y el otro 50% afirma que algunas veces aplica elementos de interacción que aseguren la calidad de sus servicios. Se concluyó proponiendo el modelo Servqual como factor relevante para la mejorar de la sostenibilidad de las empresas de transporte de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. determinando el factor relevante destacando la importancia del modelo SERVQUAL de acuerdo a las realidades y contextos de la empresa ya que este factor es trascendente para el desarrollo de un emprendimiento sostenible económico-ambiental y socialmente.

Palabras Claves: *Modelo SERVQUAL y sostenibilidad de los emprendimientos.*

ABSTRACT

The transportation companies present deficiencies in the quality service, we can find according to the security protocols that are demanded in time of pandemic is not met, the schedule of the same is not respected and embark passengers outside the terminal for this purpose the following objective was raised: To propose the Servqual model as a relevant factor for improving the sustainability of enterprises in Mypes in the service sector, category passenger transportation of cars in the district of Satipo, Junín 2021. The research is a quantitative, descriptive and non-experimental - transactional design. The population consisted of 4 transportation companies in the district. The sample taken was probabilistic of census type. The technique used was the interview and the questionnaire was used as an instrument to obtain results with respect to the SERVQUAL model variable: 50% of businessmen in the passenger transport sector state that they almost always use service quality tools and the other 50% state that they sometimes apply interaction elements to ensure the quality of their services. It was concluded by proposing the Servqual model as a relevant factor to improve the sustainability of passenger car transportation companies in the district of Satipo, Junín 2021. The relevant factor was determined by highlighting the importance of the SERVQUAL model according to the realities and contexts of the company, since this factor is transcendent for the development of an economically, environmentally and socially sustainable enterprise.

Key words: SERVQUAL model and sustainability of enterprises.

6. Contenido

INDICE

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria)	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de Figura, tabla y cuadros	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Bases teóricas de la investigación	21
2.2.1 Calidad del servicio.....	21
2.2.2 Modelo Servqual.....	23
2.2.2.1 Dimensiones de Modelo Servqual	25
2.2.3 Sostenibilidad.....	28
6.2.4 Mypes.....	33
6.2.5 Transporte de pasajeros de autos	37
III. Hipótesis	41
IV. Metodología.....	42
4.1 Diseño de la investigación	42
4.2 Población y muestra.....	43
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	46

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
4.5 Plan de análisis	48
4.6 Matriz de consistencia	49
4.7 Principios éticos	50
V. Resultados	52
5.1 Resultados.....	52
5.1.1 Resultados descriptivos.....	52
5.2 Análisis de resultados	66
5.2.1 Variable: Modelo servqual.....	66
5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos.....	67
VI. Conclusiones.....	69
Recomendaciones	70
Referencias bibliográficas.....	72
ANEXOS	77
Anexo 1: Cronograma de actividades	77
Anexo 2: Presupuesto	78
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	79
Anexo 4: Consentimiento informado.....	81
Anexo 5: Directorio de Mypes.....	82
Anexo 6: Propuesta de mejora	83

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1. Población de Mypes.....	44
Tabla 2. Baremo de interpretación de variables y dimensiones.....	52
Tabla 3. Tabla de frecuencia de la variable Modelo servqual.	52
Tabla 4. Tabla de frecuencia de la dimensión Elementos tangibles.	53
Tabla 5. Tabla de frecuencia de la dimensión Fiabilidad.	55
Tabla 6. Tabla de frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta.	56
Tabla 7. Tabla de frecuencia de la dimensión Seguridad.	57
Tabla 8. Tabla de frecuencia de la dimensión Empatía.	59
Tabla 9. Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.	60
Tabla 10. Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Ambiental.....	62
Tabla 11. Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Económico.	63
Tabla 12. Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Social.	65

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la variable Modelo servqual.....	53
Figura 2. Representación gráfica de la dimensión Elementos tangibles.....	54
Figura 3. Representación gráfica de la dimensión Fiabilidad.....	55
Figura 4. Representación gráfica de la dimensión Capacidad de respuesta.	57
Figura 5. Representación gráfica de la dimensión Seguridad.....	58
Figura 6. Representación gráfica de la dimensión Empatía.....	60
Figura 7. Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.....	61
Figura 8. Representación gráfica de la dimensión Valor Ambiental.....	62
Figura 9. Representación gráfica de la dimensión Valor Económico.....	64
Figura 10: Representación gráfica de la dimensión Valor Social.....	65

I. Introducción

En el presente proyecto de investigación titulado: Modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021.

La mejora de la calidad es un marco empresarial que construye el valor de una asistencia y la distingue de sus rivales. Las investigaciones de las corrientes en el transporte muestran el importante papel que desempeñan los clientes en la evaluación de la ejecución de la organización, y se descubre la subjetividad de su perspicacia.

A pesar de que en ocasiones pueda parecer extraño, las asociaciones y sus directores deben tener en cuenta las tendencias de los clientes, por ejemplo, evaluando sus propuestas teniendo en cuenta las valoraciones de los evaluadores y organismos de control y de los clientes para medir las irregularidades entre las individualidades de los clientes y los destinos de los centros de trabajo de los movimientos.

En Perú, cerca del 79% de la población vive en localidades metropolitanas. Es probable que esta cifra aumente en un 6% para el año 2025 (Instituto Nacional de Estadística e Informática). Este aumento de la población en los distritos metropolitanos se ha convertido en un interés más prominente en el marco del transporte, lo que ha provocado una utilización más notable de los vehículos y la consiguiente demanda de vehículos. El parque automovilístico de Perú se ha ampliado en un 63% en los últimos 10 años para satisfacer la creciente demanda de transporte. La unión más escandalosa de los vehículos de motor en las redes

metropolitanas se está convirtiendo en una cuestión importante en el espacio de los vehículos. Alrededor del 53% de los vehículos matriculados en Perú sólo se utilizan en las redes metropolitanas.

Este incremento en la cantidad de vehículos a motor en las regiones metropolitanas ha provocado igualmente un incremento en el impacto natural. En el Perú, las salidas de CO₂ se extendieron en 4.355 toneladas de kilogramos en 2019, un 8,16% más que en 2018, y las emisiones de CO₂ en 2019 fueron de 57.693 kilogramos. Esto hace que el Perú ocupe el puesto 132° en el situando de países por emisiones de CO₂, que incluye 186 países en los que se describen los países con la proporción más disminuida de contaminaciones; De esta cifra, el 84,5% fue gastado por la región vehicular.

Con el aumento de los salarios y la exigencia de adaptabilidad, la cantidad de vehículos privados en el país se está extendiendo rápidamente. Como muestran los últimos datos, las ofertas de vehículos privados se extendieron un 9,23% en abril-marzo de 2019 aparecieron de manera diferente en relación con un tiempo comparable de los años pasados y las ofertas de vehículos de negocios sólo se extendieron un 4,16%. El avance inseguro de la armada de vehículos, la escasez de una magnífica estructura de transporte público y la escasez de formas de lidiar con el movimiento de vehículos de motor privados lisiados han logrado una gama de vida más amplia de una armada de vehículos de motor en desarrollo y una proporción excesiva de bloqueo de vehículos. Varios signos de problemas relacionados con el transporte metropolitano continúan de la misma manera con el desarrollo en la cantidad de retrocesos de vehículos, una adición en los tiempos de desarrollo entre los lugares de trabajo y los hogares, y la contaminación del aire

de las liberaciones de los grupos de trabajo de los vehículos. Este peso de las circunstancias provoca la decepción de los clientes con la administración de los vehículos y, por tanto, de la administración de los mismos.

En el Perú, las principales organizaciones de vehículos públicos son las líneas de vehículos, sea como sea, la medida de los vehículos privados y el tráfico incidental está llenando paso a paso en las redes urbanas debido a la mala calidad de la organización de vehículos metropolitanos. Por lo tanto, es importante abordar la idea de la administración del transporte para restringir la utilización de los vehículos privados. Teniendo todo en cuenta, los datos incansables sobre los clientes de la organización de vehículos metropolitanos permitirán captar sus perspectivas con el objetivo de que se pueda transmitir una asistencia increíble.

Hay veces que las empresas de transporte no cumplen con estas presunciones, a pesar de tener información suficiente y exacta sobre las necesidades de los clientes. Esto puede deberse a que los juicios sobre la calidad de la ayuda no se facilitan con lo que se ofrece a los clientes. La metodología general para hacer la calidad de la organización depende de las necesidades del cliente (Hensher et al., 2003; Joewono et al., 2016). El avance basado en el cliente es un artilugio significativo para contemplar la idea del transporte público (TRB, 2003). Estas características estándar se hacen depender de algunas elecciones de expertos sin tener en cuenta la perspectiva de los clientes sobre la ayuda. Por lo tanto, son una naturaleza del tablero según la perspectiva de los jefes (Joewono et al., 2016) y carecen de abordar las percepciones de los clientes. En consecuencia, el interés de esta investigación es reconocer la calidad de la asistencia actual en

las organizaciones de transporte de vehículos metropolitanos en la ciudad de Satipo.

En las empresas de transporte de autos del distrito de Satipo encontramos deficiencias en el servicio de calidad, podemos encontrar de acuerdo a los protocolos de seguridad que se demanda en tiempo de pandemia no se cumple, el horario de los mismos no se respeta y embarcan pasajeros fuera del terminal con tal de completar su capacidad de pasajeros, no emiten boletas de pasaje en el que se indique número de asiento y costo, la cordialidad por parte de los conductores hacia los pasajeros no se percibe y el problema que más ocurre son las alzas de pasaje sin motivo justificado perjudicando así a los viajeros en momentos de apuros.

Los problemas que se exponen se dan debido a la falta de orden desde la afiliación de los conductores no se establece un manual de organización y funciones en el que se detalle el actuar al momento de ofrecer los servicios, otro punto es la carente falta de regulación por las autoridades e inspección.

El cual planteo como enunciado de investigación: ¿Cuáles son las mejoras del modelo Servqual como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de auto del distrito de Satipo, Junín 2021?. Y como objetivo: Proponer el modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021.

La investigación se justifica por el hecho de que evaluará la naturaleza de las administraciones de transporte dependientes de los discernimientos de los

clientes, ya que se considera una pieza fundamental de la asistencia pública garantizada por la ley y, por lo tanto, será en general seria en la ciudad. Para estar a gusto con las cualidades y carencias de los clientes. Las prestaciones de los vehículos metropolitanos, los responsables de la zona a la que se hace referencia, contarán con sistemas de mejora de la administración dependientes de los indicadores de calidad de la asistencia en la zona, ya que los resultados ayudarán a trabajar en la naturaleza de las administraciones de transporte.

Respecto a la metodología el presente trabajo de investigación fue de tipo cuantitativa, implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados, es determinante en su propósito, La investigación correspondió a un nivel descriptivo porque consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas y de diseño investigación denominado No experimental – transaccional. La población estuvo constituida por 4 empresas de transporte del distrito, La muestra tomada fue probabilística de tipo censal y son las Mypes que ofrecen el servicio de transporte de pasajeros de autos. En la presente investigación se utilizaron dos técnicas: la técnica de la entrevista para determinar el problema de las organizaciones y la encuesta para conocer el nivel de uso de la variable modelo SERVQUAL, se utilizó el cuestionario de tipo escala de Likert como instrumento de recolección de datos. La investigación se rigió de acuerdo a las normas morales encapsuladas están separadas dentro del código de moralidad construido por la división de exámenes de la Universidad Católica de Los Ángeles de Chimbote.

Respecto al resultado de la variable modelo SERVQUAL encontramos a un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre ejecutan herramientas de calidad de servicio con sus clientes y el otro 50% afirma que algunas veces aplica elementos de interacción que aseguren la calidad de sus servicios.

Se concluyó proponiendo el modelo Servqual como factor relevante para la mejorar de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. determinando el factor relevante destacando la importancia del modelo SERVQUAL de acuerdo a las realidades y contextos de la empresa ya que este factor es trascendente para el desarrollo de un emprendimiento sostenible económico-ambiental y socialmente. En tal sentido podemos manifestar que los componentes del modelo SERVQUAL contribuyen al desarrollo sostenible de la empresa.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Internacionales:

Lozada (2019). En su tesis titulada, *Elaboración e implementación de un plan estratégico e incremento de la calidad en el servicio como base de la competitividad en Pymes comercializadoras. Caso Mundinovedades Alexandra*. Investigación que tuvo como objetivo implementar un plan estratégico para una PYME importadora y comercializadora de juguetes con el objetivo de impactar positivamente en la calidad del servicio al cliente y en su competitividad en el mercado tungurahuese. Su metodología aplicada fue de análisis bibliográfico con componentes teóricos en materia de planificación estratégica y de la competitividad empresarial en base a propuestas establecidas por investigadores reconocidos a nivel internacional como: Michael Porter, Robert Kaplan, David Norton y estudiosos de las PYMES latinoamericanas como Héctor Formento, Néstor Braidot y Franco Chiodi. Además, se estudian las variables sobre la competitividad sugeridas por el Banco Interamericano de Desarrollo y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Sus resultados fueron la determinación de criterios que se da mediante un despliegue de la función de la calidad QFD para posteriormente ser priorizados con ayuda del modelo Kano. Además, se sustenta las dimensiones de calidad en el servicio en base al modelo de cuestionario Servqual. La información necesaria para el desarrollo de todas estas metodologías es obtenida mediante encuestas, ensayos de grupos focales y la técnica de comprador misterioso. Finalmente, su conclusión fue proponer iniciativas para el incremento de la

calidad en el servicio y de la competitividad empresarial durante los próximos años, implantándose en primera instancia la iniciativa de aplicación más prioritaria y cuyo impacto será determinado al analizar las variaciones producidas en el modelo Servqual y en la evaluación competitiva.

