



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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE
TRANSPORTES DE CARGA YKARSANDY E.I.R.L.
SULLANA LIMA SULLANA AÑO 2018**

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

AUTORA

**GARCES ABRAMONTE, SHIRLEY PAOLA
ORCID: 0000-0003-0742-3199**

ASESOR

**RAMOS ROSAS, CARLOS DAVID
ORCID: 0000-0002-5868-2441
SULLANA – PERÚ
2020**

Equipo de trabajo

AUTORA:

Garcés Abramonte, Shirley Paola
ORCID: 0000-0003-0742-3199
Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote Estudiante de
Pregrado, Sullana, Perú

ASESOR:

Ramos Rosas, Carlos David
ORCID: 0000-00002-5868-2441
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Sullana, Perú

JURADO:

Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Rosillo de Purizaca, María del Carmen
ORCID: 0000-0003-2177-5676
Zurita Ramos, Gustavo Alfonso
ORCID: 0000-0001-9605-9071

Jurado evaluador y asesor

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Zurita Ramos, Gustavo Alfonso

ORCID: 0000-0001-9605-9071

Miembro

Ramos Rosas, Carlos David

ORCID: 0000-00002-5868-2441

Asesor

Agradecimiento

A Dios por darme inteligencia,
sabiduría y entendimiento a los
profesores por la paciencia y
constante enseñanza en mi
persona.

A mis padres por el esfuerzo y
dedicación para que sea un buen
profesional.

Dedicatoria

A mis padres y hermanos por apoyarme constantemente.

A mi asesor de tesis Mgtr Carlos Ramos Rosas por su apoyo y su ayuda para impulsarme a terminar mí proyecto.

Resumen

La presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018; el cual responde a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018?, la investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativa, de diseño no experimental y corte transversal. La población en la variable gestión de calidad fue los 11 personal y satisfacción al cliente fue dirigido a los 68 clientes, aplicando formula estadística, con una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, con preguntas cerradas. El 75% de propietarios manifiesta que al implementar un modelo de Gestión de Calidad siempre han revisado diferentes enfoques metodológicos, los cuales giran en torno a aspectos como satisfacción del cliente; el 91% del personal manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería, el 84% de clientes manifiesta que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez. Se concluye que los beneficios que brinda la gestión de calidad es homogeneización de los productos; aumento de la eficiencia y reducción de costos; potenciación de la imagen positiva.

Palabra clave: Gestión de calidad, MYPE y Satisfacción al cliente.

.

Abstract

This research has had as a general objective: To determine the main characteristics of quality management and customer satisfaction in the YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana year 2018; which answers the following question: What are the main characteristics of quality management and customer satisfaction in the YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana year 2018 ?, The research is descriptive, quantitative, non-experimental and cross-sectional. The population in the quality management variable was the 11 personnel and customer satisfaction was addressed to the 68 clients, applying statistical formula, with a pre-designed survey to determine the value of the variables. To collect the information, the survey technique and the questionnaire tool were used, with closed questions. 75% of owners state that when implementing a Quality Management model they have always reviewed different methodological approaches, which revolve around aspects such as customer satisfaction; 91% of the personnel declare that the drivers always execute the service in a reliable and careful way at the time of moving their merchandise, 84% of the clients declare that the staff always provides a quick and personalized attention from the first time. It is concluded that the benefits that quality management offers are homogenization of products; efficiency increase and cost reduction; Enhancement of the positive image.

Keyword: Quality management, MYPE and Customer Satisfaction.

Índice general

Título de la tesis	i
Equipo de trabajo	ii
Jurado evaluador y asesor	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos.....	xiv
Índice de cuadros	xvii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Variable gestión de la calidad.....	23
2.1.2. Variable satisfacción al cliente	35
2.2. Bases teóricas	48
2.2.1. Gestión de calidad	48
2.2.1.1. Concepto de gestión de calidad	48

2.2.1.2.	elementos de la gestión de calidad.....	50
2.2.1.3.	Beneficios de la gestión de calidad.....	53
2.2.2.	Satisfacción al cliente	57
2.2.2.1.	Concepto de satisfacción al cliente.....	57
2.2.2.2.	Beneficios de la satisfacción del cliente	59
2.2.2.3.	Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente	62
III.	Hipótesis	67
IV.	Metodología de la investigación	68
4.1.	Diseño de la investigación	68
4.2.	Población y muestra	69
4.3.	Definición y operacionalización de las variables.....	73
4.4.	Técnicas e instrumentos de la recolección de datos.....	77
4.5.	Plan de análisis	77
4.6.	Matriz de consistencia.....	79
4.7.	Principios éticos	81
V.	Resultados.....	83
5.1.	Resultado.....	83
5.2.	Análisis de resultados.....	110
VI.	Conclusiones.....	132
	Referencias bibliográficas.....	134

Anexos	143
1. Cronograma	144
2. Presupuesto	145
3. Cuestionario	146
4. Análisis de confiabilidad	150
5. Cuadro de resumen de preguntas	153
6. Libro de códigos	157
7. Validación del instrumento	159
8. Turnitin	174
9. Consentimiento informado	175
10. Evidencias	176

Índice de tablas

Tabla 1 El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado	83	
Tabla 2 Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa	85	
Tabla 3 Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito	86	
Tabla 4 Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios	87	
Tabla 5 El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional	88	Pág.
Tabla 6 Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando	89	
Tabla 7 Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención	90	
Tabla 8 Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería.....	91	
Tabla 9 El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada.....	92	
Tabla 10 El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa	93	

Tabla 11 La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa.....	94
Tabla 12 Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores.....	95
Tabla 13 Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa	96
Tabla 14 Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY	97
Tabla 15 Usted recomienda su experiencia vivida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos	98
Tabla 16 Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial	99
Tabla 17 A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa.....	100
Tabla 18 Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa.....	101
Tabla 19 La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones	102
Tabla 20 Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería.....	103
Tabla 21 El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos	104
Tabla 22 Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería	105
Tabla 23 El personal ofrece un servicio rápido y eficiente.....	106

Tabla 24 Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo	107
Tabla 25 El personal conoce sus gustos y preferencias	108
Tabla 26 El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez.....	109

Índice de gráficos

	Pág.
Ilustración 1: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 1 El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado	83
Ilustración 2 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 2 Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa	85
Ilustración 3: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 3 Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito	86
Ilustración 4: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 4 Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios	87
Ilustración 5: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 5 El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional	88
Ilustración 6: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 6 Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando	89
Ilustración 7: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 7 Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención.....	90
Ilustración 8: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 8 Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería	91

Ilustración 9: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 9 El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada	92
Ilustración 10 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 10 El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa	93
Ilustración 11: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 11 La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa...	94
Ilustración 12: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 12 Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores	95
Ilustración 13: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 13 Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa.....	96
Ilustración 14: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 14 Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY	97
Ilustración 15: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 15 Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos.....	98
Ilustración 16: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 16 Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial..	99
Ilustración 17: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 17 A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa	100

Ilustración 18: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 18 Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa	101
Ilustración 19 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 19 La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones	102
Ilustración 20: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 20 Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería.....	103
Ilustración 21: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 21 ¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?.....	104
Ilustración 22: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 22 Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería.....	105
Ilustración 23: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 23 El personal ofrece un servicio rápido y eficiente	106
Ilustración 24: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 24 Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo	107
Ilustración 25: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 25 El personal conoce sus gustos y preferencias.....	108
Ilustración 26: . Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 26 El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez.....	109

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Cuadro de MYPES en investigación.....	72
Matriz 1 Matriz de operacionalización de variables	73
Matriz 2 Matriz de consistencia.....	79

I. Introducción

Según Marcelo & Vila (2016) informan que el país se caracteriza por la gran cantidad de emprendedores que tiene. Un emprendedor, es aquella persona que tiene una idea y la convierte en algo innovador y en una oportunidad para salir adelante a través de un negocio. Pero para poder iniciar lo que se han propuesto necesitan dar todo de sí mismo. Los emprendedores se caracterizan principalmente por tener una clara visión de lo que desean y por hacer todo lo posible para lograr sus objetivos.

En el Perú, las MYPES representan el noventa y ocho por ciento de las de las unidades empresariales; las cuales generan gran cantidad de empleo y permiten el desarrollo económico del país. Poco a poco van surgiendo gran cantidad de MYPES que son de mucho beneficio, pero existe un problema, pues la gran mayoría de micro y pequeñas empresas, están sumergidas en informalidad que llega al ochenta por ciento. También hay otro problema, pues del total de MYPES, un sesenta y cinco por ciento son familiares, por lo que sus trabajadores muchas veces no reciben pago y ni siquiera tienen un seguro de salud brindado por la empresa, situación que afecta en gran manera a los empleados. Actualmente, las Pequeñas y Medianas Empresas aportan el veinte por ciento de la producción total peruana; cifra que ha disminuido, pues el año pasado aportaban cerca del veintidós por ciento. (Luna, 2017)

El Instituto Nacional de Estadística e Informática, indica que el noventa y tres del total de empresas en el país, pertenecen a las microempresas. Gran cantidad de microempresas se encuentran en Lima, además las MYPES aportan el veintiuno por ciento de la producción total peruana. Sin embargo, estas pequeñas empresas tienen

un gran problema, ya que muchas de ellas no cuentan con el dinero necesario para aumentar su producción. Por esa razón, el Ministerio de la Producción, está incentivando a las MYPES, para que estas se unan con cooperativas, y así ayudarse mutuamente en lo que respecta a dinero y todo lo necesario para aumentar la producción de ambas. (Zuñiga, 2018)

Muchas de las empresas que pertenecen a las industrias que mueven el Producto Bruto Interno (PBI), pertenecen a las empresas familiares. Asimismo, según datos obtenidos, se dice que un cincuenta y cinco por ciento de estas empresas tienen claro que cederán la empresa a la siguiente generación, y tienen un plan de sucesión establecido, mientras que un sesenta y dos por ciento de las mismas, están dirigidas por personas que son miembros de la familia. (Cruzado, 2017)

En el país, las MYPES deben ver la facturación electrónica como un medio para mejorar y perfeccionar su trabajo. Al hacer uso de la facturación electrónica, las empresas evitarán hacer algunas actividades que antes les costaban tiempo y dinero. La facturación electrónica se puede realizar a través de un sistema de conteo, o también por medio de una plataforma web, con lo que se dejará de lado el papel que se usaba para imprimir las facturas anteriormente. Se recomienda que se haga uso de esta herramienta para facilitar la transición de dichas facturas o cualquier otro documento. (Jórdan, 2017)

Del mismo modo, las MYPES, han hallado en Compras a MYPERÚ de FONCODES, una oportunidad para ir reforzando la economía local y nacional, además, es una oportunidad para generar empleo y garantizar el desarrollo económico del país. Por lo tanto, las Micro y Pequeñas empresas ofertaron al Estado, productos

de calidad, promoviendo así las adecuadas prácticas de producción y ofreciendo empleo temporal. (ASEP, 2018)

Actualmente, las empresas se enfrentan a un problema que es muy criticado por clientes cada vez más exigentes, a esto, se refiere al problema de los niveles de calidad. Muchas veces, las empresas no ofrecen la calidad que los clientes esperaban, e incluso fallan en eso. El cliente busca que se satisfagan sus expectativas y necesidades, y si no se cumple esto, es más que seguro que el cliente recurra a otro lugar o empresa. En este sentido la calidad es un elemento que no debe faltar en las empresas. El proceso empresarial empieza con complacer totalmente al cliente, es aquí donde interviene la gestión de la calidad total, para brindarle al cliente el servicio que requiere. (Linares, 2019)

Es necesario impulsar a las MYPES a que aumenten su capacidad de competir a través de la utilización de sistemas o mecanismos que promuevan su desarrollo, para que, de esa manera, al mismo tiempo, se genere empleo y también se desarrolle el país. Las MYPE representan un noventa y cinco por ciento del total de empresas en el Perú. Del mismo modo, el noventa por ciento se sitúan en las ciudades y el treinta y dos por ciento se encuentran en Lima Metropolitana. (Guido, 2018)

De todas las empresas formales del país, solo el uno por ciento ha implementado un sistema de gestión de calidad. Por lo tanto, existe una norma llamada ISO 9001 o ISO 14001 que son modelos de gestión de calidad que hacen posible que cualquier empresa u organización obtenga productos o servicios de alta calidad. Las empresas que cuentan con la certificación de esas normas tienen más facilidad para exportar sus productos o servicios. Del mismo modo, el país cuenta con una Política Nacional para la Calidad que tiene la finalidad de mejorar la producción y la capacidad de competir

y de comercializar de cada empresa, para que a partir de ello, los clientes adquieran productos y servicios de calidad que garanticen una adecuada calidad de vida. (Ramírez, 2016)

Las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) tienen mayor capacidad de competir gracias a la Norma Técnica Peruana Gestión Integral de la MYPYME. Además de hacerlas más competitivas, hizo posible que se aproximaran a sistemas que les permiten aprovechar los Tratados de Libre Comercio (TLC) y poder comercializar sus productos fácilmente. Dicha norma es una adaptación del ISO 9001, norma que es reconocida por todo el mundo por su manera de establecer modelos, estrategias y normas para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad. (INACAL, 2016)

Contar con un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) es muy importante para el buen desarrollo de una micro y pequeña empresa, y para que de esa manera logre sobresalir y si es posible, competir con empresas más grandes. También, este sistema es fundamental para que los productos y servicios que ofrece una empresa se mantengan con altos niveles de calidad. Asimismo, existe una norma llamada ISO 9000:2000 que contribuye al logro de objetivos de la empresa de manera eficiente y eficaz. Además, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), nos dice que existen más de cuatrocientas cincuenta mil empresas u organizaciones que cuentan con la certificación ISO 9001, las cuales logran mejorar competitivamente y mejoran la producción de los productos o servicios que ofrece. (Guarneros, 2016)

Actualmente el cliente es más exigente con respecto a la calidad de los productos o servicios que adquiere, por eso antes de elegir comprarlos, los analizan

para saber si son los adecuados. Además, es necesario que las distintas empresas sigan modelos de calidad a la hora de producir sus productos o servicios, de manera que se obtengan buenos resultados, para así poder lograr la confianza de los clientes, y éstos puedan comprar confiados en que se les brindó alta calidad. Lograr la confianza y satisfacción del cliente es de mucha importancia pues el cliente es la base de todo negocio. Asimismo, lo que se desea es llegar a los mercados internacionales y estar en la capacidad de poder competir con ellos, a través de productos y servicios de calidad elaborados por medio de un seguimiento de normas y bajo sistemas de gestión de calidad. (INACAL, 2017)

Por lo tanto, a través de un sistema de gestión de calidad, las empresas de transporte podrán asegurar a sus clientes un buen servicio, lo cual es muy importante. También, gracias a un sistema de gestión, las empresas pueden establecer procesos y estrategias adecuadas para un mejor trabajo, además facilita el acceso de las empresas a los mercados y aumenta el valor de la compañía. Y si se habla de los beneficios externos, la certificación de este sistema ofrece confianza a los clientes, pues están seguros que los servicios o productos que ofrece la compañía son de alta calidad. (Alvarez, 2018)

Todo lo que se proponga cada empresa, siempre debe realizarse en base a la calidad, para que de esa manera logre avanzar y desarrollarse adecuadamente. Además, para el logro de sus objetivos, la empresa necesita contar con un buen liderazgo, que les ayudó a desarrollar estrategias y visión; para ello, la compañía debe saber escoger al líder para que haga realidad las metas trazadas por la empresa a pesar de los obstáculos. (Correa , 2016)

La satisfacción del cliente es el resultado de comparar lo que se le ofrece y las expectativas que tenía de recibirlo. La satisfacción del cliente se logra con el cumplimiento de sus expectativas. También, este concepto abarca la manera en que las personas perciben la calidad, y tomando en cuenta que todas ellas las perciben de distinta manera, hay que hacer todo lo posible para lograr la satisfacción de cada uno. Actualmente la satisfacción del cliente es un tema al que las empresas prestan mucha importancia, puesto que gracias a los niveles de satisfacción que presenta cada uno, pueden saber cuál es su posición en el mercado y a la vez pueden diseñar estrategias y métodos para una mayor demanda de servicio. (Ávila, 2017)

Lograr la satisfacción del cliente es importante, si se logra esto, significa que el cliente va a realizar más compras, lo cual garantiza el desarrollo y crecimiento para la empresa, de lo contrario, se vendrá abajo. El cliente es la base de todo negocio, por ello, las empresas deben enfocarse en siempre satisfacerlo. Asimismo, para lograr su satisfacción, la compañía necesita mejorar continuamente sus procesos en cuanto a la atención del cliente, y de esa manera ofrecer un servicio, atención y producto de calidad; y a partir de ello, lograr la fidelización del cliente para con la empresa. Todo con el fin de mantener o incrementar las ventas, y así obtener mayores ingresos económicos. (Gámez, 2017)

Actualmente, para las empresas es importante lograr la satisfacción del cliente, por esa razón, buscan mejorar continuamente en todos sus procesos y para ello toman en cuenta sus expectativas para cumplirlas e incluso sobrepasarlas. La satisfacción es considerada como aquello que se logra después de que un cliente obtiene un producto que cumple con las expectativas que tenía. Para lograr la satisfacción del cliente, lo

primero que se debe hacer es identificar y conocer sus necesidades y expectativas y a partir de ello, elaborar productos o servicios que sean de su agrado. (Vélez, 2018)

La importancia de la satisfacción del cliente se puede visualizar solo después de la venta. Ésta se mide dependiendo que tan conforme ha quedado el cliente con el producto o servicio ofrecido. Este tema de la satisfacción es muy importante para toda empresa u organización, pues es obvio que, si un cliente queda satisfecho, va a realizar más compras en el mismo establecimiento. Asimismo, se puede decir que la satisfacción del cliente es el resultado de la comparación entre lo que se obtiene y lo que esperaba. (Lira, 2018)

En la actualidad, las Empresas de Transporte de carga les ofrecen a los clientes lo necesario para lograr su satisfacción. Sin embargo, existen algunas empresas que no se adaptan a las necesidades de los clientes, y aquí surge un grave problema, pues sino se adaptan a lo que el cliente requiere no pueden ofrecerle productos o servicios que sean de su agrado. La satisfacción del cliente no se basa solo en ofrecer bienes o servicios de calidad, más que eso, se basa en cumplir e incluso sobrepasar las expectativas de los clientes, por ello, la empresa u organización necesita realizar una mejora continua en sus procesos para obtener resultados que complazcan a los clientes y de esa manera la empresa se mantenga estable. (Luperdiga & Rodriguez, 2016)

Además, cuando se habla de un servicio no se puede saber ni evaluar su calidad hasta que se esté desarrollando. En el caso de los servicios, las expectativas y necesidades de cada cliente son diferentes y esto es un problema ya que todos requieren el mismo servicio, pero no todos tienen las mismas expectativas, como ya se ha mencionado anteriormente. Entonces, se detectado que estos servicios o

procedimientos no se pueden adaptar a lo que requiere cada cliente, por lo tanto, no se puede lograr la satisfacción de cada uno. (Villavicencio, 2018)

Al realiza un estudio sobre estas Micro y Pequeñas Empresas, es importante conocer cómo actúan y cómo se comportan los factores externos de las mismas. Es de vital importancia conocer los aspectos claves del entorno que rodea el negocio Transportes de Carga YKARSANDY E.I.R.L., empleando la técnica PESTEL se obtienen las características del medio que rodea a dicho negocio.

Según la Ley General de Aduanas, un agente de carga internacional es aquella persona que hace y recibe mercancías y aquel que realiza certificados de recepción. Por otro lado, existen cerca de siete mil doscientas treinta y nueve exportadoras que el año pasado pusieron sus mercancías en el exterior. Se tiene que, a las microempresas, que colocaron en el exterior un cincuenta por ciento que sus mercancías, luego están las pequeñas empresas, con un diecisiete por ciento, también se tiene a las medianas con un veintiuno, y por último, las grandes empresas con un diez por ciento de sus mercancías. (León, 2017)

Tras nueve años de vigencia del Tratado de Libre y Comercio con Estados Unidos, las exportaciones del país, hacia estados unidos, ha aumentado en dieciocho por ciento, lo cual ha sido de beneficio para ambos, pues generaron grandes ingresos económicos. De esta manera, se registró un aumento acumulado en tres subsectores como: minería no metálica con un aumento acumulado de doscientos ochenta y dos por ciento, agropecuario con ciento noventa por ciento, y por último el subsector de pesca con un ciento sesenta y dos por ciento. ((Peñaranda, 2018)

Además, el tratado de libre comercio que el país tiene con Australia ha sido de gran beneficio pues las exportaciones peruanas hacia Australia han sumado cerca de ciento setenta y cinco mil millones de dólares. Aquí también se registró un aumento en los sectores: tradicionales, no tradicionales y el sector agropecuario. Asimismo, las exportaciones hacia ese país han registrado en los últimos cinco años un aumento interanual del treinta por ciento, debido a algunas exportaciones que se hicieron en el año 2016, las cuales trajeron grandes ingresos económicos. (Posada, 2017)

Respecto a la estabilidad económica, el país, considera muy importante el desarrollo de una infraestructura de transporte adecuada para aumentar su capacidad de competir, y a la vez lograr integrarse económicamente a los distintos mercados, a través de los Tratados de Libre Comercio suscritos por el país. Para lograr un adecuado desarrollo de la infraestructura de transporte, se han realizado importantes inversiones. Aquí, el país, gracias a su moderna infraestructura de transporte, podrá mejorar la comercialización de sus productos hacia distintos mercados; posicionándose como un puente comercial entre América del Sur, el Asia, y los Estados Unidos. (OSITRAN, 2018)

En los últimos meses, las empresas de transporte han obtenido grandes beneficios económicos y han usado eso para mejorar sus procesos, obtener mejores recursos, trabajadores más capacitados y aptos para el trabajo, etc. Pero de nada sirve tal esfuerzo, si después sus camiones, es decir en donde llevan su mercancía, se van a quedar varados, y esto significa gastos para la empresa, además, la logística urbana en el país es bastante crítica, razón por la que se debería buscar una pronta solución a dicho problema. (Becerra, 2018)

Asimismo, en los últimos años, las empresas de transporte de carga en vez de ir avanzando han ido retrocediendo, ya que para el transporte de carga se necesita realizar algunos trámites y otras cosas más que implican el gasto de dinero y que reducen la capacidad de competir de la empresa. (Guarderas, 2017)

Debido a la expansión del sector industrial, comercial y logístico, las personas exigen el transporte de carga formal, tanto así que se ha llegado a tener un movimiento de ochocientos cincuenta millones de toneladas que se transportan cada año. Según datos obtenidos, se dice que el transporte de carga aumenta cada año en un doce por ciento, además se dice que este porcentaje podría seguir aumentando. A la hora de distribuir su mercancía, las empresas de consumo tienen problemas, pues no cuentan con el dinero suficiente para realizar todas estas actividades. En las empresas que tercerizan el transporte, el costo está entre el diez y catorce por ciento y el objetivo es reducir ese costo, indicó (Fidel, 2018)

Además, el crecimiento en el Perú se ha desacelerado en los últimos años. Muchos grandes proyectos no se siguen realizando por barreras sociales o porque los propios accionistas no lo desean. Asimismo, la industria tiene un menor crecimiento al del producto bruto interno, por lo que el país ya no es atractivo para las inversiones. Si se hace un estudio del entorno internacional, se tiene un bajo Producto Bruto Interno por cada persona. También, a nivel global, el setenta y uno por ciento de las exportaciones son bienes manufacturados; mientras que, en el Perú, se lleva a cabo la exportación de primarios. (Mariategui, 2019)

Casas (2018) indica que la modificación en el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) afectó al transporte de carga, pues los precios del pasaje y de las tarifas del transporte de carga, son muy altos. Se está hablando de un aumento de cerca de

setenta por ciento en el diésel, lo cual afectó en gran manera al sector de transporte de carga.

Además, el aumento del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) en los combustibles fue de gran problema para las empresas de transporte, pues tienen que gastar más dinero en combustible, asimismo también afectó a las empresas exportadoras, lo que hará que reduzca su capacidad de competir frente a sus pares de otros países. Por esa razón, es necesario recaudar dinero por medio del aumento de la base tributaria, la renovación del sistema tributario y el fortalecimiento de la SUNAT, y de todo ese dinero que se obtiene, cerca del treinta por ciento se utilizó para el costeo de transporte, porcentaje que en el caso de Perú es alto debido al mal estado de las carreteras. (Varilias, 2018)

Por lo tanto, debido a que los costos, tanto de transporte como combustible han aumentado, las empresas de Transporte de Carga se ven cada vez más afectadas y más aún porque todo esto afecta a su capacidad de competir. Toda esta situación, podría provocar un alza de precios sin control, como lo fue en este año, pues la inflación del flete alcanzó un aumento de veintinueve por ciento y a esto hay que sumarle el hecho de que la actividad de transporte fue disminuyendo poco a poco. (FADEEAC, 2019)

En el factor socio cultural; en el departamento de Piura, de acuerdo con el tamaño de empresa, las Micro y Pequeñas Empresas tomaron el treinta y uno por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, para ofrecerles trabajo. En donde gran parte de los trabajadores labora en los sectores de extracción y de servicios. Asimismo, del total de trabajadores que laboran en las micro y pequeñas empresas, el setenta y siete por ciento son hombres; y según la edad, un treinta y ocho por ciento tienen desde catorce a veintinueve años, y un cincuenta y siete por ciento tienen treinta

a cincuenta y nueve años, y de acuerdo con el nivel educativo lo conforman los que han terminado la primaria y secundaria. (ANDINA, 2016)

La población ocupada en el año 2016. Para ese año, el setenta y cuatro por ciento de la Población Económicamente Activa ocupada del sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones formaba parte del sector informal; mientras que el veinticinco por ciento del total de la PEA ocupada del sector, pertenecía al sector formal. Todos ellos, se encontraban laborando tanto en las pequeñas, como en las medianas y grandes empresas. Por otro lado, si se habla del sector de transporte, se puede decir que aquí hubo un gran aumento de empleo, pues en este sector, las empresas contaban con más unidades de transporte y necesitaban de más personal para ponerlas en marcha. En cuanto al transporte marítimo, también aumentó, ya que la gente exigía el servicio de transporte en los puertos. (Pinilla, 2017)

Con respecto al factor tecnológico, se puede decir que la tecnología ha sido de gran ayuda en este sector, pues ha contribuido a la adecuada realización de los distintos procesos. Es más, antes para realizar el proceso de transporte completo, se tardaba demasiado, y también surgían muchos problemas. Pero ahora, gracias a una tecnología cada vez más innovadora, con Bauen todo este proceso es mucho más fácil de realizar, ya que el cliente puede ver los distintos precios del servicio, el tiempo en que llegará su mercancía, y las características del chofer, y de esa manera puede elegir fácil y rápidamente, el servicio que le parece más conveniente. (Olcese, 2019)

Asimismo, en el ámbito tecnológico, se puede ver que han surgido herramientas o aplicaciones más innovadoras. Hoy en día, tomando conciencia de todo lo que está pasando con el medio ambiente, se han creado nuevos modelos de negocio que permitirán la reducción de emisiones contaminantes de los vehículos a la atmósfera.

Por esa razón, las empresas de transporte han optado por realizar el traslado de una misma mercancía por partes, puede ser en cuatro camiones y llevando solo el veinticinco por ciento de la capacidad de cada uno de ellos, o haciéndolo en un único vehículo. De esa manera al transportar, los vehículos no emitirán tantos gases o sustancias contaminantes. (Granda, 2017)

Hoy en día, hay muchas unidades de transporte que esperan ser llamados por una empresa que requiera de sus servicios. Por otro lado, al mismo tiempo las empresas no saben a quién contratar pues no encuentran la forma más segura o confiable para contratar a un vehículo que transporte sus mercancías. Aquí se encuentra con Convoy que ofrece vehículos de transportes confiables y seguros, además les dan a los clientes la facilidad de acceder a empresas independientes de camiones; los cuales cuentan con un GPS implantado para vigilar cada uno de sus movimientos. Todo eso, y mucho más se ofrece con el fin de mejorar la cadena de suministro. (Behar, 2017)

Actualmente, existe un dispositivo llamado Micargapp que les hace la vida más fácil tanto a los clientes como a las empresas de transporte, pues a través de tal dispositivo, los vehículos totalmente formales pueden inscribirse gratuitamente y ofrecer sus servicios a cualquiera que los necesite. Esta idea de negocio es muy innovadora y puede ser de mucha ayuda para mudanzas, para el transporte de distintas mercancías, además dicha aplicación se puede encontrar fácilmente en celulares Android en Google Play o también se puede encontrar en la página web. (Vivas, 2018)

Respecto al factor ecológico hoy en día al hablar del transporte y medio ambiente, se nos viene a la mente el tema de contaminación, pues como se sabe, los vehículos son los que emiten más sustancias contaminantes, las cuales se concentran en el aire que se respira y que pueden causar daño al hombre, los animales, y la

vegetación. Por ello, muchas empresas de transporte están tomando conciencia del daño que causan sus unidades de transporte, por lo que están buscando una manera de promover el desarrollo sostenible, asimismo se busca promover las nuevas políticas ambientales que garantizan el cuidado del medio ambiente. (Urrelo, s.f.)

Como ya se ha mencionado anteriormente, existen distintas empresas que buscan fomentar el desarrollo sostenible, por lo tanto, buscan una manera de ser más ecológicas. La logística cumple un papel importante en la economía global, por lo que trata el tema de la contaminación o del impacto ambiental que causan los negocios. Por esa razón, las empresas de transporte han tomado conciencia y se han propuesto a reducir las emisiones contaminantes pronto. Por ejemplo, se tiene DHL que es una empresa que empezó con la logística ecológica, y por ello, sobresale entre la competencia. También pueden ayudar a implementar los principios de la economía circular para eliminar los residuos y conservar el valor de sus productos. (DHL, s.f.)

Entre las principales obligaciones establecidas para los transportistas está el hecho de que, si emiten sustancias contaminantes o producen un impacto negativo en el medio ambiente, su obligación está en adoptar medidas que reduzcan dichos daños, y también asumir los costos de las medidas de control de sus actividades. (Chavarry, 2017)

La Ley N° 27181 (Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre) y el Reglamento Nacional de Administración del Transporte, aprobado por D.S. N° 017-2009-MTC, que ayuda a que tanto el transporte público y privado se formalicen completamente. Los vehículos autorizados para el servicio de transporte de mercancías, según el Reglamento Nacional de Vehículos (aprobado por D.S. N° 058-20303-MTC), deben cumplir distintas obligaciones, entre ellas se tiene: no transportar

personas en su vehículo, solo mercaderías, también, recibir y descargar la mercancía, cuidar la mercancía y poner dispositivos de seguridad a la hora de ser transportada, contar con autorización anticipada en caso de llevar alguna carga pesada y por último llevar la mercadería hacia su destino y entregarla a sus destinatarios. Además, la persona que presta servicio de transporte debe cumplir con las distintas normas que regulan este tipo de transporte. (LEY, N° 27181)

Al analizar las fuerzas cinco fuerzas de Porter en el sector del transporte, se puede decir que hay miles de vehículos que son contratados para transportar alguna mercadería, lo cual ha sido de gran beneficio para dicho sector, las cinco fuerzas de Porter, son:

La amenaza de entrada de nuevos competidores es muy alta, pues con la crisis económica que vive el país, se está obteniendo una gran cantidad de inversión extranjera, por lo que día tras día, las empresas de transporte del país se ven obligadas a ofrecer altos niveles de calidad en su servicio, y a un precio que atraiga a más clientes, con el fin de enfrentar a la competencia.

Hay una rivalidad entre los competidores de transporte de carga pues la entrada de nuevos competidores es alta, y si entran más competidores, significa que algunas empresas de transporte deben competir constantemente para sobresalir entre las demás, por lo que se crea una rivalidad entre los competidores.

La amenaza de nuevos productos sustitutivos: la amenaza es muy alta pues las distintas unidades de transporte pueden sustituir fácilmente, por ejemplo, se pueden sustituir por un mejor vehículo, más cómodo y a un precio más bajo, entonces lo que

las distintas unidades de transporte pueden hacer es mejorar su calidad y hacer que las personas no los sustituyan.

El poder negociador de los clientes: El poder de negociación de los clientes es alto pues ellos muchas veces le ponen el precio al servicio que van a prestar o deciden a qué hora quieren que su mercancía sea transportada, así que si ellos deciden es porque tienen el poder.

El poder de negociador de los proveedores. En la provincia de Sullana el poder de los proveedores es alto pues ellos tienen el control de todos los empresarios de venta de mangos, limón, etc. Y también control sobre cada persona que se mueve dentro de la nación, por lo que los proveedores podrían llegar a paralizar el transporte.

En Perú existen cerca de ciento tres mil unidades de transporte de carga. En el sector de transporte de carga, su servicio es muy demandado, por lo que dicho sector contribuye al desarrollo de la economía peruana. Sin embargo, actualmente, el sector de transporte de carga ha realizado huelgas y protestas con el fin de que se reconozca su ardua labor. Asimismo, las unidades de transporte enfrentan un grave problema, ya que las personas culpan a estos vehículos por ser los principales responsables de la contaminación del aire. (Orozco, 2019)

Con una buena logística urbana las empresas peruanas pueden evitar pagar altos costos logísticos. Como ya se ha dicho antes el sector de carga y de transporte está pasando por muchos problemas al igual que la logística urbana en el país, y especialmente en Piura, la situación es bastante crítica por lo que se debe buscar una pronta solución a dicho problema, además cuando se habla de logística urbana se trata

de todo el sistema al que están sometidas las empresas y los que ofrecen el servicio de infraestructura de transporte de carga. (Becerra, 2019)

Por consiguiente, para ofrecer seguridad y evitar cualquier tipo de robo de vehículos de carga, las empresas de transporte han implementado algunas aplicaciones para combatir la inseguridad, además, han empezado a agregarle a su servicio otras prestaciones que se basan en el control de flota, trazabilidad, etc. Asimismo, se busca que las empresas de transporte tengan un impacto positivo en la cadena logística. (Ures, 2017)

El servicio de transporte de carga en el Perú, va desde el lugar donde se obtiene el producto que se va a transportar hasta su lugar de destino. Hay que tener en cuenta que durante el proceso de transporte de carga hasta su destino; la mercancía pasa por lugares de embarque, almacenaje y desembarque. El servicio de transporte de carga se conoce con distintos nombres, pero al final todos apuntan a un proceso económico que, si es realizado adecuadamente, aumentará la capacidad de competir de la empresa, de la ciudad, e incluso de un país. (Montes, 2019)

Por otro lado, el gobierno y los transportistas llegaron a un acuerdo, en el que se establece que el precio del combustible se va a reducir, asimismo, los transportistas también consiguieron que no se apliquen, por el momento, los sistemas de control de velocidad GPS; lo cual trae muchos beneficios para los mismos. (Trujillo, 2019)

La empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. es uno de los principales tipos de transporte por carretera. El servicio que ofrece esta empresa es muy demandado, pues es de calidad. Además, durante los últimos años la empresa ha

buscado reducir el tamaño de envíos, y a la vez entregarlos a tiempo, por lo que esta empresa ha sobresalido y ha aumentado su capacidad de competir.

Existe un problema por el que pasan las empresas de transporte, pues no saben si podrán tener la suficiente mercancía como para llenar un camión completo. En este caso, hay muchas cosas que el transportista no puede controlar, como el tamaño del pedido del cliente y si no es lo suficiente grande no pueden llenar el camión. Pero, como se mencionó antes, hay tendencias logísticas que juegan en su contra. Distintas empresas de transporte han decidido reducir el tamaño de sus envíos, por eso en ocasiones es imposible que sus proveedores les abastezcan mediante grandes envíos.

Asimismo, las empresas de transporte se encargan de llevar mercaderías, objetos, paquetes, etc de un lugar a otro. Generalmente, el transporte de carga se caracteriza por transportar grandes cargas, y por ser un servicio más barato a comparación de otro medio de transporte, pero la diferencia está en que esos otros medios de transporte no cuentan con un sistema de gestión de calidad o no se adecuan a los estándares internacionales, Por lo expuesto nos planteamos el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018?.