Villafuerte (2019). En su tesis titulada *Plan de mejora de calidad en el área de recepción del hotel Colonial Suite ubicado en la ciudad de Guaranda– Ecuador*. Tuvo como objetivo desarrollar una propuesta de mejora de calidad en el área de recepción para el Hotel Colonial Suite de la ciudad de Guaranda – Ecuador. La metodología desarrollada fue de tipo de investigación cuantitativo, descriptivo, se aplicó la encuesta, entrevista, observación y revisión documental. Su resultado detalla que genera el 35,11% de cumplimiento de los parámetros indicados por esta norma, por lo que no alcanza el porcentaje exigido para obtener el “Distintivo Q”. Por tal motivo, el hotel tiene la necesidad de implementar los requerimientos establecidos en la norma, para de esa manera poder alcanzar el mínimo requerido del 80% que le permitiría conseguir su respectivo conocimiento. Concluyendo que se describió la situación actual del Hotel Colonial Suite del cantón Guaranda, habiéndose determinado que el área de Recepción del hotel Colonial Suite tiene una serie de deficiencias que deben ser oportuna y correctamente atendidas, para lograr la satisfacción del cliente, lo que debe ser algo más que una simple declaración: se trata de la visión de sostenibilidad y crecimiento del negocio en su entorno competitivo.

Yuqui (2019). En su tesis titulada, *Medición de la calidad del servicio con el modelo Servqual en la Compañía Mega servitron del Cantón La*

Troncal. Tuvo como objetivo determinar mediante el modelo Servqual el nivel de la calidad del servicio y encontrar si el grado de relación es positiva y significativa en correspondencia a las dimensiones y la calidad con respecto a los servicios. La metodología desarrollada responde a un perfil correlacional y descriptivo marcando una tendencia investigativa de tipo cuantitativa. En tal sentido fueron encuestados 381 usuarios que hacen uso del servicio que ofrece la empresa Megaservitron, seleccionados a través de una muestra, de igual forma se utilizó el cuestionario Servqual que mide el nivel de satisfacción del usuario mediante la diferencia entre las expectativas y percepciones. Sus resultados de las cinco dimensiones de la herramienta Servqual explican el 92.9% de la calidad total del servicio refleja una relación positiva entre las variables independientes (cinco dimensiones) y la variable dependiente. Sus resultados indicaron que existen brechas negativas en todas las dimensiones del modelo Servqual lo que quiere decir que existen problemas de insatisfacción por parte de los usuarios y que la dimensión con mayores problemas de insatisfacción es la de elementos tangibles por tener una brecha del -0.22. Concluyó recomendando tomar acciones correctivas en cada una de las dimensiones, de igual manera fortalecer las aptitudes de los colaboradores mediante capacitaciones, con el fin de brindar al usuario una información clara y adecuada.

Ayala (2018) tesis la cual denominó *Evaluación de la calidad de los servicios en la ciudad del conocimiento Yachay y su incidencia en la satisfacción de los usuarios*, en la ciudad de Latacunga, Ecuador, el cual tuvo como objetivo general determinar la calidad de los servicios en la ciudad del

conocimiento Yachay y su incidencia en la satisfacción de los usuarios apoyándose en la teoría de Parasuraman y en su modelo Servqual con sus dimensiones (tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía). Trabajo con una población finita la cual constó de los alumnos y profesores que viven o visitan frecuentemente la ciudad de la cual se obtuvo una muestra de 288 usuarios, la metodología desarrollada fue de diseño descriptivo correlacional, de tipo no experimental de corte transversal, donde se aplicó la encuesta y como instrumento el cuestionario escala Likert donde se obtuvo como resultado en la correlación de variables (0.71; $p < 0.05$), elementos tangibles (0.61; $p < 0.05$), Fiabilidad (0.71; $p < 0.05$), capacidad de respuesta (0.69; $p < 0.05$), seguridad (0.70; $p < 0.05$) y empatía (0.68; $p < 0.05$) en donde se manifestó que las dimensiones de la primera variable tienen un impacto directo y positivo sobre la satisfacción del usuario de la ciudad del conocimiento de Yachay entonces se llegó a la conclusión que se acepta la 16 hipótesis de la investigación en donde las dimensiones de la calidad de servicio si tienen un impacto positivo en la satisfacción del usuario. En esta investigación el autor aplico la teoría y modelo Servqual de Parasuraman en donde comprobó que, si hay un impacto directo entre la calidad de servicio sobre la satisfacción del cliente, está investigación se tomó como antecedente por que desarrolla las variables de estudio el cual desarrollaremos.

López (2018) cuya tesis tituló *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. El cual tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la

satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil apoyándose en la teoría de Parasuraman y en su modelo Servqual con sus dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía para su variable calidad de servicio en cuanto para su segunda variable satisfacción de los clientes se apoyó en la teoría de Kotler, trabajo con una población infinita la cual consta de clientes que asisten al restaurante de la cual se obtuvo una muestra de 365 clientes, la metodología desarrollada fue de diseño descriptivo correlacional, de tipo no experimental de corte transversal nivel cuantitativo, en donde se aplicó la encuesta y como instrumento el cuestionario de escala Likert, como resultado se comprobó que si hay una correlación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente por que la significancia es de (0,000) y por lo tanto es menor de (0,05). La correlación $\rho=0.697$ indica que se trata de una correlación positiva porque el valor es próximo a 1, entonces se comprueba que a mayor calidad de servicio ofrecido por el restaurante habrá una mayor satisfacción al cliente o viceversa, entonces se llegó a la conclusión que el servicio al cliente es muy importante para cualquier institución pues de esto depende el éxito o el fracaso de la misma, es muy importante que el cliente salga satisfecho para que así sean los mismos clientes los cuales nos puedan recomendar por el lugar, comida y servicio. El aporte de esta investigación me ayudará a la elaboración y entendimiento de los indicadores que aplicare para poder establecer una relación entre la calidad y satisfacción de los clientes en el desarrollo de mi investigación.

Nacionales:

Santillan (2021) Cuya tesis titulada, *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021*. Tuvo como objetivo proponer la atención al cliente como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021, Su metodología fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. Sus resultados respecto a las características de los representantes de las Mypes, el 80% están entre 31 a 50 años, el 70% son mujeres, 80% tienen grado de instrucción de superior no universitario y 60% son dueños. Acerca de las características de las Mypes, el 70% tienen entre 0 a 3 años funcionando, el 100% cuentan con 1 a 5 empleados, el 70% no tiene vínculo familiar, 80% ha constituido para generar ganancia, el 90% son constituidas como persona natural. la variable atención al cliente, elementos tangibles, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión capacidad de respuesta, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión empatía, la mayoría de las Mypes está de acuerdo el cual se puede mejorar, la variable sostenibilidad de los emprendimientos, dimensión valor ambiental, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión económica, las Mypes está de acuerdo, dimensión valor social, las Mypes está totalmente de acuerdo. Concluyó identificando los factores relevantes de la atención al cliente y sostenibilidad de emprendimientos ya que se pudo

observar que en algunas Mypes no se está aplicando la importancia de sostenibilidad.

Arévalo (2019) En su tesis, *Propuesta de mejora de motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, 2019*. Tuvo como objetivo proponer las mejoras de la motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Juanjuí, Provincia de Mariscal Cáceres. Su metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Tomó como muestra 16 Mypes de sector servicio, rubro restaurantes, se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas que tienen relación con las variables en investigación, Motivación Laboral y Sostenibilidad de los emprendimientos. Sus resultados evidenciaron que el 50.00 % casi siempre promueve autonomía de los trabajadores para realizar sus labores, el 87.50 % la empresa casi siempre relaciona los propósitos de los trabajadores y el propósito de la organización, el 25.00 % casi siempre promueve la responsabilidad de los trabajadores de la organización, el 37.50 % algunas veces promueve la premiación a los trabajadores mediante bonos, el 50.00 % algunas veces premian a los trabajadores en base a resultados, el 25.00 % casi siempre otorga reconocimiento y felicitaciones a los trabajadores cuando logran las metas propuestas, por otro lado el 25.00 % siempre aplica estrategias para tener un buen ambiente laboral favorable. Concluyó que las dos dimensiones son descuidadas por los empresarios de este sector, asimismo,

nunca promueven la premiación a los trabajadores en base a bonos, resultados, no se reconoce ni se felicita a los trabajadores, resultando valioso la elaboración de la propuesta de mejora de la motivación laboral.

Castro (2019) Tuvo como título, *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción- rubro panaderías de la urbanización los viñedos, del distrito de Santiago de Surco, 2019*. Tuvo como objetivo proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Micro y pequeñas empresas del sector producción- rubro panaderías de la Urbanización los Viñedos, del Distrito de Santiago de Surco, 2019. Su metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño: No experimental- transversal. Para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra poblacional de 10 panaderías, quienes, al ser encuestados, Sus resultados mostraron sobre las características de los representantes de las Mypes, el 50% tienen entre 31 a 40 años, el 50% son solteros, el 60% son de sexo femenino, el 70% tienen estudios superiores. Sobre las Mypes, el 50% de las panaderías tienen entre 6 a 10 años en el mercado, el 80% tienen de 1 a 5 trabajadores, además el 80% de las Mypes están formalizadas y el 70% de las Mypes son personas naturales. Sobre la competitividad, el 10% siempre adquiere materia prima a bajo costo, el 40% de los encuestados dijeron también, que siempre la empresa tiene dentro de sus actividades un nicho de mercado. Al respecto de esta investigación concluyó que la competitividad es un factor importante dentro del rubro empresarial y que su aplicación en base

a estrategias de competitividad dará como resultado la sostenibilidad en el tiempo de estas empresas.

Ponton (2019). En su investigación, *Propuesta del modelo de simulación SERVQUAL en el complejo turístico MIRAMAR para la optimización competitiva del sector turístico*. Tuvo como objetivo principal la propuesta del modelo de simulación SERVQUAL mediante el análisis de la calidad del servicio de los clientes para la optimización competitiva del sector turístico en el complejo Miramar. Indicando que, en todos los países, las empresas no están aplicando estudios de calidad de Servicio, es por ello que existe bajo nivel de satisfacción y falta de medición de la calidad percibida y ofrecida. Es importante aplicar estudios de calidad porque permite obtener ventajas competitivas y posicionarse en el mercado, las entidades al hacer uso de las simulaciones de negocios, se están encaminando al logro de los objetivos determinados para incrementar su rentabilidad y tener mayor demanda de clientes satisfechos. Su metodología utilizada fue de carácter cualitativa-descriptiva, basada en indagación y revisión de documentos teóricos; y su caso práctico está fundamentado en el método cuantitativo por medio de la escala de Likert y el Alfa de Cronbach. Su análisis de la escala fue de tipo Likert, sus resultados con el alfa de Cronbach tiene un valor superior de 0,60 donde los 44 elementos tienen congruencia entre expectativas y percepciones. Además, al analizar las brechas se evidenció que la entidad posee un nivel de calidad del servicio considerablemente positivo, sin embargo, en la dimensión de elementos tangible, existe una deficiente e inadecuada presentación de imagen de los empleados, Concluyó que se debe tomar medidas que faciliten la toma

de decisiones y aplicación de nuevas estrategias para alcanzar una competitividad exitosa.

Haro (2018) En su tesis *Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018*. Tuvo como objetivo incorporar las mejoras en los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros del Callejón de Huaylas, 2018. Para el estudio utilizó una metodología de investigación de tipo cuantitativa de nivel descriptivo, se aplicó un diseño no experimental- transversal, la población y la muestra asciende a 30 representantes, a los que se aplicó un cuestionario de 39 preguntas, sus resultados respecto a los elementos tangibles fueron del 70% expresaron que cuentan con un listado de tarifas, en la fiabilidad el 100% no toman la condición socioeconómica del pasajero, dentro de la capacidad de respuesta consideraron el 70% realizó el servicio eficiente, en la seguridad el 66,7% cuentan con libro de reclamaciones, en empatía el pasajero con 46,7 % afirmaron que se brinda un trato comprensivo. Concluyó con la incorporación de mejoras en los factores relevantes, repercuten positivamente en la calidad de servicio, pero no desarrollan, de una forma adecuada la gestión de calidad, ocasionando desventaja en la administración y generando el riesgo de ser retirados del mercado.