Para dar respuesta a esta interrogante se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Así también para alcanzar este objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos como son: (a) identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018; (b) describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018; (c) identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018; (d) describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Por tanto la presente investigación se justifica en el aspecto teórico para aportar al conocimiento existente respecto a la gestión de calidad y satisfacción de los clientes, como instrumento para el mejor desempeño laboral y desarrollo de la empresa transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. en la ciudad de Sullana, cuyos resultados podrá sistematizarse en una propuesta para incorporarse como conocimiento a las intervenciones en el desarrollo de la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L., demostrando las cualidades de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes para lograr el desarrollo de la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. en la ciudad de Sullana.

También se justifica desde el punto de vista práctica, porque brinda información de ambas variables en investigación, específicamente sobre las características, beneficios y principios de la gestión de calidad y características, beneficios y estrategias para mejorar la satisfacción de los clientes, ya que existe la necesidad de mejorar el desempeño y realizar estrategias necesarias para el desarrollo de ambas variables en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. de Sullana

año 2018, además que estos resultados pueden servir de base para otros investigadores que deseen desarrollar con mayor profundidad el tema de estudio.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se justificó porque aportó en cuanto a su tipo y diseño de investigación, técnicas y, específicamente, el instrumento diseñado para la recopilación de los datos requeridos, como modelo, y validadas los procedimientos para futuras investigaciones que tienen pertinencia de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. de Sullana año 2018. Asimismo, los procedimientos metodológicos soportan con solvencia el carácter técnico científico de la investigación, validándolo también en este nivel.

En el aspecto de relevancia social, de acuerdo a los resultados y conclusiones que se obtuvieron va a favorecer a todos los propietarios de la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L., y gestionar eficazmente sus empresas en lo que respecta la gestión de calidad y satisfacción de los clientes y transformar en una organización innovadora, enfocado en el buen desempeño de los propietarios, por lo cual los beneficiados serán los empresarios y sus clientes.

Desde el punto de vista personal la investigación se justifica porque se puede centrar los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional para el desarrollo de la investigación, dado que el tema de investigación abordado se refiere a la gestión de calidad y satisfacción de los clientes lo cual es parte fundamental de las empresas para mantener a los clientes satisfechos y seguir obteniendo nuevos clientes; además como futura profesional de administración de empresas es importante comprender y conocer que la empresa necesitará siempre de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes.

En tal sentido la metodología de la investigación se utilizó el tipo cuantitativo, es de nivel descriptivo y su diseño es no experimental. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. En el caso de esta investigación se pretende encontrar las características en las micro y pequeñas empresas en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. en la ciudad de Sullana año 2018, la población y muestra en estudio es la misma y estará conformada por los empresarios para la variable gestión de calidad clientes para la variable satisfacción de los clientes de las empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L., y la técnica fue la encuesta con el instrumento de cuestionario con el cual se llegó a las conclusiones.

Obteniéndose los siguientes resultados: El 82% del personal manifiesta que siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando; el 75% de propietarios manifiesta que al implementar un modelo de Gestión de Calidad siempre han revisado diferentes enfoques metodológicos, los cuales giran en torno a aspectos como satisfacción del cliente; el 60% de clientes manifiesta que siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY, el 91% del personal manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería, el 84% de clientes manifiesta que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez. Se concluye que los elementos de la gestión de calidad que identifica el personal es evaluar constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para continuar circulando; también los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa; los beneficios que brinda la gestión de calidad es homogeneización de los productos; aumento de la

eficiencia y reducción de costes; potenciación de la imagen positiva, los beneficios que obtiene la empresa mediante la satisfacción del cliente son compra repetitiva mediante la fidelización de sus clientes; la recomendación de su experiencia vivida con otras personas, las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente son seguimiento de los nuevos clientes mediante la atención rápida y personalizada, capacita al personal de servicio al cliente y choferes para ejercer un buen trabajo; fomenta la participación del cliente: mide el desempeño del servicio mediante el nivel de satisfacción; conocer los gustos y preferencia de los clientes.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable gestión de la calidad

Celis & Caicedo (2016) en su trabajo de investigación denominado Propuesta de un sistema de gestión de transporte de carga terrestre en Halliburton Latín América S.A-Colombia, tesis para optar el título de Ingeniería Industrial, en la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, el objetivo general: Proponer un sistema de gestión de transporte de carga terrestre en Halliburton Latín América S.A-Colombia, para el cual empleó la metodología de enfoque a procesos, ciclo de mejora continua PHVA, liderazgo, gestión de los recursos, gestión de los riesgos, etc., los principales resultados y conclusiones fueron que evidencia el importante papel que juega el transporte en la misión de la compañía. El transporte de carga terrestre siendo menos del 1% de los requerimientos necesarios para abastecer la totalidad de la operación, representa el 17% del total pagado a proveedores entre Noviembre/10 y Febrero/2011. La ineficiencia en la gestión del servicio al interior de la compañía acarrea altos sobrecostos entre otros debido al elevado volumen de solicitudes que son diariamente requeridas. La integralidad de la propuesta elimina el 50% de solicitudes que generan reprocesos y el 30% de solicitudes diarias que no se tramitan. El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional La integración de estas dimensiones dentro de la propuesta de diseño de gestión, bajo la visión de la Ingeniería Industrial, permite obtener una solución integral y no un simple esquema operativo de ejecución.

Basado en la conclusión anterior de la importancia de robustecer los procesos en este caso las herramientas de control, se obtiene que el software de transporte que representa el 75% de la inversión inicial, logra ser el medio y herramienta más importante de la propuesta, pues su implementación y adecuado manejo permite obtener cerca del 90% de los beneficios esperados. El área de Procura o Compras encargada del tema de negociaciones y contratos debe concentrarse en el tipo de vehículos más usados (Tractomula, Miniturbo D-350 y la camioneta D-100 con un peso del 65%), y los departamentos más concurridos (Santander, Cundinamarca, Meta, Huila, Casanare, y Magdalena) para iniciar el proceso de búsqueda, contratación y desarrollo de proveedores. El área de transporte será la principal fuente de información para licitaciones y contratos que abastezcan de manera eficiente y eficaz la operación. Es vital el seguimiento para que se cumplan las directrices sugeridas para evitar la generación de cuellos de botella en el proceso. Los encargados con la gestión del transporte de carga deben velar por que se sigan los procedimientos y se evalúen constantemente las actividades del macro proceso bajo cada uno de los 9 indicadores de gestión sugeridos y documentados en este trabajo. La presente propuesta llevaría a la compañía a realizar una inversión inicial de \$ 111.075.193 y egresos para el primer año de \$ 222.369.452, sin embargo teniendo en cuenta los beneficios esperados, estos gastos no superan los ingresos para la evaluación del ejercicio a 3 años. De la evaluación al corto plazo (primer año) arroja de manera atractiva utilidades netas de \$11.56 por cada \$1 invertido. La implementación de la propuesta por parte de la compañía comprende una serie de actividades y fases que deben ser ejecutadas en su orden específico en un periodo aproximado de 5 meses, a fin de iniciar con la medición y evaluación de las actividades del transporte y así tomar las decisiones concernientes

al futuro en la utilización del servicio como puede ser la renta programada de vehículos y/o compra de ellos. El diseño del sistema de gestión específicamente de transporte de carga se considera un verdadero aporte a la compañía, como también al desarrollo del ejercicio de la Ingeniería Industrial, por cuanto presenta una metodología y un ejemplo de cómo abordar la gestión de la operación de un tercero que juega un papel vital e importante en el logro de la misión para una compañía.

Yañez (2016) su trabajo de investigación denominado Propuesta sistema de control de gestión empresa Chilexpress, Tesis para optar el título de Magister en Control de Gestión. En la Universidad de Chile, Chile, teniendo como objetivo general: Proponer un sistema de control de gestión que permita a la empresa tomar mejores decisiones y acciones para conseguir los objetivos que se ha propuesto para tener mayor valor para sus dueños y con liderazgo en el mercado. Además el sistema permitirá alinear a los trabajadores y asegura el cumplimiento de la propuesta de valor para los clientes y cumplir con la misión y visión propuesta, empleó la metodología descriptiva, no experimental, con métodos teóricos, inductivos, deductivos, analítico y sintético, los principales resultados y conclusiones fueron que se ha hecho una revisión de la empresa Chilexpress, y en función de los distintos contenidos abordados, se parte haciendo un análisis que comienza desde su visión y misión pasando por un análisis de la declaración estratégica hasta llegar a un mapa estratégico y un esquema de incentivos propiamente tal. Se ha identificado, la necesidad de contar con un sistema de control de gestión que permita por una parte alinear a las áreas para dar mayor fuerza a la propuesta de valor que es la que tiene posicionada a la empresa en el mercado, pero en donde falta conseguir los objetivos impuestos por un mandato de su directorio. Se espera que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia

permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado y consiga generar mayor rentabilidad y valor a la empresa con el fin de conseguir lo esperando por los dueños de ésta. Para esto a continuación se mencionan un resumen de puntos importantes que la empresa necesita y que fueron abordados en los contenidos de este proyecto de grado. Se requiere re definir la declaración de la estrategia de la empresa considerando el análisis elaborado en este documento de proyecto de grado. Es importante que la empresa tenga al menos los 4 ejes estratégicos planteados para poder dar consistencia a la estrategia y posteriormente esté acorde a los objetivos definidos por cada perspectiva. Se recomienda considerar la propuesta elaborada con el fin de disminuir la brecha actual con el mandato recibido desde el directorio de la empresa. Es necesario que la empresa implemente el esquema de incentivos para poder tener alineados a las áreas y sus respectivos cargos de acuerdo a los objetivos del mapa estratégico. Por tanto, no es recomendable continuar con un modelo de pago por cumplimiento de indicadores individuales como lo hace actualmente. Se requiere que el esquema de incentivos propuesto se considere con un modelo de incentivos en que se lleve a los mayores esfuerzos para conseguir no un indicador aislado de los objetivos del plan de largo plazo, sino de un grupo de ellos para dar mayor relevancia a los objetivos deseados y necesarios para la empresa. La empresa necesita redefinir su planteamiento de negocio en términos de los cambios que se han dado en el tiempo y de acuerdo a las nuevas exigencias que tiene el mercado, para ello se recomienda abordar el análisis FODA y tomar las acciones pertinente para reforzar los factores claves de éxito del negocio y los elementos vistos en el lienzo de Canvas.

Moran (2016) en su trabajo de investigación denominado Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la

óptica del usuario, tesis para optar el título de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación, Ecuador, el objetivo general: Analizar la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario, para el cual empleó la metodología de investigación de tipo descriptivo, las técnicas de investigación utilizadas para este informe fueron: encuesta, entrevista y observación, los principales resultados y conclusiones fueron que Los usuarios del servicio consideran que el beneficio que cumplen de mejor manera las cooperativas de buses es “movilización hasta el lugar donde se dirigen”, lo expresó el 94,34%, el trato recibido por parte de choferes y cobradores, en su mayoría es malo, al sumar el porcentaje regular y malo, se obtiene 95,82%, una de las apreciaciones más bajas del servicio recibido fue trato de choferes y cobradores, donde sólo 7 personas (1,72%) de un total de 407 (100%), se mostraron satisfechos con el trato recibido, del aspecto comodidad recibida y limpieza de buses, arrojó que para el 79,60% de los usuarios, en cuanto a la evaluación del costo del servicio, para el 73,22% de los encuestados la tarifa es muy buena y buena; mientras que para el 26,78% es regular y mala, y concluyo que En la ciudad de Esmeraldas existen dos organizaciones que entregan el servicio de transporte de buses, la cooperativa Las Palmas y la compañía Alonso de Illescas. Los principales problemas que repercuten al momento de brindar el servicio son: la falta de peritos por parte de la autoridad municipal para dar soluciones en los aspectos operativos; por otro lado está la pobre comunicación entre las organizaciones y el Municipio de Esmeraldas como ente que maneja esa competencia; no existe una adecuada señalización de las paradas, lo que dificulta educar tanto a choferes como a usuarios; la falta de cultura y educación de choferes, oficiales y del mismo usuario, quienes constantemente se maltratan entre sí; y, no contar con los recursos para

cambiar las unidades en mal estado. Para medir la satisfacción de los usuarios fue necesario consultarles cómo calificarían algunas variables del servicio recibido, es así que en relación al trato por parte de choferes y cobradores, el 95,82% está insatisfecho; referente a la comodidad y limpieza de unidades el 79,61% está insatisfecho; sobre el costo actual del servicio el 73,22% está satisfecho; en cuanto a la conducción de los buses el 78,63% está insatisfecho; y por último en relación al cumplimiento de rutas y frecuencias el 79,60% está satisfecho. De manera general los usuarios calificaron el servicio de transporte de buses como regular, malo, y muy malo en un 93,85%. Entre las principales fortalezas del servicio de transporte en Esmeraldas se pueden mencionar: amplio parque automotor; la prestación del servicio de transporte urbano en la ciudad tiene aproximadamente 60 años; costo accesible para la ciudadanía; rutas definidas; y, la contribución al desarrollo local. Las 66 debilidades más significativas son: no contar con personal operativo culto y educado; usuarios irrespetuosos que pagan el servicio por debajo del costo real; unidades deterioradas; poca comunicación entre el Municipio de Esmeraldas y las operarias; limitada señalización de paradas específicas; sistema de cobro obsoleto; no existen evaluaciones permanentes del servicio.

Villar (2019) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la gestión de calidad y el uso del marketing de las MYPES sector transporte, rubro carga pesada en el distrito de Tumbes, 2019, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Tumbes, quien tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y el uso marketing de las MYPES sector transporte, rubro carga pesada en el distrito de tumbes, 2019. La metodología que empleó fue tipo de descriptivo, nivel

de investigación cuantitativo y el diseño de investigación fue no experimental, teniendo en cuenta la muestra de 10 involucrados, siendo 68 clientes en 10 empresas de transporte rubro carga pesada y por cada empresa 01 involucrado, en la Ciudad de Tumbes, los principales resultados y conclusiones fueron que el 73.53% (50) nos dicen que las empresas si brindan un buen servicio, el 80.88% (55) nos dicen que si brindan información sobre sus servicios, el 73.53% (50) nos dicen que si cumple con los horarios establecidos, el 58.82% (40) nos dicen que si brinden opciones del servicio, el 58.82% (40) nos dicen que las empresas si brindan información, el 70.59% (48) nos dicen que las empresas no toman iniciativas sobre el servicio, el 88.24% (60) nos dicen que si la empresas deben mejorar el servicio, y concluyo que los dueños de las empresas de transporte utilizan un tipo de gestión de calidad basada en la calidad que se define como la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada, permitiendo que los clientes se sientan satisfechos por el servicio brindado. En el primer objetivo específico 02 se muestra que la empresa de transporte utiliza un principio en gestión de calidad basada en la mejora continua que se define por los tipos de cargas que hoy en día son más buscados que se son las de carga de verduras, y por ello las empresas deben estar en una mejora continua.

Gonzales (2016) en su trabajo de investigación denominada Caracterización de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, 2016, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Huaraz, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de

gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz en el 2016. La metodología que empleó fue tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para la determinación de la muestra, se identificó una muestra censal de 47 gerentes de la empresa de transporte terrestre debido a que la población fue relativamente pequeña, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas por medio de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 51,06% de los gerentes encuestados del rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre señalan que los empleados no cumplen con sus funciones dentro de la empresa y un 48,9 manifiestan lo contrario. El 61,70% de los gerentes encuestados manifiestan, que realizar los trámites dentro de la empresa tardan demasiado y el 38.30% manifiestan que realizar los trámites dentro de la empresa son rápidos, y concluyo que Las características de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, son las siguientes: elevado índice de incumplimiento de funciones y responsabilidades plasmados en el Reglamento de Organización y Funciones – ROF, por parte de los empleados de las empresas de transporte terrestres. Respecto a las características de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre del distrito de Huaraz, los resultados del estudio nos muestran deficiencias tales como: Los gerentes nunca utilizan los indicadores para evaluar la eficacia para lograr los objetivos dentro de la empresa, asimismo los gerentes no consideran requisitos específicos para la contratación del

personal al cargo requerido, los empleados no conocen sus derechos y 87 obligaciones, las remuneraciones del personal no se cumplen de acuerdo al contrato suscrito y al puesto que se le haya asignado, no cuentan con un organigrama estructural, los empleados no cumplen con las responsabilidades asignadas por la empresa, los empleados no cumplen con sus funciones dentro de la empresa, los trámites no son agilizados y tardan demasiado en la atención, que los procesos estandarizados no contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa, y nunca realizan el seguimiento o verificación después de cada actividad ejecutada por la empresa.

Cardenas (2019) en su trabajo de investigación denominada La Gestión de la Calidad y su influencia en los Beneficios de las MYPES del Sector Servicio - Rubro Transporte de Pasajeros, del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018, tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Lima, quien tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de una gestión de calidad en los beneficios de las MYPE del sector servicio-rubro transporte de pasajeros, del distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018. La metodología que empleó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Se tomó una muestra de 09 microempresas y se aplicó un cuestionario de 37 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que El 66.7% de las MYPE considera que la gestión de calidad en sus empresas es de nivel alto. El 66.7% de las MYPE considera la dimensión planificación y el 100% en la dimensión control de la calidad y el 77.8% de la dimensión mejora de la calidad de nivel alto, y concluyo que La mayoría de las MYPE considera que la gestión de calidad en sus empresas es de nivel alto y la dimensión planificación también es de nivel medio. La totalidad de las empresas

considera que la dimensión control de la calidad es de nivel alto. La mayoría de las empresas de transporte de este estudio consideran la dimensión mejora de la calidad como de nivel alto.

Carreño (2018) en su trabajo de investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017, empleó la metodología es de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. La población en el variable financiamiento es de 10 personas, y en la variable gestión de calidad es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar, los principales resultados y conclusiones fueron que El 90% manifiestan que para la marcha de la empresa es indispensable el financiamiento, y el mismo porcentaje refieren que la obtención del financiamiento es en la modalidad de largo plazo. En el caso de la gestión de calidad el 52% manifestaron que si tienen nivel de gestión de calidad, un 90% se orientan a ser competitivos y brindar calidad frente a su competencia, y concluyo que las unidades económicas en materia de investigación, para la gestión de la organización es importante el financiamiento en las MYPES por el flujo de efectivo porque cubre todos los gastos de las empresas como son pagos de personal, servicios básicos, seguros, impuestos, la modalidad de obtención es a largo plazo; en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes. Se identificaron los objetivos de

gestión de calidad que aplican los microempresarios en sus empresas son aseguramiento de calidad de la empresa y que garanticen el buen funcionamiento de la empresa; satisfacción de sus clientes y para lograr brindan servicio de calidad, atención personalizada, cumplen con los requisitos de Ley; buena relación con los clientes porque tienen un fuerte vínculo, que puede hacer la diferencia entre la competencia, sobre todo cuentan con liderazgo, objetivos fundamentales para mejorar la competitividad y la calidad frente a su competencia. Por tanto se determina que la importancia del financiamiento en las MYPES de transporte de carga es el flujo de efectivo porque pueden realizar compra de vehículos, local propio, terrenos, materiales, equipos de oficina, equipos, un sitio web y tarjetas de visita además cubre todos los gastos de las empresas como son servicios básicos, seguros, impuestos; además el préstamo obtenido por las entidades bancarias no cubrió todas las actividades de las mismas, y consideran que no tuvieran toda la flota de vehículos que tienen al día de hoy.

Zapata (2019) en su trabajo de investigación titulada Caracterización de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de transportes y servicios generales el cóndor EIRL en el distrito de Sullana año 2018, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de transportes y servicios generales El Cóndor EIRL en el distrito de Sullana año 2018, empleó la metodología su tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable calidad de servicio fue los pasajeros, aplicando fórmula estadística se determinó 68 clientes a encuestar, y liderazgo fue

dirigido al personal, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 87% de clientes manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladarle a su destino; el 82% del personal manifiesta que el liderazgo autocrático siempre le ha permitido el incremento de pasajeros para su empresa, y concluyo que Las estrategias de la calidad del servicio que identifican los clientes en la empresa de transportes y servicios generales El Cóndor EIRL es sinceridad porque los choferes son honestos al momento de realizar el cobro por transporte de pasajeros, actitud porque son personas amables y cordiales al momento de brindar un servicio, ambiente agradable porque los vehículos cuentan con seguridad, higiene y limpieza que han contribuido a un ambiente donde se puede viajar con satisfacción, confiabilidad porque brindan un servicio adecuado y un clima que genere sensaciones que conecten emocionalmente tranquilo y con total satisfacción. Se describe los tipos de calidad del servicio en la empresa de transportes y servicios generales El Cóndor son fiabilidad porque los choferes ejecutan el servicio de forma cuidadosa al momento de trasladarle a su destino a cada pasajero, comunicación porque brindan comunicación adecuada y precisa sobre los lugares a donde llegan, conformidad porque el servicio ofrecido por la empresa cumple con las normas y estándares establecidos por la ley como sello de calidad, profesionalidad porque muestran destrezas y conocimientos al momento de manejar el vehículo, pero no cuentan con seguridad porque los vehículo no tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación titulada Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016, tesis para optar el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros - rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016, empleó la metodología de nivel cuantitativo, se escogió una muestra de 20 MYPE de transporte pasajeros - rubro auto colectivo de la provincia de Sullana, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 85% representa que un buen sistema de gestión de calidad si generara ventajas ante la competencia, por otro lado en un 100% responde que cree que la gestión de calidad que brinda su MYPE atrae mayor cantidad de clientes, y concluyo que la gestión de calidad tiene por característica la mejora continua de productos y servicios permitiendo mejorar la imagen externa de la 91 empresa para aumentar la competitividad , aumentar su presencia en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes.

2.1.2. Variable satisfacción al cliente

Soriano (2017) en su trabajo de investigación denominado Análisis de la expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto de pasajeros en Puerto Ayora, tesis que para obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la educación mención Comercio y Administración, en la

Universidad Central del Ecuador, Ecuador, teniendo como objetivo general: Analizar la expectativa de calidad que tienen los usuarios con respecto a la satisfacción del servicio de transporte terrestre de pasajeros en Puerto Ayora, empleó la metodología de tipo bibliográfica o documental, explicativa, descriptiva; los principales resultados y conclusiones fueron que La expectativa es la ilusión de realizar o ver cumplido un determinado propósito, que el usuario vivirá al comprar un determinado producto o servicio y estos se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el servicio. Experiencias de servicios anteriores. Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión. Promesas que ofrecen los competidores Las expectativas están integradas por los siguientes elementos, Cortesía, Comunicación, Accesibilidad, Fiabilidad. Profesionalidad, Elementos tangibles, Capacidad de respuesta. Las expectativas que tienen los usuarios acerca del medio de transporte comercial mixto son las siguientes: cortesía tiene una escala promedio de 249/288, por lo que se concluye que es una expectativa importante, de acuerdo a la metodología utilizada en la presente investigación. seguridad tiene una escala promedio de expectativa de 261/288, por lo que se concluye que es muy importante. accesibilidad tiene una escala promedio de expectativa de 185/288, por lo que se considera que es nada importante. comunicación tiene una escala promedio de expectativa de 178/288, por lo que se concluye que es nada importante. elementos tangibles tiene una escala promedio de expectativa de 243/288, por lo que se considera que es importante. credibilidad tiene una escala promedio de expectativa de 259/288, se concluye que es muy importante. profesionalidad tiene una escala promedio de expectativa de 273/288, por lo que se concluye que es muy importante. capacidad de respuesta tiene una escala promedio de

expectativa de 229/288, se concluye que es poco importante. 3.- los elementos para evaluar la satisfacción son: a) el rendimiento percibido b) cumplimiento de expectativas c) los niveles de satisfacción 4.- los niveles de satisfacción que muestran los usuarios acerca del transporte comercial mixto son: cortesía tiene una escala promedio de satisfacción de 173/288, por lo que se concluye que es nada satisfactorio. seguridad tiene una escala promedio de satisfacción de 169/288, por lo que se concluye que se encuentran nada satisfechos.

Morocho & Plaza (2016) en su trabajo de investigación denominado Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda, tesis que para obtener el título de Ingeniería Comercial, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador, teniendo como objetivo general: Determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en el caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda, empleó la metodología Descriptiva, Bibliográfica y De campo, deductivo, la técnica de la encuesta, utilizó como instrumento para la encuesta un cuestionario con preguntas que serán abiertos, cerrada y de opción múltiple; los principales resultados y conclusiones fueron que 84% de calificación para el estado y comodidad de los asientos de los buses, 85% para el confort y clima (acondicionador de aire) durante el viaje, 80% para el estado referente a la impresión 84% 85% 80% 64% 79% 79% 79% 79% 81% 79% Estado y comodidad de los asientos Confort y clima (acondicionador de aire) durante el viaje Aseo y la higiene Materiales informativos Estado general de los buses Calificación. Obtenida PROMEDIO 81 que le dejó el aseo y la higiene de los buses, el estado de materiales informativos que le entrega el personal de la Compañía obtuvo

un 64%, mientras que respecto a la condición del estado general de los buses (incluyendo el baño) pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., se obtuvo una calificación de 81, y concluyo que Producto del estudio exploratorio que se ha realizado y de la propuesta financiera, se ha determinado que puede surgir la siguiente hipótesis: La Calidad del Servicio de Transporte influye en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda. La misma que podría ser probada en estudios posteriores por la empresa una vez aplicado el modelo ServQual; considerando como variable independiente la calidad del servicio y como variable dependiente la rentabilidad de la empresa, para medir la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio de transporte terrestre que se brinda desde Huaquillas a Guayaquil o viceversa.

Meza (2017) en su trabajo de investigación denominado Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. municipio Valencia, estado Carabobo, tesis que para obtener el título en Gerencia de Calidad y Productividad en la Universidad de Carabobo, Venezuela, teniendo como objetivo general: Diseñar un programa de mejoramiento continuo en la calidad del servicio en la empresa de Transporte de carga Aresan, C.A. Municipio Valencia, Estado Carabobo, empleó la metodología el método se describe el tipo y diseño de la investigación, al igual que las fases metodológicas a cumplir en este estudio, las cuales están comprendidas por el diagnóstico de la satisfacción del usuario, la presentación del estudio de factibilidad y la elaboración del programa de mejoramiento continuo de la calidad, los principales resultados y conclusiones fueron que en el ítem 8 el 86% estuvo de acuerdo en que la rapidez del servicio debe ser excelente; en el 9, un 86% en que corresponde comunicar los plazos mínimos para la resolución de los trámites

y/o prestación del servicio; en el 10, un 86%, expresa que los canales de información del servicio a utilizar se obligan a ser adecuados, en el 11, un 86% manifiesta que debe existir facilidad para realizar los trámites, en el 12, un 86%, expresa que estos tienen que ser rápidos, en el 13, el 100% manifestó que los recursos deben adecuarse a la prestación de los servicios y en el 14, el 100%, en que conviene dar respuestas a las quejas y sugerencias, y concluyo que existe entre los empleados y trabajadores un descontento y un malestar generalizado. Por la forma como se llevan a cabo los programas de mejoramiento en la flota de vehículos en el Transporte de Carga Aresan, C.A. En cuanto a las condiciones ambientales y físico de la empresa para la prestación de la calidad de servicio, no son de las mejores. No se observan ningún tipo de cambios y de transformaciones. Por otro lado, existen un sin número de quejas y reclamos por parte de los clientes (choferes) en cuanto a la calidad de servicio que se viene prestando por el transporte, debido a la cantidad de demoras, retrasos, en la entrega de productos y bienes manufacturados. En cuanto al personal, en su mayoría no cuenta con la capacitación y el entrenamiento para llevar a cabo las funciones asignadas. Con frecuencia existe una alta rotación del personal y en algunos casos son trabajadores a destajo. Con respecto a la infraestructura y a la planta física es casi nula, es decir, que cuando hay periodos de lluvia, los trabajadores no pueden ejecutar ningún tipo de actividades o labores de arreglo y mantenimiento de la flota de vehículos. Igualmente, se carece de equipos, mobiliario, herramientas necesarias que les permitan encarar y enfrentar las fallas y reparaciones de los vehículos por el normal, desenvolvimiento sus servicios y tareas que deben ejecutar. En la mayoría de los casos tienen que estar solicitando préstamos de equipos y herramientas a terceros, además de contratar equipos para resolver los problemas de mantenimiento de los vehículos de carga.

Modesto (2017) en su trabajo de investigación denominada Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional SAC – Huánuco. 2017, tesis para optar el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de HUANUCO, quien tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, 2017. La metodología que empleó cuantitativa, con el diseño transaccional – correlacional. El objetivo principal es determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC – Huánuco. 2017, los principales resultados y conclusiones fueron que el 29% ha indicado que, si atiende con rapidez a los clientes que vienen adquirir un servicio de la empresa, 62% dice que no dan seguridad a los clientes, el 46% ha señalado que los bienes de la empresa se encuentran en un buen estado y ayudan a dar un buen servicio de calidad, el 44% ha señalado que la empresa cuenta con un buen ambiente para atención al público, el 54% que no inspiran confianza porque los clientes vienen estresados renegando, el 54% del entrevistado dijo que sí cumple con las expectativas de los clientes, y concluyo que la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, los resultados muestran que la percepción de los clientes respecto a la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción que obtienen, por tanto, cualquier actividad que mejore la prestación del servicio se relacionara con una mejora en la satisfacción de los clientes. Se determinó la relación entre la atención de calidad y el valor percibido en la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, la

atención, el trato y la amabilidad con la cual los trabajadores atienden al cliente determinara el valor que estos perciban (grado de satisfacción o sensación que el cliente se forma durante y después de la prestación del servicio). Se analizó la relación significativa entre la Infraestructura y la capacitación en la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, 2017. Un ambiente adecuado depende en gran medida de la administración del lugar de trabajo por parte de los trabajadores, según los resultados de la investigación se muestran ciertas deficiencias en actividades en tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de equipaje. Se demostró la relación entre la motivación y la inducción en la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, 2017. Los esfuerzos o actividades que se hagan por mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores inciden en el desempeño laboral de los empleados.

Luna (2019) en su trabajo de investigación titulada Gestión de alquiler de líneas de transporte y satisfacción en transportistas de Sisa Tours S.A.C, provincia de El Dorado, 2018, tesis para optar el título de Maestría en Administración en la Universidad Cesar Vallejo, en la ciudad de Dorado, quien tuvo como objetivo general: Establecer la relación entre la gestión de alquiler de líneas de transporte y la satisfacción en transportistas de Sisa Tours S.A.C, provincia de El Dorado, 2018, empleó la metodología de investigación del tipo no experimental, descriptivo correlacional, se basó para recaudar la información con una encuesta aplicada a 75 transportistas, los principales resultados y conclusiones fueron que el nivel de gestión de alquileres en la empresa de Transportes Sisa Tours S.A.C., provincia de El Dorado. El 43% de encuestados indicaron que es “regular”, el nivel de las dimensiones de la variable gestión de alquileres en la empresa de Transportes Sisa Tours S.A.C.,

provincia de El Dorado. En cuanto a la dimensión de planeación el 36% indicaron que es Malo Regular Bueno 33 “regular y bueno”, el nivel de satisfacción de transportistas en la empresa de Transportes Sisa Tours S.A.C., provincia de El Dorado. El 40% de encuestados indicaron que es “medio”, y concluyo que de la variable satisfacción de transportistas en la empresa de Transportes Sisa Tours S.A.C., provincia de El Dorado. El 40% de encuestados indicaron que es “medio”, el 31% indicaron que es “alto” y el 29% indicaron que es “bajo”, a su vez se realizaron análisis en cada una de sus dimensiones, tal es el caso de la dimensión de factores higiénicos indicaron que es “bajo” en un 41%, en un 32% indicaron que es alto y solo un 27% indicaron que es “medio”, a su vez en la dimensión de factores motivacionales, indicaron que es “medio en un 48%, el 29% indicaron que es “alto, mientras que solo el 23% indicaron que es “bajo”.

Díaz & Sánchez (2017) en su trabajo de investigación denominada Calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C Chiclayo -2016, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Señor de Sipan, en la ciudad de Chiclayo, quien tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C Chiclayo – 2016. La metodología que empleó fue tipo de investigación correlacional con enfoque cuantitativo, tipo no experimental transeccional correlaciona, los principales resultados y conclusiones fueron que si la empresa dispone de tecnología adecuada para brindar el servicio el 53.3% está de acuerdo, los clientes tiene apariencia impecable para atender a los usuarios el porcentaje mayor con un 59.4% respondió estar de acuerdo, la empresa cuenta con elementos visualmente atractivos el 57.3%

reflejo estar de acuerdo, los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los clientes el 43.8% están de acuerdo, el 43.8% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo que los empleados ofrezcan un servicio rápido y eficiente, y concluyo que nivel de satisfacción que existe de los clientes para con el servicio brindado se pudo determinar que la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C cuenta con un grado aceptable en cuanto a satisfacción por partes de los clientes que solicitan día a día los servicios de transportes viéndose reflejado en las dimensiones tomadas en cuenta para esta variable, siendo la dimensión de “seguridad” en la que los clientes se encuentran más conformes arrojando un porcentaje general de aceptación de 97.95% , seguido de la dimensión de “servicio” con 68.21% y la dimensión “precio” que resulto con un 66%, de lo cual podemos evidenciar que si bien es cierto la empresa muestra índices positivos de satisfacción usuaria aún hay aspectos que se pueden mejorar dentro de los procesos del servicio que se brinda para lograr una mayor y mejor satisfacción dentro del servicio del rubro de transporte. Del tercer objetivo planteado respecto al nivel de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, teniendo como referente los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a lo clientes en la empresa de transporte Ángel Divino S.A.C se pudo determinar una buena aceptación del servicio que se ve reflejada en la satisfacción de sus clientes concluyendo que si existe relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción al cliente dentro de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C. Por lo tanto, respecto al objetivo general planteado se concluyó que existe una correcta relación respecto a la calidad del servicio que viene brindando la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C hacia sus clientes los cuales se ven reflejados mediante la satisfacción de los mismos a través del servicio adquirido aceptándose así

la hipótesis alternativa H1 y rechazándose la hipótesis nula H0 establecidas anteriormente.

Novoa & Regalado (2017) en su trabajo de investigación denominado Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Nacional de Piura, en la ciudad de PIURA, el cual tuvo como objetivo general: Analizar la relación que existe entre el clima laboral y la satisfacción de los clientes en la empresa Oltursa para las ciudades de Piura y Chiclayo, empleo la metodología de la investigación de un enfoque cuantitativo y cualitativo, el enfoque cuantitativo, investigación descriptiva los principales resultados y conclusiones fueron que el coeficiente encontrado es excelente (0,816), lo cual indica que se está midiendo de manera correcta Elementos Tangibles, una media de 3,85 que indica, de acuerdo al baremo propuesto, que los clientes de Oltursa están satisfechos con las instalaciones físicas, equipos empleados y personal asociado al servicio, el ítem con la menor brecha es el referido a lo moderno de los buses, ya que su valor es de -0.98, la más próxima a cero de todas, el coeficiente encontrado es adecuado (0.689), lo cual indica que se está midiendo de manera correcta la dimensión Seguridad, una media de 3,96 que indica, de acuerdo al baremo propuesto, que los clientes de Oltursa están satisfechos con las políticas de seguridad que ofrece la empresa, y concluyo que la dimensión de satisfacción de clientes que más contribuye a que los usuarios de la empresa Oltursa se sientan satisfechos con el servicio que ofrece es la Seguridad con un promedio de 3.96, seguido de la Fiabilidad (3.87). Lo que significa que la propuesta de valor que el cliente aprecia está enfocada en el conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para

transmitir confianza al cliente. Asimismo, se valora la habilidad de prestar el servicio tal como se ha prometido con error cero con eficiencia y eficacia. Los clientes de Chiclayo son los que mejor nivel de satisfacción muestran, en todas las dimensiones. Es importante mencionar, que en la totalidad de la muestra de cliente ninguno dio a conocer insatisfacción en el servicio, por lo que se concluye que el servicio que ofrece la empresa es bueno.