Llantoy (2019) En su tesis titulada, *Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros: caso empresa*

Chasqui Expres srl del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019. La investigación tuvo como objetivo describir las características de la Calidad de Servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros. Su metodología de investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo diseño no experimental, corte transversal y la muestra es de 384 clientes de las 25 Mypes, se empleó un cuestionario de 15 preguntas y sus resultados fueron de un 43.23% que califican casi nunca los trabajadores de las unidades del transporte público tiene una apariencia limpia y agradable, el 46.09% califican que a veces las instalaciones físicas del transporte público son conservadas, el 42.97% califican que nunca el comportamiento de los trabajadores del transporte público le inspira confianza, el 54.17% califican que nunca los conductores no respetan la capacidad de los pasajeros parados y sentados en el transporte público de los pasajeros, el 35.94% califican que nunca están satisfechos con la atención brindada por los trabajadores de las unidades de transporte público. Concluyó que según la mayoría de los encuestados mencionan que nunca, casi nunca estiman una calidad de servicio por parte de la empresa de transporte publico Chasqui express.

Locales:

Paez (2019). En su tesis titulada, “*La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías des distrito de Satipo 2019*”. tuvo como objetivo general determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo,

2019. Siendo su hipótesis planteada. La calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Su metodología de investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue el método general científico. La población estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería FREDD CHICKEN del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.24 pudiendo de esta manera determinar con el análisis del coeficiente r de Pearson. Su resultado fue a través del coeficiente $r=0,870$ que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta, Concluyó que la entidad logro satisfacer al cliente a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente en un 75,69%.

Campos (2019). En su tesis titulada, *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo "Manuel Ángel Higa Arakaki"-Satipo, 2017*". Su objetivo fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo" Manuel Ángel Higa Arakaki" – Satipo, 2017, Su metodología de investigación tuvo un enfoque cuantitativo, el método utilizado fue el hipotético deductivo y el método científico siendo el tipo y nivel de investigación descriptiva con diseño correlacional, el tamaño de población utilizado fue de 140381 y una muestra de 382 usuarios, el instrumento utilizado fue la escala de Likert de nivel ordinal y los instrumentos se validaron a través de expertos y finalmente se ha recategorizado o transformado con el programa Spss25. Concluyo que existe

correlación significativa, muy buena correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki – Satipo, 2017 con $\rho(\text{rho})= 0.800$, $\alpha=0.05$ y $t_{\text{calculada}} =25.99$; siendo el 49.7% Buena y el 28.0% Mala.

Gil (2018). En su tesis titulada, *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro zapaterías, distrito de Satipo, año 2017*. Su objetivo fue determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, rubro Zapaterías, distrito de Satipo, año 2018. Su metodología de investigación fue de tipo descriptivo, no experimental, transversal; donde a través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas, sus resultados fueron respecto al propietario: Edad, la mayoría son jóvenes porque están en el rango de 29 a 39 años (52,9%); predomina el género femenino (58,8%); no tienen formación académica, son empíricos (58,8%). Respecto a la empresa: 94,1% de las Mypes encuestadas están formalizadas y su principal interés ha sido el *acceso al crédito bancario*. Los negocios de zapaterías están en el mercado en promedio de 4 a 6 años (41,2%) y un hallazgo serio es que el 76% de las Mypes no tienen a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión y atención al cliente: el 64.7% no ha definido la misión, visión y valores de su empresa ni cuenta con plan de calidad. El 35% no tiene su local en buenas condiciones; 59% no practica un protocolo de servicio; el 29% no considera las sugerencias del cliente para mejorar su nivel de servicio. Concluyó que un 23% de los encuestados no tiene como objetivo la fidelización del cliente; tampoco

(53%) capacita a su personal y existen colaboradores que no tienen actitud de servicio en algunas zapaterías (12%).

Saez & Aguirre (2019). En su tesis titulada, *Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017*. Su objetivo fue determinar las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr que los clientes de Electrocentro perciban un servicio positivo en la localidad de Satipo, se planteó la siguiente interrogante ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr la satisfacción de los clientes de la empresa Electrocentro en la localidad de Satipo? La hipótesis de la presente investigación fue de que, si se describe las características de la calidad del servicio eléctrico dentro de las tolerancias que establece la NTCSE, entonces se determinará la satisfacción en los usuarios de Electrocentro en la ciudad de Satipo. Su metodología fue de diseño descriptivo, específicamente el diseño transeccional descriptivo; que tiene como objetivo conocer y comprender como se manifiesta una o más variables a través de su medición. El proceso establece medir el objeto de estudio a través de las variables y obtener su descripción. Utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta a la muestra determinada. Concluyó que los resultados de investigación, que las medidas obtenidas al describir las características de la calidad del servicio eléctrico cumplen con las tolerancias de la Norma, permitiendo una positiva percepción de los usuarios satisfechos de la empresa Electrocentro de la ciudad de Satipo; ya que el grado de la satisfacción obtuvo un valor elevado considerando los aspectos de calidad evaluados en el

suministro de energía eléctrica, el servicio de alumbrado público, servicio comercial y atención eficiente al cliente.

Bravo & Sulla (2019). En su tesis titulada, *Evaluación de la calidad de servicio desde la percepción de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Satipo 2017*. La investigación tuvo como objetivo determinar la percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio en la municipalidad provincial de Satipo en el año 2017, la hipótesis de investigación fue: La percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio es mala en la municipalidad provincial de Satipo en el año 2017; su metodología de investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo; se utilizará para contrastar la hipótesis el Chi cuadrado, con un diseño no experimental, transversal - descriptivo; la muestra estuvo conformada por 385 usuarios de los servicios de la municipalidad; con un tipo de Muestreo: probabilístico simple y para la recolección de datos se utilizara un cuestionario SERVEPERF (percepción de la calidad de servicio). Como resultado llegó a la conclusión que la percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio es mala en la municipalidad provincial de Satipo en el periodo 2017.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Calidad del servicio

Hernández (2009). Algunos creadores expresan que la visión de la calidad de la administración es la consecuencia de contrastar las suposiciones de los clientes y su impresión de la ayuda genuina prestada. Los clientes

dependen del grado de valor indicado por la distinción entre sus suposiciones y su impresión de la ayuda que finalmente pueden utilizar. Cuanto más destacada sea esta distinción, más notable será la fidelidad del consumidor.

Los discernimientos y las suposiciones de los clientes son proporciones subjetivas de la calidad de la administración.

Los clientes son el componente significativo y el motor de las asociaciones, ya que se centran en el resultado final o la administración. Desde las pequeñas y medianas organizaciones hasta las más grandes empresas, el trato viable de las personas en general ha sido y sigue siendo quizás el principal instrumento para atraer y cuidar a sus clientes.

Sólo el cliente puede ver el valor en la naturaleza de la administración, ya que la calidad es totalmente subjetiva. El cliente ve la naturaleza de la administración según sus propias preferencias. Lo que constituye la calidad para un individuo puede no ser crítico para otro. La calidad es a la vez realidad y discernimiento. La calidad de la administración es una parte importante del negocio que puede dirigir la conducta del cliente, la satisfacción y el objetivo de utilizar un artículo o administración específicos. Se sostiene que la calidad de la ayuda puede ser fructífera a largo plazo y puede ser una ventaja. A continuación, hay que evaluar y medir específicamente la naturaleza de la asistencia prestada.

La calidad de la administración ha sido un tema importante en el ámbito de los dos intercambios de mano de obra y productos, junto con la calidad de los datos y la calidad del marco, se recuerdan para el modelo de cuantificación del logro de los negocios de los ejecutivos. Hay dos perspectivas en el

significado de la calidad de la administración, Fernández (2010): El punto de vista primario expresaba que la calidad de la asistencia es la investigación entre las suposiciones del cliente y la impresión de los clientes hacia las administraciones experimentadas Fernández (2010), el punto de vista posterior sostenía que la calidad de la ayuda sólo se estima por lo que ve el cliente.

En general, hay cinco medidas que influyen en la calidad de la administración: inconfundible, sólida, capacidad de respuesta, seguridad y simpatía; asimismo, la calidad de la administración abarca también puntos de vista especializados como la eficacia, la coherencia, la accesibilidad del marco, la comodidad, la rapidez de los problemas de la ruta, la protección y la seguridad.

2.2.2 Modelo Servqual

Concepto:

Para duplicar la exposición en la lealtad del consumidor y la mejora persistente se utilizó la técnica SERVQUAL, a través de esta estrategia se desglosarán los componentes de los factores de la presente investigación.

Miranda, Chamorro y Rubio (2007). citan desde 1985, a Parasumaran y Zeitham.(1988) crearon diversas investigaciones cuantitativas y subjetivas que abrieron la escala multidimensional.

La calidad fue evaluada por el entusiasmo de los clientes, si la apreciación no es de la preferencia del cliente, la calidad será algo similar

y en el caso de que la apreciación sea del agrado del cliente, la calidad será alta.

El modelo SERVQUAL es percibido como el marco PBZ, mostró que hay cinco mediciones donde los clientes utilizan su juicio sobre el cumplimiento o la naturaleza de una asistencia.

El modelo SERVQUAL conceptualizó la lealtad del consumidor como la mezcla entre los exámenes genuinos de los clientes sobre la ejecución y los pensamientos con respecto a la ejecución que se habían hecho antes. Esto ayudará al cliente a apreciar de forma decidida o contraria la satisfacción que ha obtenido sobre sí mismo. En definitiva, las organizaciones que ofrecen tipos de asistencia tienen sus objetivos en un valor adicional en cuanto a la naturaleza de la administración, se debe dar algo más de lo que se espera para que la naturaleza de la administración se pueda ampliar en los clientes.

Características:

En el caso de que el punto central de la calidad de la administración dependa de los discernimientos, será vital ocuparse de la mejora de la apreciación del cliente. Para comprenderlo de forma más clara, Parasumaran analizó las principales causas de moldeado en la disposición de los supuestos. Esta investigación demostró que estos factores moldeadores son los siguientes: el mensaje que se da al escuchar las conversaciones de los demás entre los distintos clientes a los que se presta servicio, los requisitos previos particulares que cada cliente

necesita que se cumplan en cuanto a la asistencia al cliente, las ocasiones anteriores distintivas con las que se ha encontrado o de las que se le ha hablado, y la relación externa que la organización puede tener con el cliente, normalmente avances o promoción.

Parasumaran y Zeitham (1988) propusieron como optativo todo lo identificado con el establecimiento de la satisfacción y naturaleza de los clientes: de esta manera se enmarcan las mediciones a evaluar.

2.2.2.1 Dimensiones de Modelo Servqual

- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

Primera medida: Componentes tangibles (todo lo que se identifica con la base real, los componentes reales de la correspondencia, el equipo y los compañeros de equipo) - El hardware actual de la organización es excepcional.

- La apariencia real de la oficina parece suficiente y atractiva.
- Los compañeros de equipo de la empresa parecen suficientes para la ayuda.

- La imagen de los representantes de las organizaciones monetarias debe tener una apariencia elegante para servir a los clientes.

Segunda medida: Confiabilidad (esto se percibe como la capacidad de desempeñar la administración concurrida de una manera fastidiosa y legítima.

- Cuando el elemento u organización demuestra al cliente que lo hará en un tiempo determinado y lo satisface.
- Cuando un cliente o consumidor tiene algún problema y la organización muestra un anhelo genuino importante para resolver satisfactoriamente su necesidad.
- Desde el segundo principal la organización ofrece un apoyo increíble.
- Si la organización da una garantía al cliente, debe pensar que en el caso de que no satisfaga su garantía, esto hará que el cliente se sienta molesto, ya que entenderá que no es importante y con toda probabilidad no volverá a la fundación del negocio.

Tercera medida: La capacidad de respuesta (el afán de los representantes por ayudar al cliente o clienta y en esa línea tener la opción de dar el trato que el cliente necesita).

- Los empleados mantienen un discurso constante con el cliente y muestran cuando la ayuda está hecha.

- Los asociados de la sustancia u organización son continuamente capaces de ayudar a los clientes o clientas.

Cuarta medida: La seguridad (es la experiencia y la consideración mostrada por los socios para comunicar la credibilidad y la confianza).

- El liderazgo de los compañeros de la empresa de ayuda hace que el cliente se sienta seguro. Los clientes están tranquilos y protegidos en un intercambio que completan en la fundación.
- Uno de los componentes que debe tener cada elemento en el área monetaria es la rapidez de la administración, ya que se utiliza para crear aperturas de negocio para los clientes o consumidores y esto permite entregar varias opciones para ampliar su productividad y parte de la industria en general, como una etapa inicial para una asistencia superior a los clientes o consumidores.

Quinta medida: Empatía (entendida como la consideración personalizada que las fundaciones dan al cliente).

- La fundación tiene un horario de atención al cliente que se aplica a cada uno de sus clientes o consumidores.
- La fundación se esmera en dar a sus clientes los mejores avances o ventajas.
- La fundación cuenta con trabajadores que personalizan la asistencia al cliente.

2.2.3 Sostenibilidad

Concepto:

Las conexiones de las organizaciones con los clientes se desarrollan, el comprador tiene una inversión significativa para demostrar su punto de vista correspondiente al artículo o administración que la organización da, esto sugiere una variedad de dificultades que consideran que la administración de clientes es una técnica sustentable ya que infiere organizar una progresión de actividades para dar valor social, natural y monetario.