Lopez (2017) en su trabajo de investigación denominado Caracterización de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente del banco de crédito del Perú – agencia Tambogrande – Piura – 2017, tesis para optar el título de Licenciada en Ciencias Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad del servicio y satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – Agencia Tambo Grande – Piura – 2017, empleó la metodología en la investigación es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativa y diseño no experimental- transversal, se desarrolló teniendo como muestra aleatoria simple a 96 clientes y se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que el 26% de los encuestados señala que está muy satisfecho con la experiencia dentro de la agencia BCP Tambo Grande, el 49% de los encuestados dijo que estaba de acuerdo en volver a visitar la agencia BCP Tambo Grande, 45.8% sustentada en la evaluación de la percepción de la calidad de los servicios; con respecto a las dimensiones y sus elementos encontramos que aspectos tangibles 46.5%, confiabilidad 42.0%, respuesta rápida 55.3%, seguridad 63.4%, empatía 73.5%, por lo tanto se puede definir que el grado de satisfacción por los usuarios del hospital regional es relativamente poco satisfactorio por lo que se recomienda un plan de

mejora para lograr la satisfacción del cliente, y concluyo que los clientes se encuentran satisfechos teniendo como resultado que el nivel de satisfacción del cliente en la Agencia BCP Tambo Grande es de nivel medio.

Panta (2019) en su trabajo de investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de Sullana año 2018, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, quien tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de Sullana año 2018. Es una investigación Método fue tipo descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas. La población en la variable gestión de calidad y satisfacción al cliente es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables, los principales resultados y conclusiones fueron que el 91% de clientes encuestados considera que las empresas nunca utilizan representaciones gráficas para los eventos que ocurre en los distintos procesos, el 95% de clientes encuestados considera que la atención brindada en el laboratorio clínico donde se atendió nunca le impactaron significativamente en la calidad de servicio, y concluyo que los elementos que conforman la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico es: niveles de satisfacción: porque se siente satisfecho con la atención brindada por parte del personal; expectativa: porque cumple con todas las

normas de habilitación requeridas por la ley; rendimiento percibido: porque el software para gestión y control de los procesos del Laboratorio de Análisis Clínicos proporciona gran rendimiento y disponibilidad de datos, además cumple y supera sus expectativas de los clientes. Los indicadores que se establecen para la satisfacción al cliente y que identifican los propietarios de los laboratorios de análisis clínico son: defecto: porque cuando entregan los resultados presentan errores respecto al valor de referencia; grado de fidelización: porque los clientes siempre acuden al mismo laboratorio para realizarse un análisis, aunque alguna vez han realizado un reclamo por un examen mal elaborado, por otro lado nunca se les ha realizado encuestas contextuales con la finalidad de mejorar los niveles de satisfacción y lealtad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Concepto de gestión de calidad

Para, González (2017) la gestión de calidad es aquel método o procedimiento que las empresas realizan con el objetivo de lograr optimizar sus bienes y servicios. Asimismo, tiene como principio, lograr la satisfacción del cliente, y a que si hay un cliente complacido es seguro que sea fiel a la marca. Por otro lado, existen distintas maneras para desarrollar una buena gestión de la calidad; lo primero que debe hacerse es identificar las necesidades de los clientes y a partir de ello poder satisfacer sus necesidades como se debe. Y si se quiere realizar algo, algún cambio dentro de los procesos, primero se debe averiguar si eso va a satisfacer al cliente, de lo contrario lo perderán para siempre.

Un Sistema de Gestión de Calidad es un medio por el cual la empresa puede planificar, llevar a cabo lo planificado y mantener un control sobre las actividades que se realizan al interior de la empresa. Todo ello se realiza con el fin de obtener buenos resultados y ofrecer un servicio de calidad que agrade al cliente, y a partir de ello lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Ucha (2016) define la gestión de calidad, que también es conocido como sistema de gestión de la calidad, como un grupo de normas a las que están sometidas algunas empresas, con la finalidad de lograr altos niveles de calidad en sus productos o servicios. Entre dichas normas, destacan las siguientes: contar con una estructura organizacional, en donde se organizan los puestos de trabajo, desde los gerentes hasta los empleados, también es necesario agruparlos según las responsabilidades que

tienen, de esa manera se tendrá un control de la organización y la empresa podrá cumplir con sus objetivos de una manera eficiente y eficaz.

Por tanto, la gestión de la Calidad es el conjunto de actividades bien planificadas y organizadas que sirven para garantizar la calidad total de un producto o servicio. Los grandes compradores se han dado cuenta de la importancia de la calidad, por ello piden a sus proveedores que informaran de todos los aspectos de la empresa que pueden afectar o beneficiar a la calidad del producto que se les ofrecía.

Además, Uribe (2011) explica que el sistema de gestión de calidad se encarga de organizar todos los procesos y recursos con el objetivo de mejorar la calidad de todo lo que ofrece una empresa. Es muy importante que se ofrezcan productos o servicios de calidad, ya que esto va a satisfacer al cliente, y es más que seguro que va a realizar más compras en el mismo lugar, lo que significa más ingresos económicos, fidelización del cliente, etc. A partir de ello, se puede decir que un sistema de gestión de calidad es una herramienta con la que los procesos empresariales se realizarán adecuadamente, logrando altos niveles de calidad.

Entonces las empresas que implementan un sistema de gestión de calidad ponen al cliente como elemento principal, al que deben satisfacer, pues es el cliente la base de su negocio, asimismo, los trabajadores se comprometen con la empresa y utilizan sus habilidades para cumplir con los objetivos comunes; en uno de ellos es lograr altos niveles de calidad para complacer al cliente. Por otro lado, se habla de que el implementar dicho sistema implica gastos, tanto de dinero como de tiempo, sin embargo, con la puesta en marcha se verán grandes resultados que beneficiarán a la compañía.

Por lo tanto, Pozo (2012) explica que para que un sistema de gestión de calidad contribuya a mejorar la productividad de la empresa, es necesario planificar, establecer objetivos, y ver cuál es la mejor manera de cumplirlos, pero para ello se debe poner siempre al cliente en primer lugar, y haciendo todo lo posible para mantenerlo satisfecho. Además, es importante que se sigan y cumplan las normas de la política de calidad para poder obtener resultados eficaces y eficientes. De igual manera, el sistema de gestión de calidad previene defectos de calidad del producto mejorando los productos y servicios.

2.2.1.2. elementos de la gestión de calidad

Para, Cuatrecasas (2011) define un Sistema de Gestión de la Calidad es aquel que contribuye a que los procesos que desarrolla una empresa se lleven a cabo de la mejor manera posible, para asegurar la satisfacción del cliente y menos costos para la calidad. En otras palabras, un Sistema de Gestión de la Calidad es un conjunto de acciones bien organizadas que se realizan sobre un conjunto de elementos para obtener altos niveles de calidad a través de la mejora continua de todos los procesos con el fin de satisfacer al cliente y alcanzar las metas propuestas por la organización.

Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad trae grandes beneficios, pero para un buen desarrollo del mismo, se deben tomar en cuenta los siguientes elementos de Gestión de la Calidad, éstos son:

Estrategias: Es necesario definir y establecer objetivos, y de esa manera establecer métodos que se usaran para cumplir las metas que han sido trazadas anteriormente, además la empresa debe tomar en cuenta que las estrategias que lleve a cabo deben estar enfocadas en lograr la satisfacción del cliente. (Cortes, 2017)

Sin embargo, una estrategia bien estructurada, permite el buen desarrollo de los sistemas de gestión. Pero, también existen algunas pautas para lograr el desarrollo de dicho sistema, por ejemplo: La persona que es la encargada de dirigir este sistema debe estar muy bien capacitada, sobre todos, para lograr los objetivos que se han establecido anteriormente, también debe existir una adecuada planeación y organización que es la base de todo sistema de gestión de calidad. (Balague & Jaarmo, 2014)

Procesos: Es un elemento clave de los sistemas de gestión de calidad, pues sin los procesos no se obtiene nada. Por ello, se necesita identificar, estudiar y llevar a cabo los procesos adecuados que se necesitan para la realización del producto o servicio, y al mismo tiempo, los procesos deben ir de acuerdo a los objetivos planteados, es decir que todos los procedimientos que se realicen permitan alcanzar las metas propuestas. También se deben definir las actividades a realizar (planificación) y supervisar dichas actividades y de esa manera lograr la eficacia de los procesos. (Cuatrecasas, 2011)

Un proceso es un conjunto de acciones que están relacionadas entre sí, para cumplir con un objetivo en común, que es la elaboración de bienes o servicios. Los procesos o procedimientos convierten los elementos de entrada en productos, pero para

ello se necesita de recursos, pues un proceso no puede llevarse a cabo sin los recursos necesarios y adecuados. (Cortes, 2017)

Recursos: Para la realización de los procesos se necesita de recursos, los cuales se deben definir con anticipación. Un recurso es: el personal de trabajo, las herramientas que se utilizarán, los medios, el ambiente de trabajo, el dinero que se necesitará para apoyar las actividades de la calidad, etc. (Balague & Jaarmo, 2014)

Estructura Organizacional: Organizar a los trabajadores según sus responsabilidades, desde aquellos que dirigen la empresa, hasta los empleados. Es necesario que cada uno conozca cuál es su obligación y de esa manera pueda cumplirla y así poder lograr los objetivos comunes de la empresa. (Cortes, 2017)

La Estructura Organizacional se basa en agrupar a cada trabajador según sus responsabilidades para así poder lograr los objetivos comunes de manera eficaz y eficiente. (Balague & Jaarmo, 2014)

Documentos: Para llevar a cabo una adecuada operación, es importante establecer todo tipo de documentación y de esa manera lograr que la empresa sea más eficiente en todos sus ámbitos. (Cuatrecasas, 2011)

Los documentos de Gestión empresarial son medios con los cuales las empresas pueden controlar la calidad en todos los ámbitos de la organización, además puede realizar sus operaciones de manera adecuada y para así poder cumplir sus objetivos. (Cortes, 2017)

2.2.1.3. Beneficios de la gestión de calidad

Para, Pardo & Calso (2018) actualmente, se puede observar que existe gran competencia empresarial, entonces las personas tienen más opciones de lugares en el que pueden adquirir sus productos o servicios. En este caso, los sistemas de gestión de calidad juegan un papel muy importante, pues van hacia la mejora continua de los distintos procesos con el fin de lograr la satisfacción y fidelidad del cliente y a la vez, poder sobresalir entre la competencia.

Flamarique (2018) indica que se trata de lograr el éxito a través de un sistema de gestión de calidad que evitan problemas de improvisación, pues estos sistemas planifican todas las actividades a realizar por la empresa. El objetivo es lograr altos niveles de calidad en todos los productos y servicios. Ahora bien, la implantación de un sistema de gestión de calidad trae muchos beneficios, entre ellos tenemos:

Mejora de la satisfacción del cliente. Los sistemas de gestión de calidad se enfocan en la satisfacción del cliente, por ello cuando las empresas cuentan con ese sistema realizan diversas actividades tomando en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes, para cumplirlas e incluso sobrepasarlas y así poder ofrecer al cliente un servicio o producto que le traerá mucha satisfacción. (Montes, 2017)

Además, menciona que un sistema de gestión de calidad no es para sobresalir y mejorar la imagen de la organización, pues hoy en día muchas empresas cuentan con este sistema tan beneficioso, la cuestión está que, si no se cuenta con dicho sistema, se

pierde la calidad de imagen y eso traería muchos inconvenientes para la compañía.
(Pardo & Calso, 2018)

Homogeneización de los productos o servicios. Si una empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad, eso quiere decir que está obligada a cumplir con las normas que dicho sistema establezca. Entre esas normas se tiene la que dice que es necesario planificar y supervisar los distintos procesos realizados por la empresa, con el fin de obtener resultados de mayor calidad establece y a la vez obtener una producción uniforme y estable. (Flamarique, 2018)

Por lo tanto, el sistema obliga a llevar a cabo un proceso de la manera más adecuada y de esa manera obtener productos o servicios estables en calidad a lo largo del tiempo. También el Sistema de Gestión de Calidad brinda los medios y recursos necesarios para analizar los procesos a realizar y mejorarlos continuamente. Por eso es necesario identificar los procesos y de esa manera poder tener un control sobre ellos para obtener resultados beneficiosos. (Montes, 2017)

Aumento de la eficiencia y reducción de costes. Gracias a un sistema de gestión de calidad, se puede identificar cual es el mejor proceso para llevar a cabo la elaboración de un producto o servicio, la empresa, gracias a un proceso bien planificado, ya no realizará pasos innecesarios que antes les costaba tiempo, además le permitirá saber en qué áreas necesitan mejorar y a la vez evitar errores en la elaboración del producto o prestación del servicio, obteniendo así los resultados que se esperaban y el ahorro en costes innecesarios. (Pardo & Calso, 2018)

Asimismo, como se ha mencionado anteriormente, es necesario definir todos los procesos a realizar, pues de esa manera se podrá planificar y a partir de ello, realizar las cosas de manera óptima y rápida eliminando cualquier tipo de error mientras se llevan a cabo los distintos procesos. (Flamarique, 2018)

Incremento de la rentabilidad económica. Un buen sistema de gestión de calidad se caracteriza por lograr complacer al cliente sin gastar tanto dinero, ni tanto tiempo. Si se logra la satisfacción de un cliente, es más seguro que éste vuelva a realizar compras en el establecimiento, lo cual significa más ganancias que benefician grandemente a la empresa. (Montes, 2017)

Por consiguiente, Pardo & Calso (2018), como se sabe, el cliente es la base de todo negocio, por lo que las empresas u organizaciones buscan lograr su satisfacción al máximo; cosa que se hace realidad, pues se les ofrece lo mejor en productos y servicios de calidad que lo mantienen satisfecho y hacen que el cliente vuelva a hacer uso de los servicios.

Potenciación de la imagen positiva de la empresa. Un sistema de gestión de calidad siempre va a traer grandes beneficios, entre ellos está, el hecho de que, si una empresa ofrece un producto o servicio con altos niveles de calidad, entonces los clientes van a realizar buenos comentarios sobre dicha empresa. A partir de ello, se puede decir que el contar con dicho sistema mejora la reputación de la empresa, haciendo que más personas accedan a realizar compras dentro de ella. (Flamarique, 2018)

También, menciona que el Sistema de Gestión de Calidad establece que cada cierto tiempo, reunamos datos, los analicemos y saquemos conclusiones. Pero para realizar esta actividad, deben hacerla todos juntos, los jefes también deben involucrar a los empleados para que ellos se sientan integrados y puedan opinar sobre los datos obtenidos. Pero te preguntarás por qué se habla de los empleados, bueno la respuesta es que, si primero no se logra la satisfacción del empleado, este no hará su trabajo como se debe y no se podrá complacer a los clientes. (Montes, 2017)

Impulso de la motivación de los trabajadores. Es muy importante involucrar a los empleados en el análisis de datos y procesos, pues así ellos pueden colaborar opinando, además si se les involucra van a sentir que se les toma en cuenta y también estarán más motivados; de esa manera se lograra que los trabajadores se comprometan con la empresa y con el cumplimiento de los objetivos comunes. Además, al conocer en todo momento cómo deben llevar a cabo el trabajo y qué se espera de ellos, les permitirá conseguir los resultados esperados, incrementando su satisfacción. (Pardo & Calso, 2018)

Y es necesario que a la hora que se vayan a recopilar los datos mencionados anteriormente, se realice una reunión, a la que puedan asistir todos los miembros de la empresa para exponer todos los datos obtenidos, también para dar a conocer los distintos errores que se han cometido y de esa manera evitar cometerlos nuevamente. (Flamarique, 2018)

Crecimiento de la coordinación interdepartamental. Dado que cada área tiene bien especificada cuál es su responsabilidad u obligación dentro de los procedimientos, la relación entre las distintas áreas o sectores se realiza rápidamente y se simplifica, mejorando la producción final de la empresa. (Montes, 2017)

Además, el crecimiento de la coordinación interdepartamental se basa también en realizar reuniones, especificando el día, la fecha, la hora y el lugar donde se va a realizar, de manera que los que han sido llamados para asistir a dicha reunión, reúnan información importante que crean conveniente para decirla en la reunión. (Pardo & Calso, 2018)

2.2.2. Satisfacción al cliente

2.2.2.1. Concepto de satisfacción al cliente

Para, Chávez (2011) menciona es necesario brindar productos o servicios de calidad para poder obtener altos niveles de satisfacción por parte de los clientes. Pues si un cliente percibe la calidad que se le ofrece es más que seguro que va a preferir comprar en la empresa. Por otro lado, se puede decir que el cliente es la base de todo negocio, por lo que las empresas deben procurar lograr y mantener su satisfacción. Actualmente con clientes cada vez más exigentes y cambiantes, se realizan distintos procesos con el fin de complacerlos. Asimismo, para que las empresas puedan complacer totalmente a un cliente, es necesario que se identifiquen sus necesidades y se conozcan sus expectativas, y en base a ello, poder realizar el proceso.

La satisfacción del cliente es uno de los aspectos más analizados en el marketing, puesto que al analizar y medir la satisfacción del cliente se puede saber si la empresa está cumpliendo con sus objetivos y si no es así, pues necesitan mejorar en eso. La satisfacción del cliente se obtiene, cuando el mismo, hace una comparación sobre el producto que obtiene y sobre las expectativas que tenía. Es aquí donde se podrá saber que tan bien la empresa está logrando sus objetivos, y en caso de que el cliente presente quejas sobre lo obtenido, eso quiere decir que no está satisfecho y se debe solucionar tal situación lo antes posible. Aunque también hay casos en que los clientes no presentan sus quejas, simplemente callan y no vuelven nunca más a dicha empresa.

Por consiguiente, Ruiz (2015) define la satisfacción del cliente como el estado de ánimo que presenta una persona al comparar el producto recibido y las expectativas que tenía de este.

Asimismo, Gosso (2014) define la satisfacción del cliente como aquella emoción que siente al haber obtenido un producto o servicio que va acorde con las expectativas que tenía. Pero en caso de que el cliente no muestre signos de satisfacción, eso quiere decir que la empresa no ha cumplido con su objetivo, y en este caso, la empresa tiene hacerse cargo de todos los gastos relacionados con volver a prestar el servicio, pero esta vez con altos niveles de calidad que complazcan al cliente.