Característica:

Según Triquel (2018) ser mantenible sugiere tener una armonía entre los círculos monetarios, sociales y naturales de la organización. El consentimiento pasivo de estas columnas, influyen en que el negocio no sea mantenible $\text{Económico} + \text{Ambiental} = \text{Viable}$. En el momento en que el negocio sigue el desarrollo financiero considerando el aseguramiento del clima. $\text{Monetario} + \text{Social} = \text{Equitativo}$. Realiza una transmisión de estos activos y el tipo de apoyo equitativo, para disminuir las disparidades sociales. $\text{Social} + \text{Ambiental} = \text{Social}$.

Para esta situación, la tarea se suma a la consideración del clima y a una mejor prosperidad. En el clima empresarial, la idea de manejabilidad.

Como indica Sánchez, (2012). Aborda otro enfoque empresarial. La organización al crecer sus ejercicios avanza en la incorporación social,

agiliza la utilización de los activos regulares y disminuye el efecto sobre el clima, protegiendo la respetabilidad del planeta para las personas en el futuro sin diferir la viabilidad monetaria y monetaria de la organización. (p.18).

Elementos:

Últimamente se han dirigido investigaciones lógicas identificadas con el tema de la sustentabilidad empresarial. En esta parte de la exploración, se introducen tres ideas esenciales para el perfeccionamiento del trabajo, el Triple Bottom Line previamente articulado por Elkington en 1994, la Teoría de las Partes Interesadas y la rueda del progreso de Bob Doppelt. Para esta exploración, por sus cualidades y área de investigación, la hipótesis que se creará es la Teoría de los Socios.

La hipótesis de los socios expresa que la capacidad de una organización para lograr una abundancia sostenible a largo plazo y, por consiguiente, su estima a largo plazo, se establece mediante sus asociaciones con sus socios (Freeman, 1984). Acentuando que el socio de una organización es cualquier reunión o persona que pueda influir en la consecución de los objetivos de la asociación.

Esfuerzos:

Como indica Schnarch (2014). Un emprendimiento es una asociación inventiva que incorpora diferentes actividades para dar

respuestas a los problemas de las personas. En cualquier caso, cada aventura debe centrarse en un desarrollo concreto. Además, debe abordar una necesidad concreta. De ahí que existan tipos de organizaciones.

En tal sentido Schnarch (2014). retrata los tipos de negocios y cuáles son sus adscripciones individuales.

Tipos de emprendimientos:

Asociaciones adaptables.

Los emprendimientos adaptables son asociaciones que comienzan poco, pero tienen una proyección excepcional de mejora en el corto y mediano plazo. Son asociaciones con estrategias repetibles y adaptables constantemente. Estas asociaciones participan de la ventaja que pueden obtener considerando una preocupación real para los agentes. Son audacias significativas para lograr el rápido aumento que estas asociaciones necesitan.

Rappi es una representación sustancial de este tipo de negocios. A partir de 2018, había conseguido casi 500 millones de dólares en retenciones de aventura. Últimamente, adquirió 1.000 millones de dólares en financiación del grupo japonés SoftBank. En vista de estas implantaciones de capital, Rappi ha tenido la opción de escalar su plan de actividad en cada país en el que trabaja.

Negocio social

Este es uno de los tipos de negocio que no se centra en una porción del pastel. Pretende resolver un problema social. Está ligado al cumplimiento de objetivos buenos, sociales y normales. ¿Es posible cooperar a través de un negocio agradable? Sencillamente, sí.

De hecho, el Informe Forética (2018) encuentra que el 48% de los encuestados asegura abrazar afinidades de estilo de vida con un resultado constructivo en la sociedad o el medio ambiente. para decirlo claramente, el negocio social pionero tiene un mercado asegurado y atraído.

Bendita Aurora es un ejemplo de empresa social. La asociación vende artículos terapéuticos, creados con esmero por mujeres que han sufrido enfrentamientos y conductas nocivas en casa. Asimismo, utiliza adornos típicos en la totalidad de sus productos.

Organizaciones de carácter inventivo

Son cosas y organizaciones que surgen de una proporción imaginativa de trabajo, cuyo resultado es la mejora. Este negocio participa en un beneficio increíble sobre el resto. Esto es a la luz del hecho de que garantiza el curso de acción de una cosa específica en su fuerte de mercado.

El negocio creativo proporciona y desarrolla la imaginación y la mejora dentro de las asociaciones. Sin duda, es la fuente que se ocupa de los centros de trabajo de Innovación y Desarrollo (I+D) en las asociaciones.

Los creadores de Familiados aprovecharon un hueco en el mercado de los servicios médicos para crear con su cosa. Permite que cualquier individuo que necesite ayuda para tratar con ellos mismos pueda encontrarla en su historial. Esta comunidad empresarial se centra en figuras parentales capaces para los maduros, los derribados y las personas con discapacidades.

Negocios públicos

Es el tipo de negocio que ejecutan los gobiernos a través de sus asociaciones de fomento. Planifican la satisfacción de una necesidad social o la mejora relativa a la ley, la obligación o la regla de avance. Los avances en la asociación de organizaciones públicas se recogen además en esta clase.

De vez en cuando se confunde con el negocio social, que puede ser un impulso público o privado. En cualquier caso, el negocio público es selecto para la autoridad pública. Tenemos un modelo en la autoridad pública de la República Dominicana. Las administraciones, por ejemplo, la consejería de multas de tráfico y la metodología de archivo solían ser ciclos moderados y turbulentos que cultivaban la profanación. Con *465 y la pasarela Dominicana Digital, la autoridad pública unificó esta carga de estrategias. Actualmente, trabaja con ciclos rápidos y sencillos para los residentes.

Negocio regulatorio

Se trata de la mejora de las estrategias y capacidades de regulación. La administración de la calidad absoluta, la revisión del trabajo o la administración participativa son algunos ejemplos de empresa de gestión. El objetivo es ampliar la productividad general de la asociación para hacerla más competitiva.

Muchas organizaciones persuaden a su personal para que sea emprendedor y mejore en estas mejoras. Sin embargo, también pueden emplear una organización externa. El startup hondureño CloudBiz, por ejemplo, ofrece almacenamiento y preparación de existencias, contabilidad y programación de acuerdos. Es accesible a través de una aplicación versátil. ClouBiz ayuda a los visionarios de negocios y a los microempresarios a ocuparse de sus organizaciones por un precio mínimo. Como indica Castrillón & Mares (2014) existen diferentes tipos de emprendimiento empresarial: imitativo, singular, masivo, privado y de masas. No obstante, los cinco referidos son los fundamentales, ya que los demás no son extremadamente iguales entre sí. Un avance que aborde una cuestión de mercado podría entrar en la clase de empresa social, privada e individual simultáneamente.

6.2.4 Mypes

Sunat (2019) menciona que se considera Mype a la actividad monetaria que realiza. En general, se compone de un individuo característico (PP.NN.) o de un individuo legítimo (PP.JJ.) según el procedimiento en el entorno empresarial mostrado por la ley, que se

centra en la creación, el flujo, el transporte y la naturaleza de las administraciones ofrecidas a los compradores.

También se consideran bajo esta situación comparable los variados tipos de asociaciones, por ejemplo, la sociedad anónima cerrada (S.A.C.), la sociedad de responsabilidad limitada particular (E.I.R.L.), la persona física habitual con negocio (propiedad única) y entre las diversas modalidades de negocio que provocan la acción más drástica de los trabajadores y los niveles de arreglos anuales transmitidos en UIT (unidad de evaluación disponible) o efectivo de la vecindad.

Las adscripciones para la formalización de una miniempresa y un emprendimiento privado es una cuestión firme, ya que, como muestra la ley predefinida, deben cumplirse dos atributos críticos

- a) Un número determinado de trabajadores.
- b) Un nivel específico de acuerdos anuales.

Ambos deben ser cumplidos por la empresa más pequeña de lo esperado y de propiedad privada, para que esta última pueda beneficiarse de una especie de marco de costes dentro de la construcción real.

Registro en la extensión legal

Con respecto a la selección de mype y su giro, los puntos focales introducidos para formalizar se hacen a través de un movimiento de necesidades que cada individuo debe aceptar.

Con respecto a la comunicación, los procedimientos son amplios y extremos, en los que hay que intervenir, en la medida de lo posible el

tiempo o todo para tener una metodología impresionantemente más viable.

Como lo expresa la Ley 28015, objetivo de la ley según Barraza (2006):

La justificación de esta ley es impulsar la realidad, la formalización y el mejoramiento de las organizaciones de pequeña escala y las pequeñas empresas para incrementar las organizaciones factibles, su competencia y beneficio, su obligación con el Producto Interno Bruto, el avance del mercado y los intercambios propios y su obligación con el cobro.

Tipo de organizaciones y sistema de gastos

Las Mypes pueden ser creadas por personas normales o legítimas en el marco de una asociación empresarial, que estará poco por debajo:

Personas naturales con negocios

Son aquellos individuos normales que ven una compensación de segunda clase. Ahora, de agarrar una asociación como un individuo de la marca, el individuo anticipa cada uno de los derechos y responsabilidades de la asociación en un punto de ruptura individual.

Esto supone que el individuo reconoce la responsabilidad y las acreditaciones con cada uno de los activos individuales que tiene, es decir, con los beneficios que están a su nombre, los compromisos o las responsabilidades que pueda hacer la empresa en miniatura.

Personas jurídicas

Como indica la Ley General de Sociedades, coordina y describe los tipos de asociaciones permitidas en el Perú, sean o no de uso estándar o menor.

Las sociedades anónimas:

Para constituir una sociedad abierta (S.A.) o una asociación cerrada (S.A.C.), independientemente, deben estar vinculadas dos personas naturales o jurídicas, en el caso de que habiten en el país.

Respecto a la cantidad de asistentes en una S.A. es ilimitada, en todo caso, en una SAC tiene una limitación de hasta veinte financiadores,

Las responsabilidades pueden ser en dinero cercano u oscuro, así como en elementos físicos o significativos, por ejemplo, aportando sus conocimientos.

Compañía de Responsabilidad Restringida:

Este tipo de organización es como lo demuestra la proporción de accesorios a cambiar, aquí no se pueden entrelazar valores y además acciones, en todo caso, una cantidad de efectivo relacionada de acuerdo a la proporción de asistentes a combinar.

En este tipo de asociación el capital se separa en partes idénticas, según la cantidad de asistentes, que en este tipo de organización no puede superar los veinte accesorios.

Los empresarios informales:

Las ventajas de la informalidad superan con creces a la formalidad- este parece ser el consenso de miles de peruanos, que deciden no ceder ante las reglamentaciones del país, pues encuentran una gran escases de beneficios en ser legales.

Solo 1 de cada 4 microempresarios elige dar el paso hacia la formalización, aun si se les ofrece correr con todos los gastos de inscripción.

En un estudio, publicado esta semana por el diario El Comercio, se reveló cuáles son las principales trabas y comportamientos que han llevado, a que alrededor del 88,3% de los micro empresarios prefieran quedarse en la informalidad.

6.2.5 Transporte de pasajeros de autos

En Perú existen diferentes tipos de transporte público, ya sea por vía aérea, terrestre o marítima, la variedad geológica de la nación y la necesidad de los individuos de aventurarse a diferentes objeciones hacen de esta zona una de las de más rápido desarrollo en la economía del impulso.

Según el INEI (2015), el taxi agregado se muestra como una respuesta principal para la decepción de la población en desarrollo mientras se mueve por la ciudad. La cuestión es que, esencialmente en Lima, la ciudad ha crecido mucho, los individuos necesitan viajar distancias significativas, y el tráfico en la ciudad es tumultuoso, haciendo que los individuos que necesitan viajar distancias significativas inviertan

un exceso de energía en el caso de que lo hagan en vehículo abierto. Asimismo, la interfaz web de Ghattas (2008). aclara que los taxis compartidos, conocidos como colectivos, son como los taxis ordinarios, pero siguen un único recorrido con un único peaje. Transportan hasta cuatro viajeros (en función de la ley) y le llevarán en cualquier momento a lo largo del recorrido. Los recorridos pueden ser desde pequeños circuitos urbanos hasta largas salidas por carreteras por las que no pasan los transportes. Los costes son bajos dentro de la ciudad, pero considerablemente más costosos si la excursión es larga (cuanto mejor sea la organización, mayor será el coste).

Importancia:

Las MYPES del área de transporte de viajeros - clase auto colectivos, son vitales en nuestro público en general no solo por el hecho de que ayudan a crear nuevas fuentes de trabajo si no por el hecho de que son extremadamente valiosas para los clientes ya que les permite reunirse a través de la ciudad y a bajo costo, En la localidad de Satipo, En la localidad de Satipo, el transporte se realiza normalmente en camiones crucero, sin embargo los gastos de transporte son elevados, por lo que la introducción de estas MYPES que dan administración de transporte agregado se ha vuelto tal vez la más significativa en el ojo público ya que permite viajar a 32 piezas únicas de la ciudad y a bajo costo.

Según Martínez, Garcia, Devito & Díaz (2016). nos revela que el Vehículo Público Colectivo funciona con red entre regiones e individuos,

es un instrumento que avanza en la unión, en la cohesión y en el carácter. Esto se relaciona con la posibilidad de que la mano de obra y los productos esenciales para la creación y proliferación de la vida de los individuos, como el transporte, el alojamiento, la alimentación suficiente, la instrucción de calidad y el bienestar, estén trabajando con componentes para la mejora de las capacidades de cada persona, (p.5).

Las MYPES de transporte:

Martínez, Garcia, Devito & Díaz (2016). nos revela que el transporte, ya sea de carga o de viajeros, sin tener en cuenta el medio utilizado (terrestre, marítimo o aéreo), afecta negativamente al clima mundial. Los ejercicios de transporte han traído consigo niveles crecientes de mecanización y han impulsado la mejora de varias empresas relacionadas, lo que definitivamente ha creado grados significativos de contaminación de nuestra tierra, agua y aire. La contaminación por movimientos se considera en la actualidad como uno de los venenos más intrusivos y perturbadores, con impactos significativos en el bienestar humano, que se reflejan en complejas infecciones cardiovasculares y neurológicas.

Las MYPES de transporte de viajeros no cuentan con una disposición organizada para combatir la contaminación natural, ya que el Estado, al no contar con una disposición administrativa para el transporte, no obliga a las organizaciones de transporte a tener en cuenta las directrices fundamentales para el clima, por lo que lo que favorece la

lucha contra la contaminación ecológica es la inconveniencia de realizar encuestas anuales especializadas para que los vehículos puedan seguir circulando por los diferentes recorridos. Sin embargo, las organizaciones tienen algunas normas internas que luchan contra el clima, por ejemplo, la utilización de vehículos de no más de 10 años.

III. Hipótesis

La mayoría de proyectos de investigación hay hipótesis, que básicamente son las suposiciones que resultarían del proyecto en donde la hipótesis puede ser acertada como no, por tal es hipótesis una suposición fundamentada.

Hernández-Sampieri & Torres (2018). Manifiesta que no todos los proyectos de investigación tienen que tener hipótesis ya que depende del enfoque al que va enfocado, por ejemplo, el presente trabajo de investigación, carece de hipótesis debido a que su enfoque es de observación y recolección de datos, para identificar el objetivo general planteado en el planteamiento del problema de mencionado proyecto.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación fue de tipo cuantitativa, porque implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados, es determinante en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y comprender que está generalizado está a través de la búsqueda de resultados proyectarle a una población mayor.

Hernández-Sampieri & Torres (2018). En la investigación cuantitativa los estudios que usan este enfoque confían en la medición numérica, el conteo, y el uso de la estadística para para establecer indicadores exactos.

La investigación fue de nivel descriptivo en el que solo nos limitaremos a describir acerca del servicio de calidad y el modelo servqual en el estado en el que se manifiesta en las empresas de transportes sin manipularlas.

Al respecto Van & Deuze (2006), sostiene que; investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El diseño de la investigación fue no experimental debido a que no se manipulará la variable ni se aplicaran pruebas experimentales para conocer la alteración de la misma,

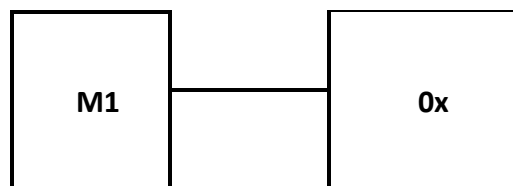
Al respecto los investigadores Hernández-Sampieri & Torres (2018), manifiestan que una investigación no experimental es como su denominación comunica que no se aplicarán pruebas experimentales en su ejecución, solo describirán las variables en su estado natural.

Fue transaccional o transversal porque se investigará el fenómeno en un tiempo determinado con un corte en el tiempo siendo los primeros meses del 2021.

Al respecto los investigadores Hernández-Sampieri & Torres (2018), en su libro dicen que el diseño transaccional o llamado también transversal es aquel que: 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.

El esquema que adopta este diseño es el siguiente:

Muestra Observación



Dónde:

M1: Usuarios del servicio de transporte de autos.

0x: Nivel de uso del modelo Servqual

4.2 Población y muestra

a. Población:

Para la investigación se trabajó con una población reducida de empresas de transporte de autos del distrito de Satipo. Utilizando como medio de exclusión los que no muestran predisposición de participar y brindar información de la investigación que proponemos. Siendo 4 Mypes del rubro transportes de pasajeros del distrito de Satipo.

Artigas & Robles, (2010) En su artículo nos dice que una población es el conjunto de elementos característicos, ya sea finito o infinito, por ejemplo, los ciudadanos de la capital de Lima son una población infinitiva, en donde se muestran las extensivas comunes de las conclusiones. Dentro de una investigación son todos los componentes a los cual va dirigido al estudio de una variable dentro de un grupo de individuos con características comunes o similares. También sabemos que podemos definir cómo el contiguo de todas las unidades de muestreo.

Tabla 1: Población de Mypes.

Nº	Nombre de la Empresa	Agencia
1	Emp. De Automoviles Santa Rosa Servis S. A	Terminal terrestre Satipo
2	Multiservicios Shima E.I.R. L	Terminal terrestre Satipo
3	Empresa Rally S.A.C	Terminal terrestre Satipo
4	Empresa de transportes Servi Tours Multiples S.R.L	Terminal terrestre Satipo

Fuente: Registro de Mypes 2021.

b. Muestra:

En tal sentido la muestra con la que trabajamos fue probabilística de tipo censal siendo el total de la población consideradas 4 empresas de transporte de pasajeros del distrito de Satipo.

Sera probabilístico aleatorio simple por encontrarse con un número reducido de empresas de transporte de pasajeros, al respecto Del Carmen (2019). Refiere que esta técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, En ellos la característica común es que todos los elementos a estudiar tienen la misma posibilidad de formar parte de la muestra, estando todos al alcance y siendo seleccionados de manera que cualquier muestra sea posible.

Hernández-Sampieri & Torres (2018), Nos menciona que las muestras dirigidas o intencionadas suponen un procedimiento de selección orientado por los estándares de investigación, más por un razonamiento crítico estadístico de englobarían. Para seleccionar una muestra de este tipo depende de las características de la población.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: MODELO SERVQUAL	Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) Manifiestan que el modelo SERVQUAL se produce en la interacción entre un cliente y los elementos de la organización de un servicio	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación Física • Medios de comunicación • Bienes o herramientas • Apariencia del personal 	Escala de de tipo Likert
		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato • Cumplimiento de servicios • Información oportuna • Atención de reclamo 	
		Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición • Atención oportuna • Rapidez del servicio • Expectativas satisfechas 	
		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Experiencia en atención • Seguridad de transacción • Conocimiento en el proceso de atención 	
		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión al cliente • Atención personalizada • Preocupación de los intereses del cliente • Cercanía con el cliente 	
Variable 2 Sostenibilidad de los emprendimientos	Representa un nuevo enfoque de negocios. La empresa al ampliar sus actividades promueve la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, resguardando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin postergar la viabilidad económica y financiera de la empresa. según Sánchez, (2012).	Valor ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Adaptación • Conservación 	
		Valor económico	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos • Emprendimiento • Innovación 	
		Valor social	<ul style="list-style-type: none"> • Competitividad • Inclusión • Contribución 	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

En la presente investigación se utilizó la encuesta para conocer el respecto a la variable modelo SERVQUAL.

Abanto (2015). Las técnicas consisten en procedimientos sistematizados o conjunto de reglas, pueden ser también normas o protocolos, que permitirán dar solución a problemas u obtener un resultado determinado, estas técnicas deben ser elegidas de acuerdo a lo que se investiga, existen varias técnicas, entre los más importantes pueden ser: la encuesta, la experimentación, la entrevista, la observación y otros.

Instrumentos:

Se utilizó un cuestionario de tipo escala de Likert como instrumento de recolección de datos el mismo que nos permitirá conocer a través de sus escalas de puntuación el nivel de aceptación del encuestado.

Abanto (2015), menciona referente a las técnicas e instrumentos para la recolección de datos como de campo y dice lo siguiente; que el volumen y el tipo de información cualitativa y cuantitativa que se realizan en el trabajo de campo deben estar plenamente justificadas por los objetivos e hipótesis de la investigación, de manera contraria se recolectaría datos de poca utilidad para realizar un análisis apropiado del problema.

La validación estadística del instrumento se realizó a través del juicio de expertos, quienes serán profesionales de la especialidad conocedores de los

métodos de investigación quienes darán un juicio de valor en una lista de cotejo.

4.5 Plan de análisis

A través del instrumento diseñado en la presente investigación fue necesario procesar para que la cuantificación y su tratamiento estadístico, la cual permitirá llegar a los resultados y conclusiones con relación a la hipótesis planteada, podemos decir una simple recolección de información no ayuda efectivamente a una investigación, si no es necesario analizarlos comprarlos y representarlos de forma que se pueda recomendar o proponer mejoras.

Para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó la estadística descriptiva e inferencial, la estadística descriptiva esta describe los datos de la aplicación de la variable, la información adquirida ha sido codificados e ingresados en una hoja de cálculo en el programa Office Excel 2016, y el análisis de la información han sido procesados utilizando el programa Software SPSS, versión 24 en el sistema operativo Windows 10.

EL autor Namakforoosh (2000) manifiesta que el análisis de datos se centra en llegar a una conclusión basada únicamente en lo que ya es conocido por el investigador. La forma en que recopila sus datos debe relacionarse con la forma en que está planeando analizarla y utilizarla, también hay que asegurarse de recopilar información precisa en la que puedas confiar, para ello existen muchas técnicas de recolección de datos.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	POBLACION	METODOLOGIA
¿Cuáles son las mejoras del modelo Servqual como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de auto del distrito de Satipo, Junín 2021?	<p>Proponer el modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021.</p> <hr/> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar los factores relevantes del modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. • Describir los factores relevantes del modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. • Elaborar la propuesta de mejora del modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021. 	<p>Variable 1 = Modelo Servqual</p> <p>Variable 2 = Sostenibilidad de los emprendimientos</p>	<p>Se tomó como universo a las 4 Mypes de transportes del distrito de Satipo</p> <hr/> <p>MUESTRA</p> <p>La muestra fue probabilística de tipo censal considerando el total de la población siendo 4 Mypes.</p>	<p>Tipos de Investigación Para la presente investigación se utilizó la investigación cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación De acuerdo a la naturaleza de nuestra investigación fue de nivel descriptivo en el que solo nos limitaremos a describir la variable.</p> <p>Diseño de la Investigación: Fue no experimental - Transversal en el que no experimentaremos y se aplicó en un corte en el tiempo</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumentos: Se representó en un cuestionario.</p> <p>Plan de análisis Análisis con el programa Excel Spss y estadística.</p>

4.7 Principios éticos

Uladech (2021). En su código de ética Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021. Asignan las normas morales encapsuladas están separadas dentro del código de ética construido por la división de investigación de la Universidad Católica de Los Ángeles de Chimbote, siendo las siguientes:

Protección de la persona: El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia y no-maleficencia: Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. En ese sentido, la

conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños.

Justicia: El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.

Integridad científica: El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 2: Baremo de interpretación de variables y dimensiones

NIVEL	VARIABLE	DIMENSION		
1. Nunca	20_35	4_6	9_15	3_4
2. Muy pocas veces	36_51	7_9	16_22	5_6
3. Algunas veces	52_67	10_12	23_26	7_8
4. Casi siempre	68_83	13_15	30_36	9_10
5. Siempre	84_100	16_20	37_45	11_15

Fuentes: Calculo y estimación propia

5.1.1 Resultados descriptivos

Tabla 3: Tabla de frecuencia de la variable Modelo servqual.

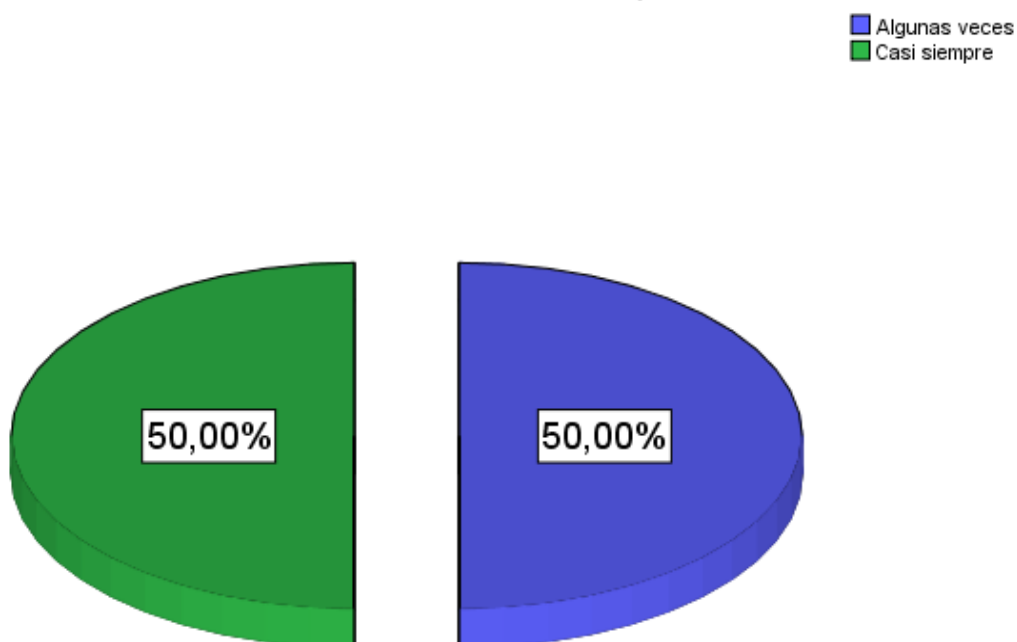
MODELO SERVQUAL

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	2	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.