Si la empresa quiere complacer a un cliente, lo que necesita es que lo que se le ofrece, ya sea un producto o servicio, sea de alta calidad, y cumplan con sus expectativas. El termino satisfacción hace referencia al estado de ánimo, ya sea de satisfacción o decepción que tiene una persona al comparar lo recibido con las

expectativas que tenía. La satisfacción del cliente es aquello que se obtiene después de analizar y evaluar lo que ha percibido de un producto y lo que esperaba.

2.2.2.2. Beneficios de la satisfacción del cliente

Para Rurz (2015), la satisfacción del cliente es fundamental si una empresa desea desarrollarse y alcanzar el éxito. Por esa razón, al realizar los procesos de elaboración de un producto o prestación de un servicio, es necesario que se tomen en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes, para cumplirlas e incluso sobrepasarlas, para que cuando el cliente obtenga el resultado final, se sienta altamente satisfecho, lo que hace posible la fidelización del cliente para con la empresa, y también te recomendarán

En la actualidad, lograr satisfacción del cliente es un aspecto en el que todas las empresas u organizaciones deberían estar enfocadas, pues al ofrecer productos que complacen a los clientes, se puede lograr su fidelización, por ende, se ganan un lugar en la mente de los clientes del mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho al cliente es muy importante y es un aspecto que han cumplido muchas empresas que hoy están en la cima del éxito. Lograr la satisfacción de un cliente trae muchos beneficios, que se resumen en tres, los cuales nos informan la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- **La compra repetitiva.** Este es uno de los que más beneficia a una empresa, pues si se logra la satisfacción del cliente, es muy seguro que el consumidor vuelva a realizar más compras en el mismo lugar, esto se traduce en más ventas y mayores ingresos económicos para la empresa, asimismo, se logra la fidelización del cliente, que también es de mucho beneficio para la organización. (Suárez, 2015)

El cliente satisfecho, generalmente opta por realizar compras en el mismo lugar pues desea volver a sentir aquella sensación de placer y de satisfacción por obtener el producto deseado. Por tanto, la empresa, al mismo tiempo, logra la fidelidad del cliente para con la empresa. (Goodman, 2014)

Un cliente satisfecho siempre será fiel a la empresa, pues como ya se sintió satisfecho una vez, sabe que lo volverá a sentir y entonces hace uso de tus servicios y compra dentro de tu local constantemente. Es importante resaltar que lograr un cliente nuevo cuesta más que mantener a un cliente antiguo (Rurz, 2015)

- **El boca a boca.** Un cliente satisfecho siempre va a buscar a alguien para contarles su agradable experiencia, por lo que va y les habla sobre su experiencia a tres o cuatro personas que son cercanas a él y la incentiva a acudir al lugar en donde obtuvo dicha satisfacción. Claramente esto se traduce como un beneficio de promoción sin costo alguno. (Suárez, 2015)

El cliente satisfecho habla de su agradable experiencia a otros, de tal modo, se puede decir que el cliente satisfecho está prácticamente promocionando los productos de la empresa donde se sintió complacido; y todo ello, es de beneficio para la compañía. (Goodman, 2014)

Los clientes que se encuentran altamente complacidos generalmente cuentan a personas cercanas a ellos, su experiencia. Prácticamente se convierten en embajadores de la marca pues van promocionando los productos y servicios de la empresa. (Rurz, 2015)

- **Posicionamiento.** Cuando un cliente se encuentra satisfecho por lo que le ha ofrecido una empresa, va a ser fiel a la misma, y ya no acudirá a la competencia. Además, con un cliente satisfecho, se podría asegurarles más ventas, y también lo que ya se ha mencionado anteriormente, se puede asegurarles que los clientes satisfechos nos promocionarán y así se conseguirá nuevos clientes y una participación en el mercado.(Suárez, 2015)

El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por lo que la organización se beneficia obteniendo un posicionamiento en el mercado.(Goodman, 2014)

Si se logra satisfacer al cliente, al mismo tiempo se logra que el cliente sea fiel a la empresa, eso quiere decir que ya no acudirá a la competencia, es más, la eliminará por completo de su mente. De esa manera el negocio tendrá mayor participación de mercado, es decir un posicionamiento. (Rurz, 2015)

2.2.2.3.Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente

Por consiguiente, Díaz (2014) menciona que siempre va a ser mejor aumentar satisfacción de cliente antiguos que buscar conseguir clientes nuevos, por eso es importante buscar la manera adecuada de satisfacer aún más a los clientes ya existentes y después buscar la manera de captar más clientes.

Como se ha dicho antes, los clientes son la base de todo negocio, por eso las empresas buscan captar más clientes y obtener beneficios, pero hay que tomar en cuenta a los clientes existentes, pues es a ellos a quienes se les debe ofrecer mayor atención, y a los que se debe aumentar su satisfacción para que sigan siendo fieles a la empresa, porque de nada sirve captar más clientes si los antiguos se van a ir por no recibir la atención que merecen. A continuación, se muestra algunas estrategias para mejorar la satisfacción del cliente:

Analiza los distintos tipos de clientes: Todos tus clientes necesitan ser comprendidos, por lo que se ha buscado una forma de entenderlos mejor, que es agruparlos en clientes fieles, clientes que no son constantes, y clientes no activos, entre otros. Después de agruparlos, será más fácil para la empresa conocer sus necesidades y expectativas y a partir de ello satisfacerlos como desean. (Rubio & Macías, 2013)

Asimismo, dará a tus representantes de ventas y servicio al cliente con los datos y ejemplos claros que pueden usar para enseñarles cómo tus productos y servicios pueden satisfacer las necesidades de tal industria y de cada cliente. (López, 2014)

Mide el desempeño del servicio: Esta estrategia es muy importante para poder saber si los clientes reciben la calidad de servicio adecuada. Además, esto ayuda a saber si la empresa está o no cumpliendo con sus objetivos, y si no es así pues hacer todo lo posible para mejorar tal situación. (Díaz, 2014)

Esto hace referencia a la medición de los niveles de calidad que cada cliente percibe. Esto no es tarea fácil, además no se puede complacer siempre a todos los clientes, pero la empresa que busca el éxito busca y hace todo lo está bajo las manos para eliminar o mejorar las malas percepciones del cliente para con la empresa. (Rubio & Macías, 2013)

Cumple los compromisos, tanto los implícitos como los explícitos: Para que un cliente sea fiel al cien por ciento a una empresa, lo primero que debe hacer la organización es cumplir con todas las promesas que haya podido hacerles a los clientes, de lo contrario, si no lo hace, los clientes los cambiarán y acudirán a la competencia. (López, 2014)

Fomenta la participación del cliente: La intervención de los clientes, constantemente hace referencia a nada más que lograr que los clientes encarguen más trabajos. Esto genera ahorros económicos que generalmente se comparten con los clientes y

contribuye a una buena relación entre el cliente y la empresa. Si una relación es agradable para el cliente, la clama por lo general se mantiene (Rubio & Macías, 2013)

Pero si un cliente invierte en ti, la relación es más segura durante un tiempo. Sin embargo, los clientes, constantemente están emocionados y motivados a intervenir en el proceso de servicio al cliente, y suele identificarse con los proveedores en acuerdos asociados. Esto aumenta la posibilidad de retener a un cliente. (López, 2014)

Crea un plan de recuperación de desastres: Muchas veces dentro de los procesos surgen algunos inconvenientes que afectan emocionalmente a los clientes, pues se sienten demasiado frustrados porque no obtienen lo que pidieron, por esa razón, es importante contar con un plan de recuperación de desastres para retener a los clientes. (Díaz, 2014)

Es muy importante brindarles a los clientes lo que requieren, ya sea un servicio o producto de calidad o un poco de ayuda cuando lo necesiten, de lo contrario, si no puedes ayudarles, ellos buscarán apoyo y ayuda en la competencia. (Rubio & Macías, 2013)

Procura tener tiempos de respuesta rápidos: En algunas ocasiones, los clientes acuden hacia a ti para hacer una queja, realizar un reclamo, expresar sus inquietudes, o en todo caso, acuden a ti para que los ayudes a solucionar un determinado problema, y es aquí donde el cliente busca que tú le atiendas y puedas solucionar sus problemas rápidamente. (López, 2014)

Ofrece un servicio de características únicas: Si buscas sobresalir entre la competencia, es necesario que inviertas en ofrecer un servicio innovador que atraiga a los clientes. Si ofreces productos o servicios que nadie más brinda, tus clientes no tendrán otras opciones para comprar lo que necesitan. Por ello, tienes que esforzarte y mejorar continuamente tus productos o servicios para ofrecer algo que la competencia no puede dar. (Díaz, 2014)

Capacita al personal de servicio al cliente: Se tiene que capacitar al personal adecuadamente. Hoy en día, algunas empresas han optado por entrenar para que capten los comentarios de los clientes y de esa manera saber si el cliente está satisfecho o no con los productos o servicios que le ofrece la empresa. (Rubio & Macías, 2013)

Es necesario capacitar a los empleados, para que cuando un cliente tenga alguna duda, queja o reclamo que hacer, el personal pueda atenderlo de manera eficiente y efectiva. Formar al personal de servicio para que conozca todo sobre el producto o servicio que ofrece la empresa en donde laboran, les es de mucha ayuda para cuando reciben llamadas por parte de los clientes haciendo algún reclamo o exponiendo alguna duda, pues al estar bien capacitado, el empleado interviene y responde profesionalmente con el fin de lograr la satisfacción del cliente. (López, 2014)

Automatiza el extremo inferior, personalizar el extremo superior: Esta estrategia fundamental con la cual se puede retener a los clientes, pues esta estrategia, permite

aplicar maquinas o procesos a las tareas de ventas, servicio al cliente y marketing, haciendo posible que haya más tiempo para llamar a los clientes. (Díaz, 2014)

Conoce a tus clientes: Si te enfocas en conocer las necesidades, expectativas y gustos de los clientes, ten por seguro que los podrás satisfacer grandemente. Pues al conocer cuáles son sus necesidades puedes brindarles lo que realmente necesitan y no lo que ellos piensan que quieren. (Rubio & Macías, 2013)

Haz un seguimiento de los nuevos clientes: Esta es una estrategia que todas las empresas deben seguir, pero, especialmente, esta estrategia debe ser cumplida por empresas de comercio electrónico. Haz un seguimiento de los nuevos clientes para crear una relación confiable y leal entre ambos. (López, 2014)

Sin embargo, no siempre se puede realizar dicho seguimiento, pero puedes establecer un valor de dinero y realizar el seguimiento de todos los nuevos clientes que gastan más de la cantidad establecida. Esto es muy fácil de usar en línea. (Díaz, 2014)

III. Hipótesis

En los estudios cuyo enunciado no es una proposición, es imposible plantear una hipótesis. Por lo tanto, esta investigación no tiene hipótesis ya que es una investigación de tipo descriptivo y estará sujeta a los resultados, según (Asti, 2015)

IV. Metodología de la investigación

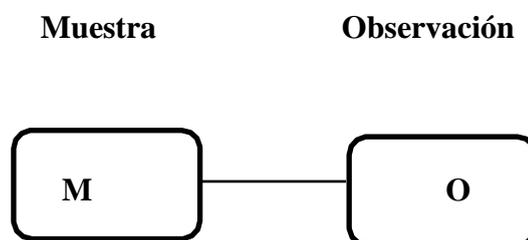
4.1. Diseño de la investigación

El tipo de la investigación fue cuantitativo porque examinó los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Afirma (Baena, 2014) que el método cuantitativo se centra en hechos o causas del fenómeno, los que se pueden verificar estadísticamente y obtener resultados.

El nivel de investigación fue descriptivo, se estuvo buscando características de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes a través de sus dimensiones, de la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana. (Baena, 2014) indica que la investigación descriptiva se identifica por la caracterización de un determinado hecho.

El diseño fue no experimental, debido a que no se realizó manipulación intencional de alguna de las variables en estudio; ya que el recojo de datos se dio en un solo momento. Según (Romero, 2016) define a los diseños no experimentales como “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. También fue de corte transversal porque 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. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (Romero, 2016)



Dónde:

M = Muestra conformada por los propietarios y clientes encuestados.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Satisfacción al Cliente.

4.2.Población y muestra

Población:

Siguiendo con (Fresno, 2019) se tiene que en el caso:

P1: para la variable de gestión de calidad se tiene como fuente de información a los 11 personal de las MYPE en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L., siendo su población finita.

P2: Para el caso de la variable satisfacción al cliente la población es de carácter exterior, es decir fueron los clientes quienes afirmen su apreciación, por tanto, la población es infinita.

LA MUESTRA:

La muestra en la presente investigación se considera:

M1: Para el caso de la variable Gestión de Calidad la muestra es la misma que la población, por lo tanto, son exclusivamente los 11 personas de las MYPES en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L., ya que (Hernández, Fernández y Batista, 2012) afirma que cuando la población es menor de 50 la muestra siempre será la misma.

M2: Para la variable satisfacción al cliente exclusivamente a los clientes, la población es de carácter infinita, por tanto, según (Hernández, Fernández y Batista, 2012) se requiere de la aplicación de formula estadística, para obtener el resultado muestral para encuestar, siendo la formula a aplicar:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde: P = probabilidades de concurrencia: (0.50)

q= probabilidades de no concurrencia: (0.50)

e= Que equivale al 10% del margen de error

Z= Que equivale al 90% al grado de confianza (valor estadístico 1.645)

n= Factor valor por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

n= 68 personas.

– **Inclusión:**

- Para la variable gestión de calidad se considera al personal que tengan más de un año en el cargo.
- Para la variable satisfacción al cliente se considera a los clientes de ambos sexos y mayores de 18 años.

Exclusión:

- Para la variable gestión de calidad se excluye al personal menores de un año.
- Para la variable satisfacción al cliente se excluye a los clientes sin voluntad de llenar las encuestas.

Cuadro 1 Cuadro de MYPES en investigación

MYPE en estudio

RUC:	20525279881 - TRANSPORTES 'YKARSANDY' E.I.R.L
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	10/02/2006
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	CALLE EMILIO ESPINOZA NRO. 180 A.H. EL OBRERO PIURA - SULLANA - SULLANA
Actividad(es) Económica(s):	Principal - CIIU 60230 - TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA. Secundaria 1 - CIIU 51225 - VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE GUIA DE REMISION - TRANSPORTISTA
Sistema de Emisión Electrónica:	-
Afiliado al PLE desde:	-

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Matriz 1 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Nivel
Gestión de Calidad	Para (González, 2017) se denomina “gestión de calidad al proceso que las empresas llevan adelante con la finalidad de mejorar sus bienes y servicios. El mismo tiene como fundamento lograr una mayor satisfacción del cliente, de modo de que éste logre un vínculo con la marca en cuestión”.	Elementos	Estrategias	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?	PERSONAL ADMINISTRATIVO	NOMINAL
			Procesos	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?		
			Fortalecer el sistema de trabajo	¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?		
			Recursos	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?		
			Estructura Organizacional	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?		
		Documentos	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir circulando?			
		Beneficios	Mejora de la satisfacción del cliente	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?		

			Homogeneización de los productos o servicios	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?		
			Aumento de la eficiencia y reducción de costes	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?		
			Incremento de la rentabilidad económica	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?		
			Potenciación de la imagen positiva de la empresa	¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?		
			Impulso de la motivación de los trabajadores	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?		
			Crecimiento de la coordinación interdepartamental	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?		

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Nivel
Satisfacción al Cliente	Para, (Chávez, 2011) menciona que para lograr “elevar la satisfacción del cliente, es necesario brindar un servicio con calidad, para consuman. Para retener a los mismos y lograr que otros clientes consuman el servicio ofertado. Por lo tanto, es necesario que las empresas dediquen recursos para tener altos índices de satisfacción del cliente, el cual es el elemento más importante de una organización”.	Beneficios	Compra repetitiva	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?	CLIENTES	NOMINAL
			Boca a boca	¿Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?		
			Posicionamiento	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial?		
		Estrategias	Analiza los distintos tipos de clientes	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?		
			Mide el desempeño del servicio	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?		
			Cumple los compromisos,	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?		
			Fomenta la participación del cliente	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?		
			Crea un plan de recuperación de desastres	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?		

			Procura tener tiempos de respuesta rápidos	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería?		
			Ofrece un servicio de características únicas	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?		
			Capacita al personal de servicio al cliente	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?		
			Conoce a los clientes	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?		
			Seguimiento de los nuevos clientes	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?		

4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, porque permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como la relación de variables, con el instrumento del cuestionario que contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; además permitió aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; y reduce la realidad a cierto número de datos esenciales que precisa el objeto de estudio con preguntas diseñados con preguntas precisas para solicitar las opiniones de los encuestados y así obtener respuestas confiables. La información de las encuestas se tabuló, se analizó e interpretó. La encuesta constituye así la base del sistema de información estadística, permitiendo obtener datos completos y confiables. Además, en este estudio se analizó la confiabilidad del cuestionario a través del programa del SPSS, luego se procesó la información con el programa elaborando cuadros y gráficos, utilizando procesadores de texto y de datos como Word y hoja de Cálculo Excel. (Fresno, 2019)

4.5. Plan de análisis

Para Hernández (2017) el análisis de los datos recolectados en la investigación con el fin de obtener los resultados determinantes de los datos recabados, se hizo uso del análisis descriptivo donde consiste en asignar un atributo a cada una de las variables; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, mediante el cual se obtuvo las tablas simplificando el contenido de los datos, con el cual se realizó el análisis y la interpretación dando como resultado información

necesaria para el estudio y para verificar la veracidad y confiabilidad de la investigación se tomó comparaciones de otras tesis o trabajos de investigación que hayan sido revisados y aprobados por expertos y por otro lado, para verificar la veracidad y confiabilidad de la encuesta se validó por un profesional experto y además se realizó un ensayo como una prueba piloto que permitió afinar las preguntas de la encuesta, así como complementar cualquier otra observación.