MODELO SERVQUAL



Fuente: Tabla de frecuencias 3

Figura 1: Representación gráfica de la variable Modelo servqual.

Interpretación:

En la Figura 1 observamos los resultados de la variable modelo servqual que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre ejecutan herramientas de calidad de servicio con sus clientes y el otro 50% afirma que algunas veces aplica elementos de interacción que aseguren la calidad de sus servicios. El estudio trabajó con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 4: Tabla de frecuencia de la dimensión Elementos tangibles.

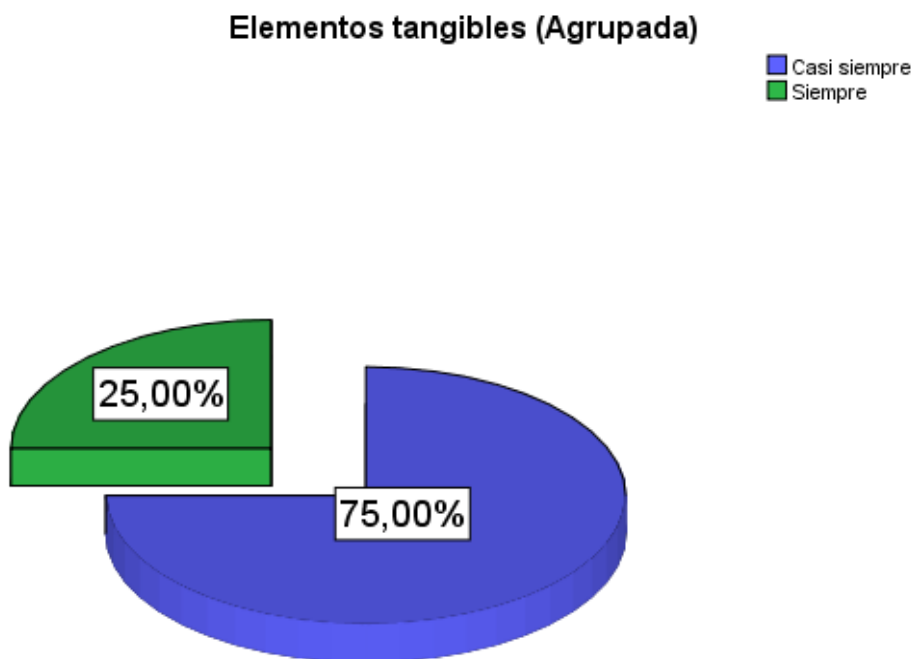
Elementos tangibles

Frecuencia	%	% válido	% acumulado
------------	---	----------	-------------

Válido	Casi siempre	3	75,0	75,0	75,0
	Siempre	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.



Fuente: Tabla de frecuencias 4

Figura 2: Representación gráfica de la dimensión Elementos tangibles.

Interpretación:

En la Figura 2 observamos los resultados de la dimensión Elementos tangibles que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 75% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre se preocupan por el aspecto físico de la empresa y el otro 25% afirma que siempre toman en cuenta la instalación física,

medios de comunicación, bienes, herramientas y la apariencia del personal. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

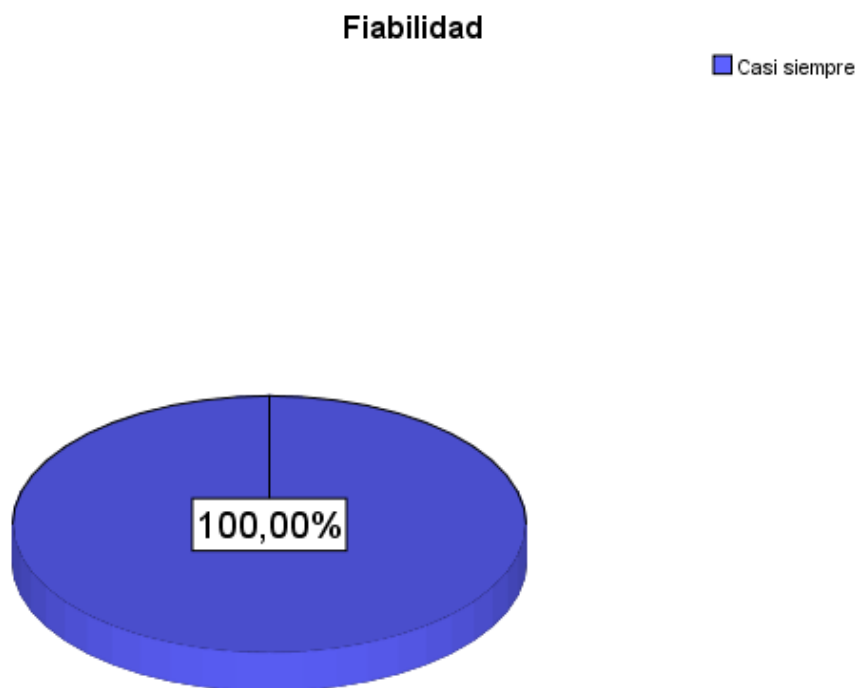
Tabla 5: Tabla de frecuencia de la dimensión Fiabilidad.

Fiabilidad

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Casi siempre	4	100,0	100,0	100,0

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.



Fuente: Tabla de frecuencias 5

Figura 3: Representación gráfica de la dimensión Fiabilidad.

Interpretación:

En la Figura 3 observamos los resultados de la dimensión Fiabilidad que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 100% afirma que casi siempre toman en cuenta ejecutar el buen trato, el cumplimiento oportuno del servicio, información y la atención de los reclamos en la empresa. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 6: Tabla de frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta.

Capacidad de respuesta

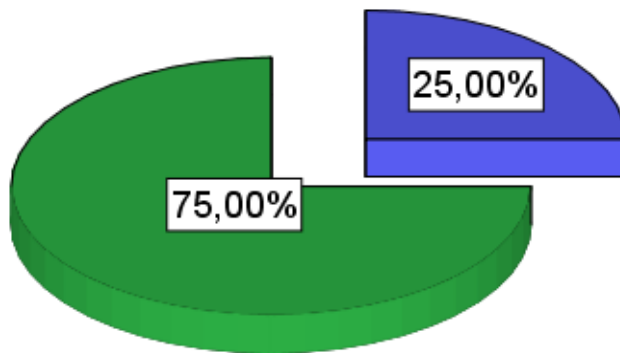
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.

Capacidad de respuesta

■ Algunas veces
■ Casi siempre



Fuente: Tabla de frecuencias 6

Figura 4: Representación gráfica de la dimensión Capacidad de respuesta.

Interpretación:

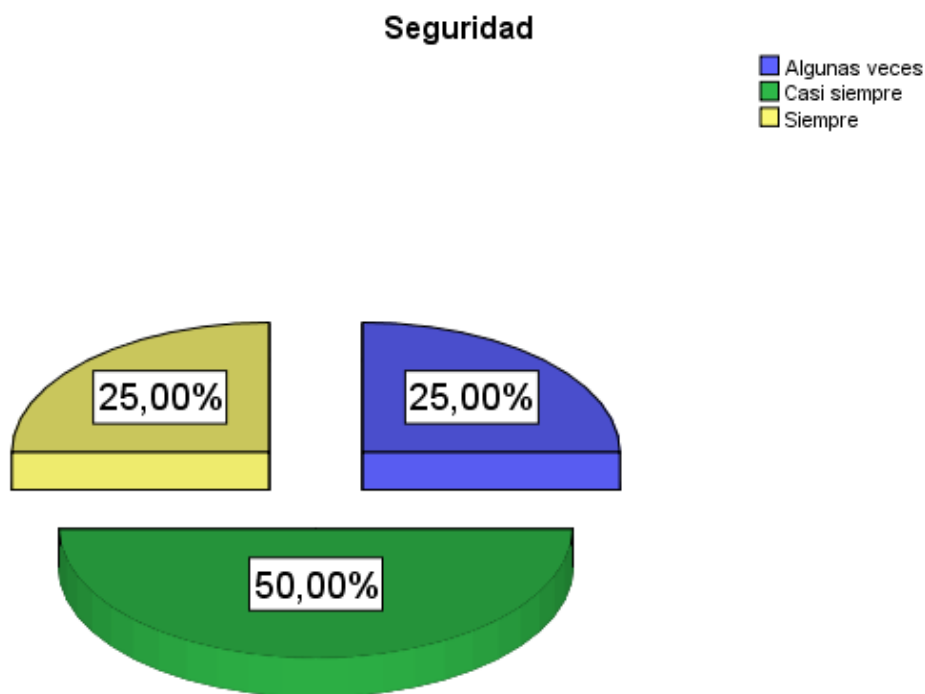
En la Figura 3 observamos los resultados de la dimensión Capacidad de respuesta que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 75% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre tienen capacidad de respuesta frente a cualquier problema situación o circunstancia que se suscite y el otro 25% afirma que algunas veces toman en cuenta la disposición del personal, atención oportuna, la rapidez del servicio satisfaciendo las expectativas del cliente. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 7: Tabla de frecuencia de la dimensión Seguridad.

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	2	50,0	50,0	75,0
	Siempre	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.



Fuente: Tabla de frecuencias 7

Figura 5: Representación gráfica de la dimensión Seguridad.

Interpretación:

En la Figura 5 observamos los resultados de la dimensión Seguridad que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre ofrecen la seguridad en su establecimiento y al momento de realizar el servicio de transporte, un 25% afirma que siempre lo hace y el otro 25% afirma que algunas veces toman en cuenta ofrecer confianza, una experiencia en la atención, seguridad en el trayecto y en los procesos de atención. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Empatía.

Empatía

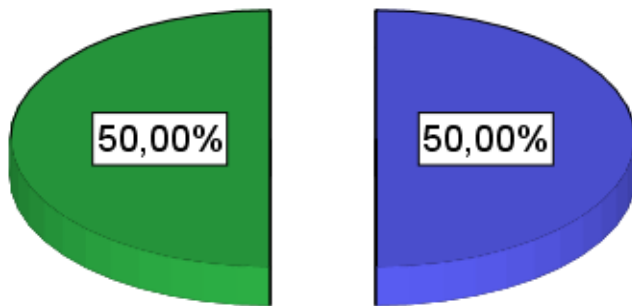
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.

Empatía

Muy pocas veces
Casi siempre



Fuente: Tabla de frecuencias 8

Figura 6: Representación gráfica de la dimensión Empatía.

Interpretación:

En la Figura 6 observamos los resultados de la dimensión Empatía que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre practican la empatía tanto con los clientes y dentro de la empresa y el otro 50% afirma que muy pocas veces toman en cuenta la comprensión al cliente, atención personalizada, preocupación por los intereses y cercanía con los mismos. El estudio trabajó con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 9: Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.

SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

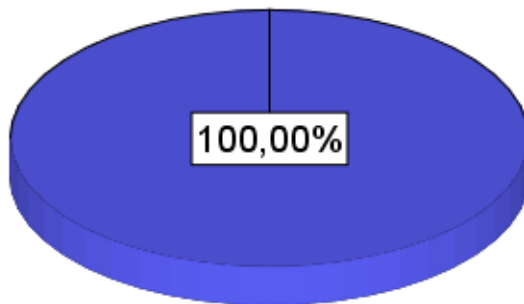
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	4	100,0	100,0	100,0

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.

SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS (Agrupada)

■ Muy pocas veces



Fuente: Tabla de frecuencias 9

Figura 7: Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.

Interpretación:

En la Figura 7 observamos los resultados de la variable sostenibilidad de los emprendimientos que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 100% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que muy pocas veces se toman medidas en los establecimientos que aseguren la sostenibilidad de las empresas haciéndolo

una empresa rentable y de futuro. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

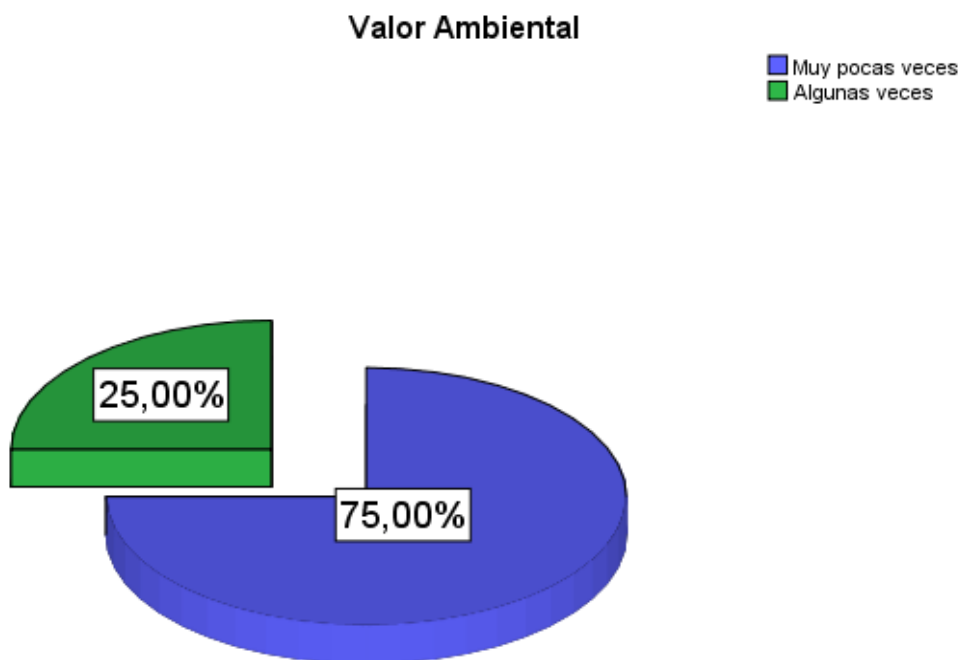
Tabla 10: Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Ambiental.

Valor Ambiental

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	75,0	75,0	75,0
	Algunas veces	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.



Fuente: Tabla de frecuencias 10

Figura 8: Representación gráfica de la dimensión Valor Ambiental.

Interpretación:

En la Figura 8 observamos los resultados de la dimensión Valor Ambiental que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 75% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que muy pocas veces se toma en cuenta establecer estrategias para la sostenibilidad de sus empresa y el 25% de ellos afirman que algunas veces el empresario dentro de la empresa al ampliar sus actividades promueve la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 11: Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Económico.

Valor Económico

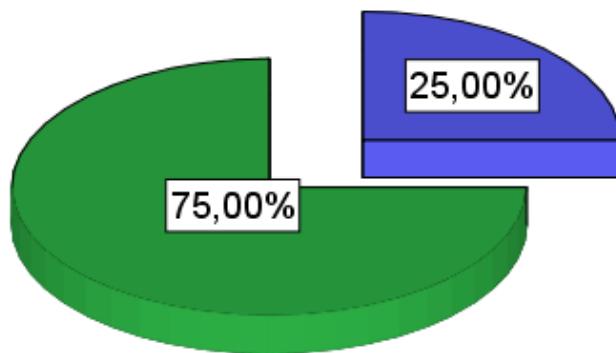
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	25,0	25,0	25,0
	Muy pocas veces	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.

Valor Económico

■ Nunca
■ Muy pocas veces



Fuente: Tabla de frecuencias 11

Figura 9: Representación gráfica de la dimensión Valor Económico.

Interpretación:

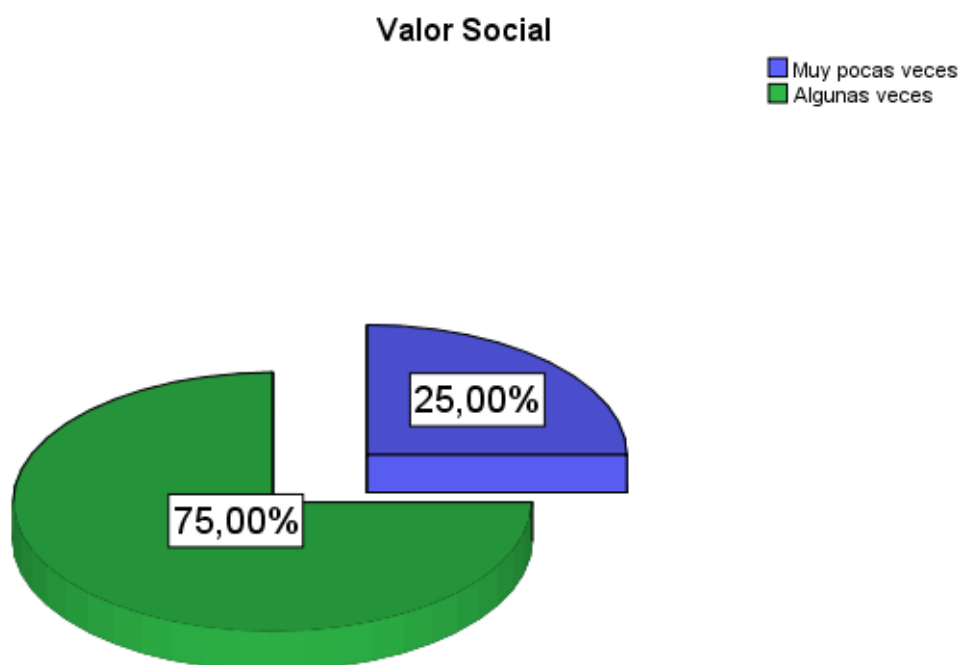
En la Figura 9 observamos los resultados de la dimensión Valor Económico que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos establecidos, los que muestran a un 75% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que muy pocas veces se toma en cuenta mantener y conservar la empresa sostenible respetando de medio ambiente y el 25% de ellos afirman que nunca el empresario toma estrategias económicas como incentivos a sus trabajadores, proyecta su emprendimiento e innova para hacer de la empresa más rentable. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

Tabla 12: Tabla de frecuencia de la dimensión Valor Social.

Valor Social		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Para una visión razonable y dinámica, abordamos los resultados de forma gráfica para visualizar la influencia de los resultados.



Fuente: Tabla de frecuencias 12

Figura 10: Representación gráfica de la dimensión Valor Social.

Interpretación:

En la Figura 10 observamos los resultados de la dimensión Valor Social que fue extraída del cuestionario y puntuado de acuerdo a los rangos

establecidos, los que muestran a un 75% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que algunas veces se toma en cuenta el valor social y la contribución a la misma de parte de las empresas de transporte y el 25% de ellos afirman que muy pocas veces el empresario toma estrategias en el que contribuye a la sociedad mediante la competitividad justa e inclusión social. El estudio trabajo con 4 empresas reconocidas en el rubro los mismos que representan nuestra muestra.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Variable: Modelo servqual

Respecto al resultado de la variable modelo SERVQUAL encontramos a un 50% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que casi siempre ejecutan herramientas de calidad de servicio con sus clientes y el otro 50% afirma que algunas veces aplica elementos de interacción que aseguren la calidad de sus servicios.

Que de acuerdo a los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) afirman que el modelo SERVQUAL se produce en la interacción entre un cliente y los elementos de la organización de un servicio.

Este resultado tiene similitud a la de Yuqui (2019). En su resultado encontró que respecto a las cinco dimensiones de la herramienta Servqual explican el 92.9% se relaciona favorablemente con la calidad total del servicio. Sus resultados indicaron que existen brechas negativas en todas las dimensiones del modelo Servqual lo que quiere decir que existen problemas de insatisfacción por parte de los usuarios.

De manera similar encontramos similitud de nuestros resultados con la de Guaila (2016). Que en sus resultados determinaron que la empatía obtuvo 45,16%, la confiabilidad 48,95%, la seguridad 57,74%, la responsabilidad 52,63% y los bienes tangibles 50,16%, con una calificación general de 50,93% que según la escala multidimensional corresponde al nivel regular. Concluyendo que la propuesta de un plan de alternativas con base en los hallazgos del modelo SERVQUAL, mejoraran el desempeño de la empresa.

5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos

Respecto al resultado de la variable sostenibilidad de los emprendimientos encontramos a un 100% de empresarios del rubro transporte de pasajeros manifiestan que muy pocas veces se toman medidas en los establecimientos que aseguren la sostenibilidad de las empresas haciéndolo una empresa rentable y de futuro.

Que según el autor Sánchez, (2012). Define a la sostenibilidad de los emprendimientos el proceso en el que la empresa amplía sus actividades promoviendo la inclusión social, optimizando la utilización de los recursos naturales y reduciendo el impacto sobre el medio ambiente, resguardando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin postergar la viabilidad económica y financiera de la empresa.

Este resultado tiene similitud a la de Arévalo (2019) Encontró respecto a la sostenibilidad de los emprendimientos a un 25.00 % casi siempre promueve la responsabilidad de los trabajadores de la organización, el 37.50 % algunas veces promueve la premiación a los

trabajadores mediante bonos, el 50.00 % algunas veces premian a los trabajadores en base a resultados, por otro lado, el 25.00 % siempre aplica estrategias para tener un buen ambiente laboral favorable. Concluyó que los empresarios de este sector, nunca promueven la premiación a los trabajadores en base a bonos, resultados, no se reconoce ni se felicita a los trabajadores.

De manera similar guarda similitud con la investigación de Castro (2019) Respecto a la sostenibilidad de los emprendimientos un 40% de los encuestados dijeron muy pocas veces la empresa tiene dentro de sus prioridades la sostenibilidad en sus empresas. Concluyó que la competitividad es un factor importante para la sostenibilidad en el tiempo de estas empresas.

VI. Conclusiones

Respecto al objetivo general: Se propuso el modelo Servqual como factor relevante para la mejorar de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021.

Objetivo específico 1: Se concluye que se determinó el factor relevante destacando la importancia del modelo SERVQUAL de acuerdo a las realidades y contextos de la empresa ya que este factor es trascendente para el desarrollo de un emprendimiento sostenible económico-ambiental y socialmente. En tal sentido podemos manifestar que los componentes del modelo SERVQUAL contribuyen al desarrollo sostenible de la empresa.

- Describir los factores relevantes del modelo Servqual como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro transportes de pasajeros de autos del distrito de Satipo, Junín 2021.

Objetivo específico 2: De acuerdo al segundo objetivo específico concluimos describiendo los elementos determinantes para un buen servicio de calidad. Son los siguientes:

- Elementos tangibles: Infraestructura, equipos y personal.
- Fiabilidad: Buen trato, información exacta y atención.
- Capacidad de respuesta: Atención oportuna y resolver inconvenientes.
- Seguridad: Confianza, asegurar el transporte
- Empatía: Comprensión y amabilidad en la atención

Objetivo específico 3: De acuerdo al objetivo específico se elaboró una propuesta de mejora teniendo en cuenta los resultados obtenidos que describen el alcance del problema por cada dimensión, para tal fin se puso en práctica los conocimientos en relación a la calidad del servicio y los factores de la sostenibilidad encontrados. Concluyendo que es urgente e importante una propuesta de mejora para concretar los conocimientos teóricos y los hallazgos encontrados en la empresa por el bien de un emprendimiento sostenible.

Recomendaciones

Una vez finalizado el presente trabajo y habiendo demostrado que con la utilización de la estrategia Servqual es posible fidelizar a los consumidores, sugerimos lo siguiente para la organización y para futuros exámenes:

Primera sugerencia

Se sugiere que las empresas de transporte de pasajeros continúen con la utilización de la técnica Servqual para diferentes modelos y lleve a cabo nuevos equipos y aparatos para un grado ideal de fidelización de los usuarios, de modo que los problemas puedan ser reconocidos de inmediato. El método Servqual es apropiado en cualquier asociación, tiene un gasto extremadamente mínimo y no es excepcionalmente difícil de aplicar.

Segunda propuesta

El personal las empresas de transporte de pasajeros debe proceder con las señales indicadas en los esquemas del modelo SERVQUAL, enseñando a más clientes de la utilización suficiente de los servicios, en cualquier caso asegurar la

calidad de los servicios de transporte, lo que creará futuros casos y decepción del cliente.

Tercera sugerencia

La organización debe proceder con el tamaño de los incentivos para despertar la fuerza de trabajo para poner un intento de consentimiento para el objetivo establecido de esta manera hacemos una propensión a una naturaleza decente de la administración y vamos a tener más clientes satisfechos.

Cuarta sugerencia

Se prescribe hacer el desarrollo particular después de la utilización del Método Servqual, refrescando la información en una premisa trimestral para que los resultados eventuales adquiridos sean más grandes y tengan un nivel de legitimidad más prominente en las empresas de transporte.

Referencias bibliográficas

- Abanto, C. (2015). Técnicas e instrumentos de investigación.
- Arévalo Guerra, L. (2019) Propuesta de mejora de motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, 2019.
- Artigas, W., & Robles, M. (2010). Metodología de la investigación: una discusión necesaria en universidades zulianas.[Documento en Línea].
- Ayala (2018) tesis la cual denominó “Evaluación de la calidad de los servicios en la ciudad del conocimiento Yachay y su incidencia en la satisfacción de los usuarios”, en la ciudad de Latacunga, Ecuador
- Barraza, B. J. S. (2006). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. Quipukamayoc, 13(25), 127-131.
- Bravo Medrano, D. G., & Sulla Huamán, L. L. (2019). Evaluación de la calidad de servicio desde la percepción de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Satipo 2017.
- Campos Aliaga, D. I. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo “Manuel Ángel Higa Arakaki”-Satipo, 2017.
- Castrillón, M. A., & Mares, A. I. (2014). Revisión sobre la sostenibilidad empresarial. Revista de estudios avanzados de liderazgo, 1(3), 52-77.
- Castro Veliz, M. A. (2019) Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción-rubro panaderías de la urbanización los viñedos, del distrito de Santiago de Surco, 2019.