4.6. Matriz de consistencia

Matriz 2 Matriz de consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	VARIABLES	Metodología
Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018?	Determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.	a) Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018	Gestión de Calidad	Nivel de investigación: Descriptiva Tipo de investigación: Cuantitativa Diseño: No experimental, corte transversal
			b) Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018		Unidades Económicas de la investigación: 01 MYPE
			c) Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018	Satisfacción del Cliente	Población: Finita para gestión de calidad e infinita para atención al cliente. Muestra: 11 personal y 68 clientes

			<p>d) Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>
--	--	--	---	--

4.7.Principios éticos

Los principios éticos son declaraciones propias del ser humano, que apoya su necesidad de desarrollo y felicidad, para el cual dentro de la presente investigación, según el Código de Ética para la Investigación (versión 002) de la (ULADECH, 2019) indica que los principios éticos que se tendrá en cuenta en la presente investigación fueron:

Protección a las personas. - Se respetará a las personas, y no se obligará a llenar las encuestas si es que no están de acuerdo, solamente se incluirán a las personas que estuvieron dispuestos a brindar información, además no se divulgará su identidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños, por lo tanto, se utilizarán hojas de papel boom reciclado.

Libre participación y derecho a estar informado. - 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 consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto, para el cual se acercó a cada propietario a que firme la autorización, para poder realizar las encuestas y puedan brindar información veredicto.

Beneficencia y no maleficencia. - En la presente investigación no se obligará, ni maltratará en forma verbal al propietario y colaboradores de las empresas en investigación, se tratará de la mejor manera y con palabras adecuadas.

Justicia. - Al propietario y colaboradores se les tratara con equidad y justicia, no se realizarán comentarios maliciosos o fuera de lugar, para no causar inconvenientes, además en la investigación no se manipulará ni se cambiará los datos adquiridos durante la encuesta.

Integridad científica. - Se respetarán los derechos de autor, colocando las citas bibliográficas de acuerdo con las Normas APA.

V. Resultados

5.1.Resultado

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD.

Primer objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Tabla 1 El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	9%
Casi siempre	8	73%
Siempre	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaboración Propia.

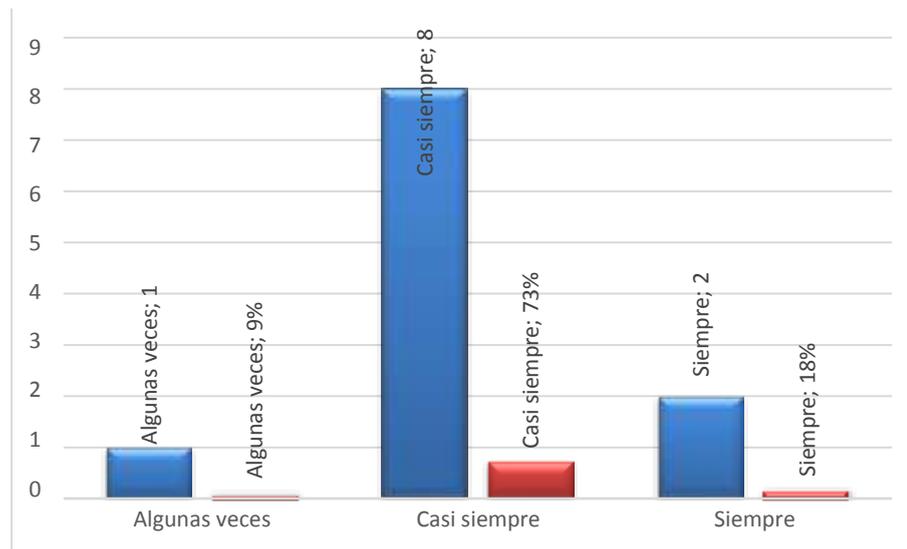


Ilustración 1: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 1 El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado

Interpretación:

Según la tabla 1 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 75% manifestaron que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia casi siempre permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado; el 25% que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia siempre permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado, y el 6% el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia algunas veces permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado.

Tabla 2 Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	3	27%
Siempre	8	73%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

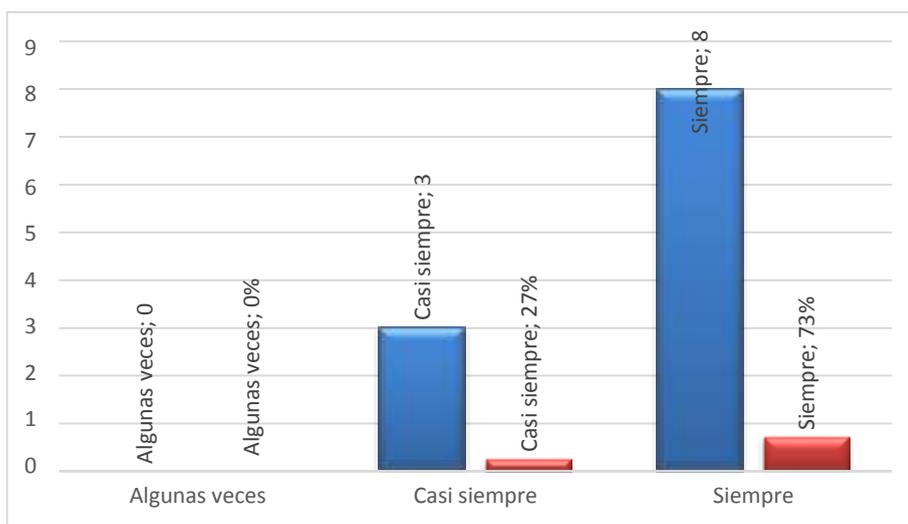


Ilustración 2 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 2 Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa

Interpretación:

Según la tabla 2 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 73% manifestaron que los procesos estandarizados siempre contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa, y el 27% del personal manifiesta que los procesos estandarizados casi siempre contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa.

Tabla 3 Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	9%
Casi siempre	3	27%
Siempre	7	64%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

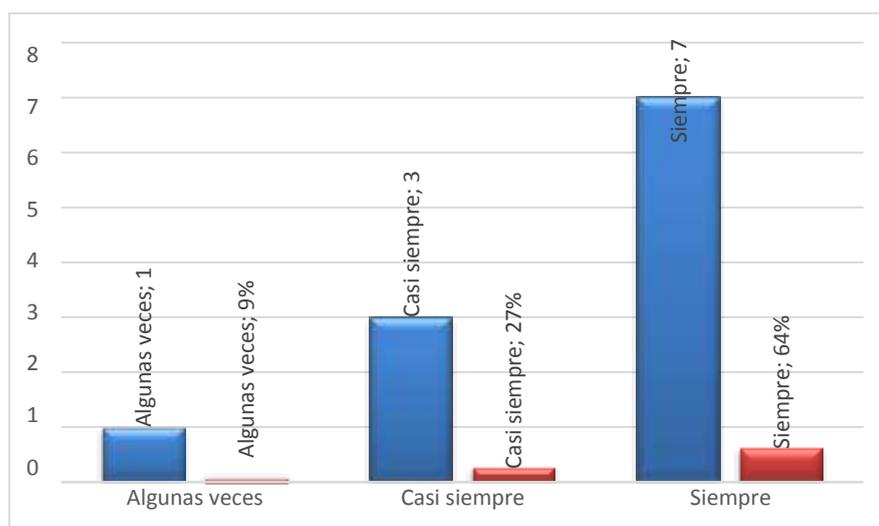


Ilustración 3: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 3 Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito

Interpretación:

Según la tabla 3 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 64% manifestaron que los vehículos siempre tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito, mientras que el 27% del personal manifiesta que los vehículos casi siempre tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito, y el 9% del personal manifiesta que los vehículos algunas veces tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito.

Tabla 4 Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	9%
Casi siempre	7	64%
Siempre	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

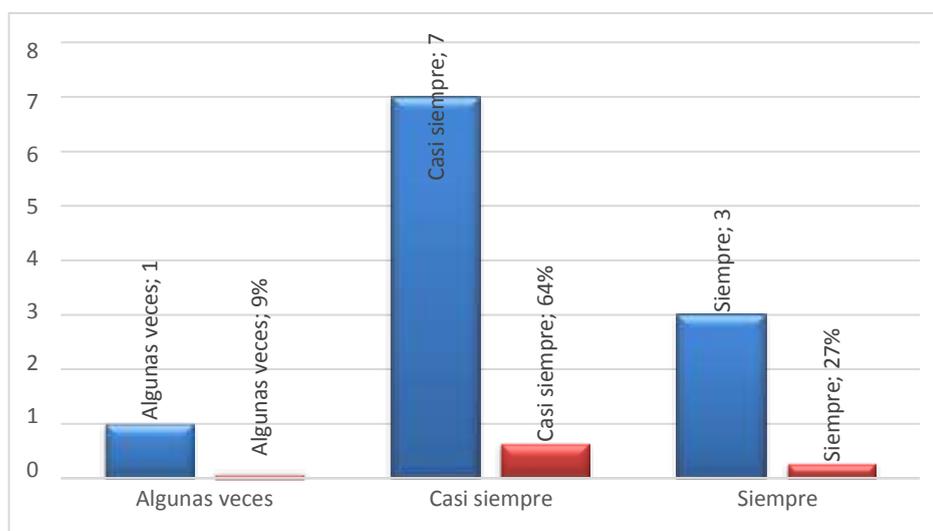


Ilustración 4: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 4 Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios

Interpretación:

Según la tabla 4 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 64% manifestaron que los recursos de su empresa casi siempre se adecuan a la prestación de los servicios; mientras que el 27% que los recursos de su empresa siempre se adecuan a la prestación de los servicios, y el 9% de los recursos de su empresa algunas veces se adecuan a la prestación de los servicios.

Tabla 5 El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	3	27%
Siempre	8	73%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

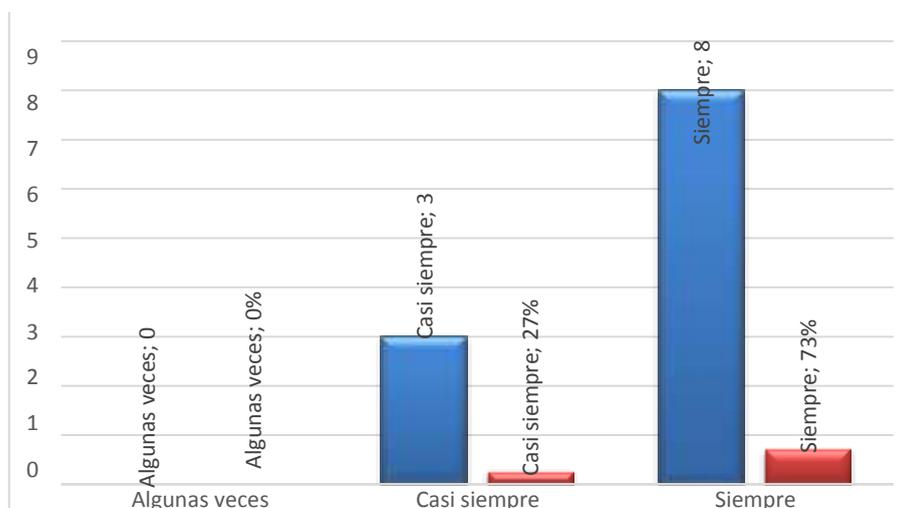


Ilustración 5: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 5 El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional

Interpretación:

Según la tabla 5 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 73% manifestaron que el manejo del transporte de carga en la compañía siempre requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional, y el 27% del personal manifiesta que el manejo del transporte de carga en la compañía casi siempre requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional.

Tabla 6 *Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	2	18%
Siempre	9	82%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaboración: Propia

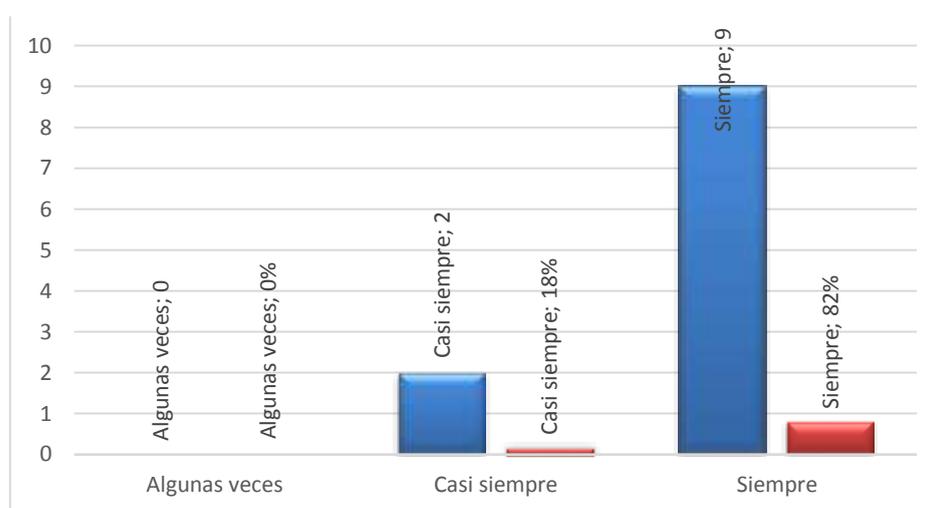


Ilustración 6: *Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 6 Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando*

Interpretación:

Según la tabla 6 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 82% manifestaron que siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando; el 18% afirma que casi siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando.

Segundo objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Tabla 7 Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	3	27%
Casi siempre	1	9%
Siempre	7	64%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaboración: Propia

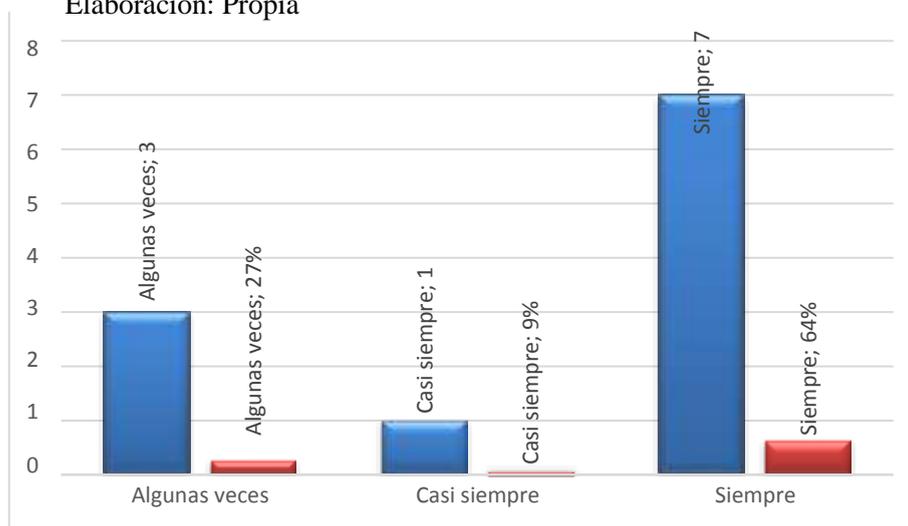


Ilustración 7: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 7 Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención

Según la tabla 7 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 64% manifestaron que los choferes y colaboradores siempre están calificados para brindar una buena atención, mientras que el 27% afirman que el personal manifiesta que los choferes y colaboradores algunas veces están calificados para brindar una buena atención, y el 9% afirman que el personal manifiesta que los choferes y colaboradores casi siempre están calificados para brindar una buena atención.

Tabla 8 Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	1	9%
Siempre	10	91%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

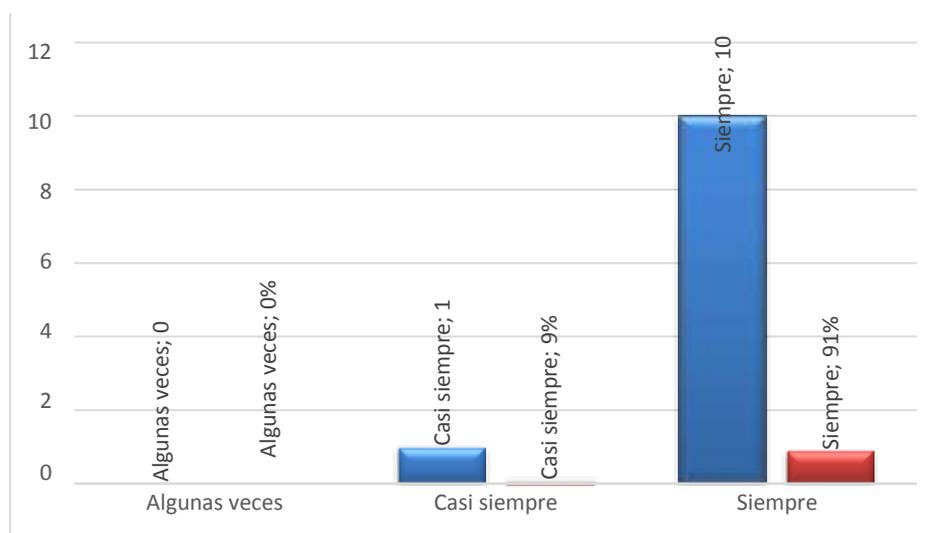


Ilustración 8: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 8 Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería

Interpretación:

Según la tabla 8 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 91% manifestaron que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería, y el 9% afirma el personal manifiesta que los choferes casi siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería.

Tabla 9 El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	2	18%
Casi siempre	0	0%
Siempre	9	82%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

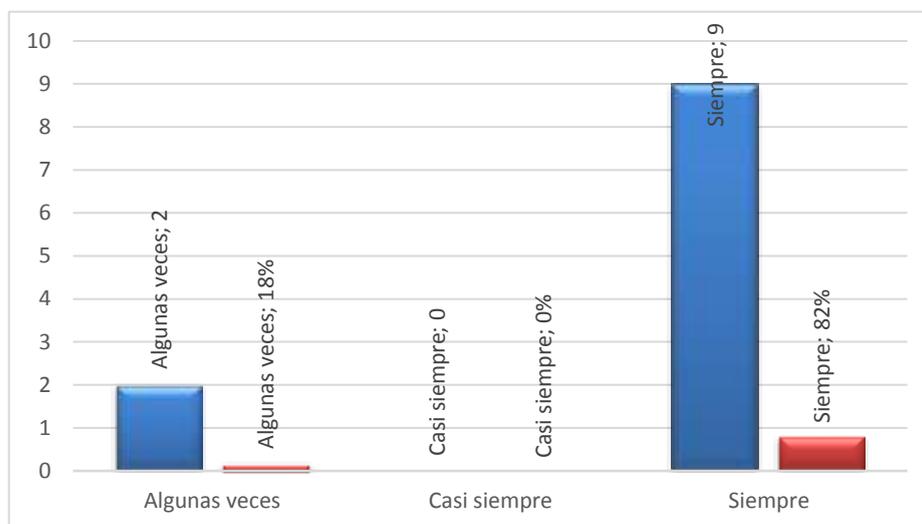


Ilustración 9: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 9 El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada

Interpretación:

Según la tabla 9 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 82% manifestaron que el tipo de gestión de calidad que ha implementado siempre le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada, y el 18% del personal manifiesta que el tipo de gestión de calidad que algunas veces ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada.