- CHIRINOS, Y. D. V., MERIÑO, V. H., MARTINEZ, C. Y., & PEREZ, C. M. (2018).
Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES.
Revista Espacios, 39(07).
- Del Carmen, S. V. M. (2019). 'muestra probabilística y no probabilística'.
- Elkington, J. (1994). Triple bottom line revolution: Reporting for the third millennium.
Empresa familiar: perspectiva del predecesor versus sucesor. España:
Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Fernández Sánchez, E. (2010). Administración de empresas un enfoque interdisciplinar.
Editorial Paraninfo.
- Forética, I. F. (2018). sobre la evolución de la RSE y la sostenibilidad.
- Freeman, R. E.: 1984, Strategic Management: A Stakeholder Approach, (Pitman,
Boston).
- Ghattas Bultaif, Y. (2008). Estrategia de adaptación al cambio institucional-el caso de la
industria de transporte de pasajeros por carretera (Bachelor's thesis, Bogotá-
Uniandes).
- Gil Cabanillas, P. N. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente
en las Mypes del sector comercial, rubro zapaterías, distrito de Satipo, año
2017.
- Gomez Sarmiento, D. C., Mora Luna, A. B., & Caballero Pedraza, D. F. (2020).
innovacion y creatividad en las empresas de servicios de transporte en
bucaramanga y su area metropolitana.
- Haro Jara, E. (2018) Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de
servicio para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del rubro
transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de
Huaylas, 2018.

- Hernández, C. (2009). *Calidad en el Servicio*. México: Trillas.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). México^ eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- INEI (2015). Transporte y comunicaciones. En INEI, *Compendio estadístico Perú 2015* (pp. 1179-1253). Lima, Perú.
- Llantoy Quicaño, V. (2019) *Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros: caso empresa Chasqui Expres srl del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019*.
- López (2018) cuya tesis tituló “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Lozada Cepeda, J. A. (2019). *Elaboración e implementación de un plan estratégico e incremento de la calidad en el servicio como base de la competitividad en Pymes comercializadoras. Caso: Mundinovedades Alexandra* (Master's thesis, PUCE-Quito).
- Martínez, L., Garcia Schilardi, M., Devito, M., & Díaz, M. (2016). *Regulación De La Movilidad Urbana En El Área Metropolitana De Mendoza* (Urban Mobility Regulation in Metropolitan Area of Mendoza).
- Miranda, F.; Chamorro, A.; Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Delta Publicaciones. España.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- Paez Samaniego, F. E. (2019). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollerías des distrito de Satipo 2019*.

- Parasumaran, A. Zeitham.(1988). Una escala de artículos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre calidad del servicio. *Journal of Retailing*, 64, 12-37.
- Ponton Quevedo, L. M. (2019). Propuesta del modelo de simulación SERVQUAL en el complejo turístico MIRAMAR para la optimización competitiva del sector turístico.
- Saez Villanueva, N. M., & Aguirre Ruiz, J. (2019). Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017.
- Sánchez Sumelzo, N. (2012). La sostenibilidad en el sector empresarial: importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio a sostenibilidad en el sector empresarial (Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).
- Santillan Ponce, M. T. (2021) Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021.
- Schnarch, A. (2014). Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión. Ecoe Ediciones.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2019). Memoria Institucional 2018.
- Triquel (2018). El concepto de sostenibilidad. Recuperado el, 22.
- Uladech, R. (2019) Código de Ética para la Investigación. Versión 002. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N 0973-2019-CU-ULADECH Católica. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019.

Van Dalen, A., & Deuze, M. (2006). Readers' advocates or newspapers' ambassadors?

Newspaper ombudsmen in the Netherlands. *European journal of communication*, 21(4), 457-475.

Villafuerte Cedeño, A. C. (2019). Plan de mejora de calidad en el área de recepción del

hotel Colonial Suite ubicado en la ciudad de Guaranda–Ecuador.

Yuqui Remache, J. R. (2019). Medición de la calidad del servicio con el modelo

Servqual en la Compañía Megaservitron del Cantón La Troncal.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		Semana				Semana				Semana				Semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto																
2	Revisión del proyecto por el Jurado de investigación																
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación																
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación o Docente Tutor																
5	Mejora del marco teórico																
6	Redacción de la revisión de la literatura																
7	Elaboración el consentimiento informado																
8	Ejecución de la metodología																
9	Resultados de la investigación																
10	Conclusiones y recomendaciones																
11	Redacción del informe final de la investigación																
12	Sustentación en la pre banca																
13	Levantamiento de las observaciones del jurado de investigación																
14	Sustentación de la tesis antes los jurados																
15	Cierre del taller																

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto			
Detalle cantidad	Precio unitario	% o número	Total (S/.)
Categoría			
Equipo			
• Laptop	1,500.00	1	1,500.00
Suministros			
• Impresiones	70.00	2	14.00
• Fotocopias	90.00	1	90.00
• Papel bond A4	2.00	22.5	45.00
• Lapiceros	3.00	0.8	2.4
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
• Internet	100.00	1	100.00
Sub total			1,851.40
Gastos de movilidad			
• Pasajes para recolectar información	200.00	1	200.00
• Alimentación	150.00		150.00
Sub total			350.00
Total de presupuesto desembolsable			2,201.40

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO

RECOJO DE INFORMACION

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre la calidad del servicio en su modelo SERVQUAL. Por favor, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación.

Fecha: ___/___/___

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una “X” solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

1. Nuca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre

VARIABLE 1: MODELO SERVQUAL

N°	Elementos tangibles	1	2	3	4	5
1	La empresa cuenta con oficinas acogedoras y adecuadas					
2	La empresa cuenta con vehículos modernos y funcionales					
3	La empresa cuenta con medios de comunicación y difusión para con sus clientes					
4	La apariencia del personal es la adecuada, se diferencia e inspira confianza					
N°	Fiabilidad	1	2	3	4	5
5	La empresa cuenta con un ambiente de cordialidad en las oficinas y en el transporte					
6	La empresa cuenta con un personal disponible en la atención de consultas de los clientes					
7	La información de los horarios precios esta publicada en las oficinas.					
8	Se atienden los reclamos y se solucionan oportunamente					
N°	Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
9	La empresa cuenta con disposición al servicio, es natural y eficiente					
10	Los choferes se encuentran predispuestos a la atención de los que demanda el pasajero					
11	La empresa ofrece un servicio de transporte rápido y seguro					
12	Las expectativas del cliente siempre se satisfacen por el personal administrativo y de transporte.					
N°	Seguridad	1	2	3	4	5
13	La empresa brinda un servicio de confianza y seguro en el transporte					
14	La empresa cuenta con personal con experiencia en el servicio					
15	La empresa ofrece seguridad en la transacción de los servicios que ofrece					
16	El personal tiene conocimientos suficientes del proceso de atención					
N°	Empatía	1	2	3	4	5

17	La empresa promueve la comprensión hacia el cliente en su solicitud de servicio					
18	La empresa y personal brindan siempre el servicio personalizado hacia sus clientes					
19	Existe preocupación por los intereses o expectativas del cliente buscando satisfacerlas					
20	La empresa genera un clima de cercanía con el cliente, derivando en la confianza hacia los mismos.					

VARIABLE 2: SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

N°	Valor ambiental	1	2	3	4	5
1	La empresa es socialmente responsable con el medio ambiente.					
2	La empresa se adapta al cuidado del medio ambiente.					
3	La empresa aplica la metodología de conservación del medio ambiente.					
4	Tiene protocolos de conservación como tachos debidamente rotulados por tipo de desperdicio.					
N°	Valor Económico	1	2	3	4	5
5	La empresa posee la política de incentivos para al entorno del personal de respuesta.					
6	La empresa tiene establecido planes de mejora de su emprendimiento en mejoras para su sostenibilidad.					
7	La empresa cuenta con planes de innovación a la necesidad del entorno interno y externo.					
8	La empresa lleva un adecuado control económico de ingresos y egresos.					
N°	Valor social	1	2	3	4	5
9	La empresa aplica talleres de capacitación laboral para competir con otras empresas.					
10	El personal de la empresa refleja el valor y la preparación de la empresa.					
11	La empresa es responsable con el bienestar de sus trabajadores y clientes buscando satisfacerlos.					
12	La empresa tiene programas de inclusión y bienestar social laboral.					

Anexo 4: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente información es conducida por..... de la Universidad El objetivo de este estudio es

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder algunas preguntas de un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La Información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tienes alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la participación del mismo le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlo saber al investigador.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación. He sido informado (a) de todo lo necesario.

Nombre completo del participante

DNI N°:

CARGO:

Anexo 5: Directorio de Mypes

Nº	Nombre de la Empresa	Agencia
1	Emp. De Automoviles Santa Rosa Servis S. A	Terminal terrestre Satipo
2	Multiservicios Shima E.I.R. L	Terminal terrestre Satipo
3	Empresa Rally S.A.C	Terminal terrestre Satipo
4	Empresa de transportes Servi Tours Multiples S.R.L	Terminal terrestre Satipo

Fuente: Trabajo de campo

Anexo 6: Propuesta de mejora

PROPUESTA DE MEJORA DEL MODELO SERVQUAL EMPRESAS DE TRANSPORTE DE AUTOS

A continuación, se estructurará el plan de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de los datos de la encuesta realizada a los representantes de transporte de autos del modelo SERVQUAL.

Objetivo del plan de mejora.

Incrementar el índice de satisfacción de los pasajeros respecto al servicio brindado por el transporte público en un % aceptable.

Acciones de solución.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio realizado en este trabajo se proponen las siguientes acciones:

1) Elementos tangibles.

a) Se propone la estandarización de los formatos de comunicados de información a pasajeros referentes al área de venta de pasajes.

b) Realizar el servicio a pasajeros con unidades modernas que garanticen el confort y seguridad de los usuarios.

2) Fiabilidad.

Se propone la implementación de un programa informático para el registro de pasajes. El diseño del programa informático puede ser realizado por los representantes o adquirirlos como licencia con acceso web.

3) Capacidad de respuesta.

No asignar a los choferes actividades que se encuentre fuera de sus responsabilidades para no limitar el tiempo de servicio que ofrecen a los pasajeros y la calidad de los mismos.

4) Seguridad.

Capacitar a los encargados del área de atención sobre el uso de equipos y materiales con el que están equipados las oficinas para responder a posibles solicitudes de manera rápida y eficiente.

Equipar lo botiquines que se encuentran en las oficinas, ya que algunos se encuentran casi vacíos.

5) Empatía.

Ajustar el horario de servicio de transporte para cumplir con la demanda de los pasajeros o ampliar el horario de servicio a dos turnos (matutino y vespertino).

Ofertar la realización de servicio social de pasajeros en el área de atención para incrementar la preferencia, demanda y poder brindar atención personalizada.

Recursos.

Los recursos necesarios para la implementación del plan de mejora son:

- Representantes que gestionen la adquisición o alquiler de licencias de un sistema informático.
- Capacitadores que asesoren a los empleados sobre la calidad de los servicios el uso de equipos, material y atención al público.
- Gestión de recursos para el equipamiento de los botiquines que se

encuentran en las oficinas a través de la asesoría de enfermeras de algún centro de salud.

- Estandarización de formatos para los folletos, tarjetas de presentación y comunicados mediante la participación de los encargados del área de atención y representantes.
- Choferes que presten su servicio de transporte en los distritos

Proceso de implantación del plan de mejora

El proceso de implantación del plan de mejora se realizará mediante las siguientes etapas:

- Presentación del plan de mejora a la administración o representantes.
- Aprobación del plan por parte de la administración
- Implantación del plan supervisado por el investigador.
- Seguimiento del plan de mejora bajo la supervisión del investigador.

Responsables de implantación y seguimiento

Para la implantación del plan de mejora se requiere la participación de la administración que aprueben la puesta en marcha del mismo, así como el apoyo de los empleados que realice la atención y calidad del servicio.

PLAN DE MEJORA DEL MODELO SERVQUAL

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	INDICADORES	RESPONSABLE
Elementos tangibles	a) Se propone la estandarización de los formatos de comunicados de información a pasajeros referentes al área de venta de pasajes. b) Realizar el servicio a pasajeros con unidades modernas que garanticen el confort y seguridad de los usuarios.	Capacitación, adecuación de ambientes y personal s/3000.00	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación Física • Medios de comunicación • Bienes o herramientas • Apariencia del personal 	Representante de la empresa
Fiabilidad	Se propone la implementación de un programa informático para el registro de pasajes. El diseño del programa informático puede ser realizado por los representantes o adquirirlos como licencia con acceso web.	Capacitación s/600.00	<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato • Cumplimiento de servicios • Información oportuna • Atención de reclamo 	Representante de la empresa
Capacidad de respuesta	No asignar a los choferes actividades que se encuentre fuera de sus responsabilidades para no limitar el tiempo de servicio que ofrecen a los pasajeros y la calidad de los mismos.	Capacitación s/600.00	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición • Atención oportuna • Rapidez del servicio • Expectativas satisfechas 	Representante de la empresa
Seguridad	Capacitar a los encargados del área de atención sobre el uso de equipos y materiales con el que están equipados las oficinas para responder a posibles solicitudes de manera rápida y eficiente. Equipar lo botiquines que se encuentran en las oficinas, ya que algunos se encuentran casi vacíos.	Capacitación s/600.00	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Experiencia en atención • Seguridad de transacción • Conocimiento en el proceso de atención 	Representante de la empresa
Empatía	Ajustar el horario de servicio de transporte para cumplir con la demanda de los pasajeros o ampliar el horario de servicio a dos turnos (matutino y vespertino). Ofertar la realización de servicio social de pasajeros en el área de atención para incrementar la preferencia, demanda y poder brindar atención personalizada.	Capacitación s/600.00	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión al cliente • Atención personalizada • Preocupación de los intereses del cliente • Cercanía con el cliente 	Representante de la empresa