Tabla 10 El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	9%
Casi siempre	8	73%
Siempre	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

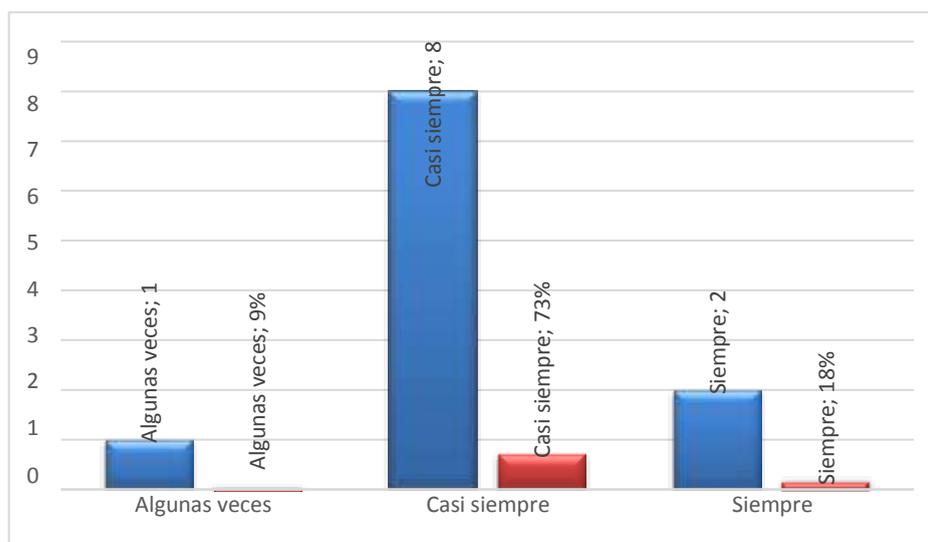


Ilustración 10 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 10 El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa

Interpretación:

Según la tabla 10 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 73% manifestaron que el sistema de gestión de calidad casi siempre le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa; mientras que el 18% afirma que el sistema de gestión de calidad siempre le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa, y el 9% considera que el sistema de gestión de calidad algunas veces le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa.

Tabla 11 La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	1	9%
Siempre	10	91%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaboración: Propia

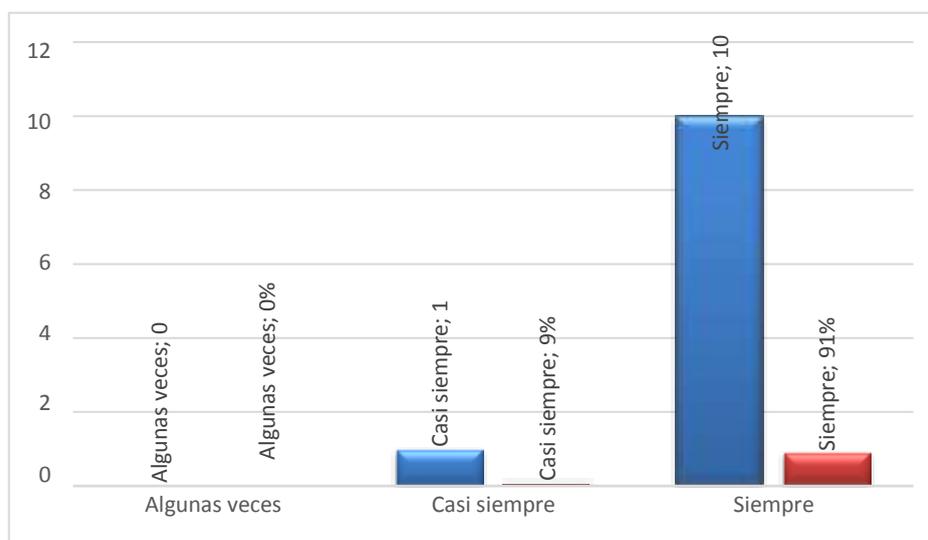


Ilustración 11: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 11 La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa

Interpretación:

Según la tabla 11 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 91% manifestaron que la mejora continua de servicios siempre le permite mejorar la imagen externa de la empresa, y el 9% del personal manifiesta que la mejora continua de servicios casi siempre le permite mejorar la imagen externa de la empresa.

Tabla 12 Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	9%
Casi siempre	7	64%
Siempre	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado del personal

Elaboración: Propia

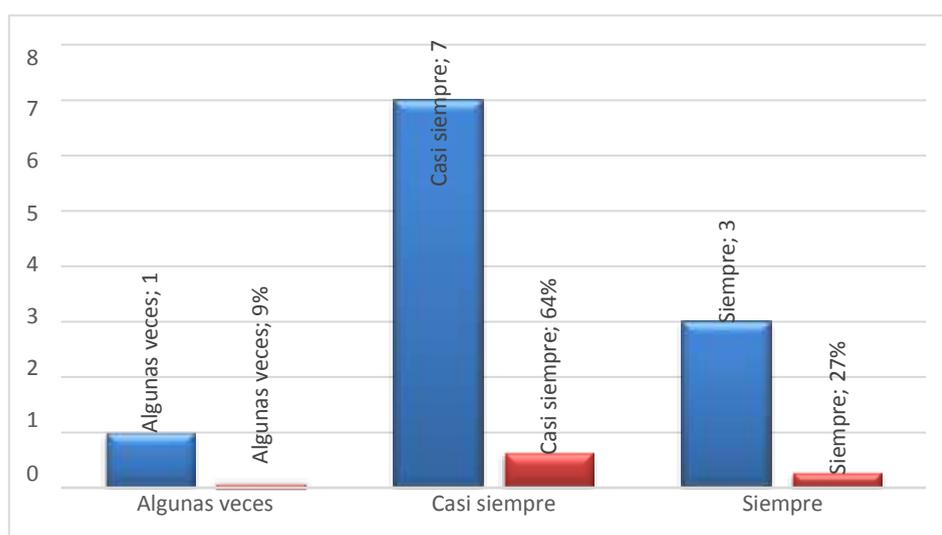


Ilustración 12: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 12 Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores

Interpretación:

Según la tabla 12 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 64% manifestaron que casi siempre se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores, mientras que el 27% del personal manifiesta que siempre se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores, y el 9% del personal manifiesta que algunas veces se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores.

Tabla 13 Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	3	27%
Casi siempre	0	0%
Siempre	8	73%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaboración: Propia

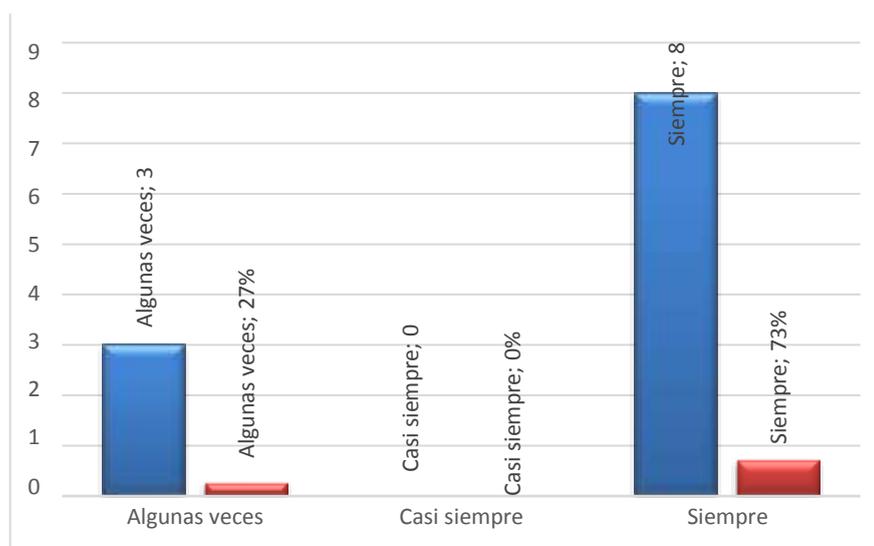


Ilustración 13: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 13 Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa

Interpretación:

Según la tabla 13 y su respectiva figura, del total de personal encuestado el 73% manifestaron que siempre existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa; mientras que el 27% afirman que algunas veces existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa.

VARIABLE: SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Tercer objetivo específico: Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Tabla 14 *Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	8	12%
Casi siempre	19	28%
Siempre	41	60%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

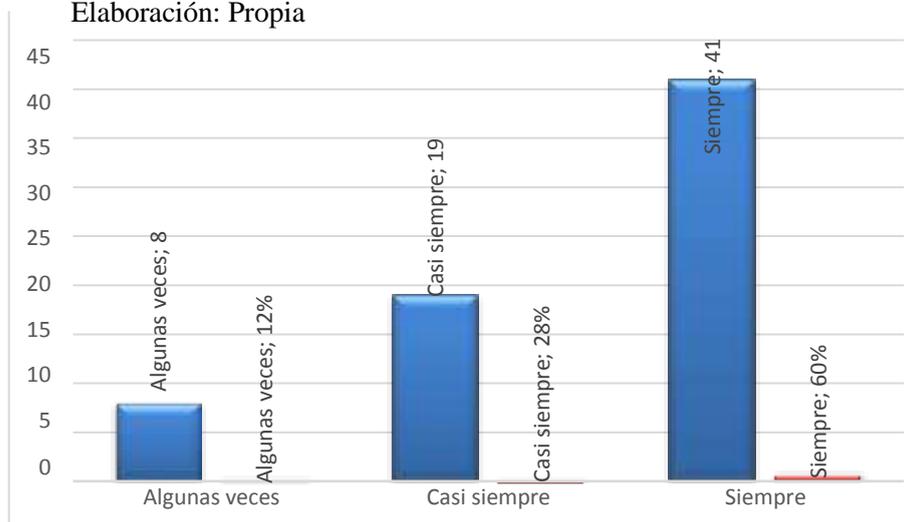


Ilustración 14: *Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 14 Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY*

Interpretación:

Según la tabla 14 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 60% manifestaron que siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY; el 28% afirma que casi siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY, y el 12% indica que algunas veces es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY.

Tabla 15 Usted recomienda su experiencia vivida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	17	25%
Casi siempre	46	68%
Siempre	5	7%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración: Propia

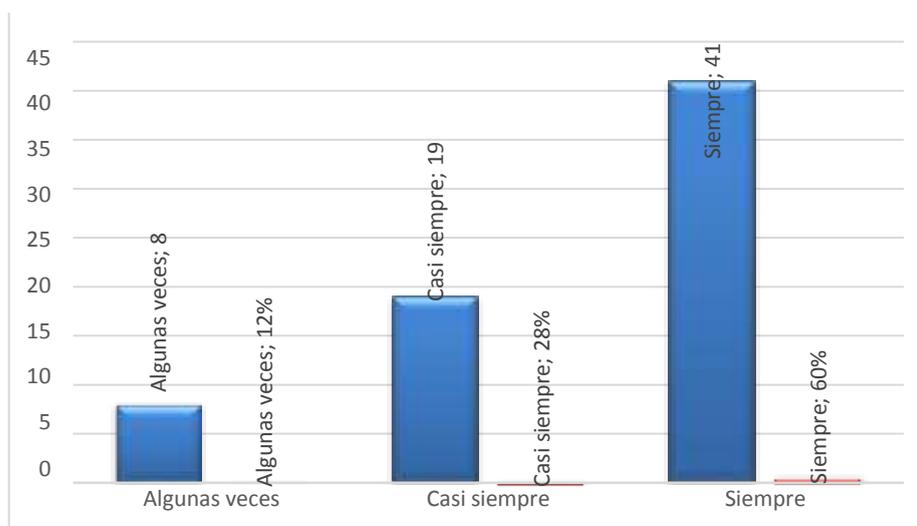


Ilustración 15: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 15 Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos

Interpretación:

Según la tabla 15 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que casi siempre recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos; el 25% de clientes manifiestan que algunas veces recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos; y el 7% de clientes manifiestan que siempre recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos.

Tabla 16 Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	46	68%
Casi siempre	18	26%
Siempre	4	6%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

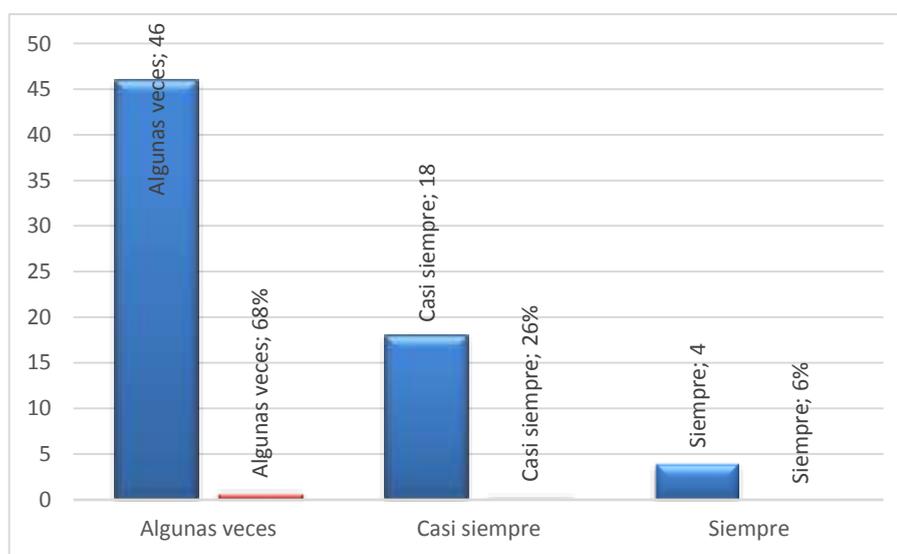


Ilustración 16: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 16 Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial

Interpretación:

Según la tabla 16 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que la empresa YKARSANDY algunas veces es reconocida en el medio empresarial; el 26% de clientes manifiestan que la empresa YKARSANDY casi siempre es reconocida en el medio empresarial; y el 6% de clientes manifiestan que la empresa YKARSANDY siempre es reconocida en el medio empresarial.

Cuarto objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L.

Sullana Lima Sullana año 2018.

Tabla 17 A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	42	62%
Casi siempre	5	7%
Siempre	21	31%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

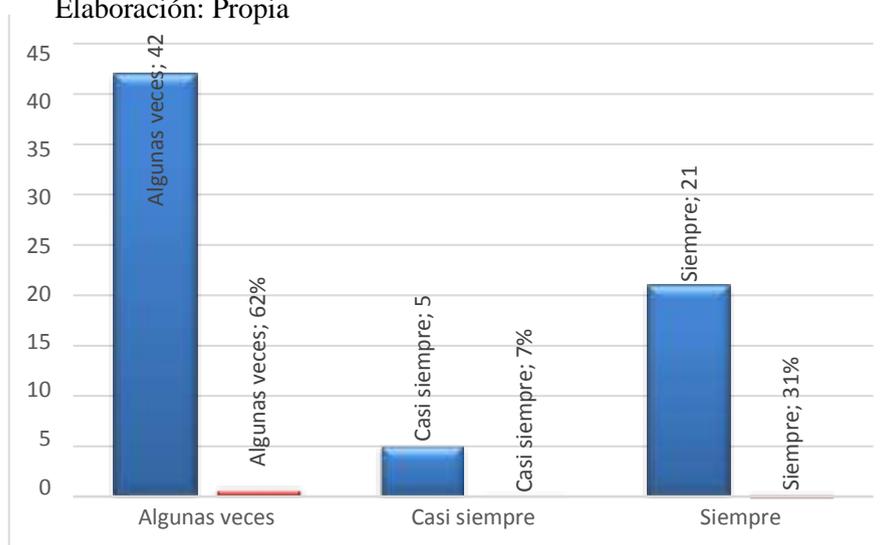


Ilustración 17: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 17 A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa

Interpretación:

Según la tabla 17 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 62% manifestaron que algunas veces le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa; el 31% de clientes manifiestan que siempre le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa; el 7% de clientes manifiestan que casi siempre le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa.

Tabla 18 *Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	5	7%
Casi siempre	12	18%
Siempre	51	75%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración: Propia

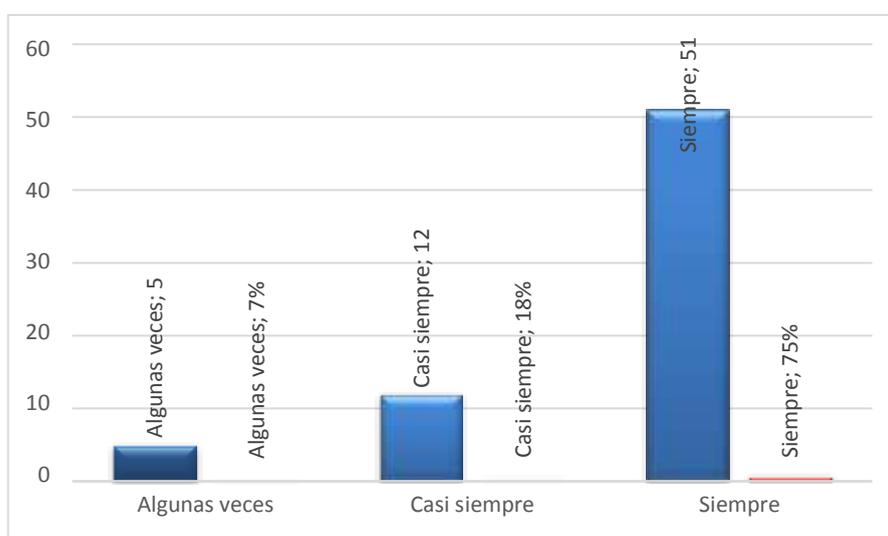


Ilustración 18: *Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 18 Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa*

Interpretación:

Según la tabla 18 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 75% manifestaron que siempre está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa; el 18% de clientes manifiestan que casi siempre está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa, y el 7% de clientes manifiestan que algunas veces está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa.

Tabla 19 La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	49	72%
Casi siempre	12	18%
Siempre	7	10%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

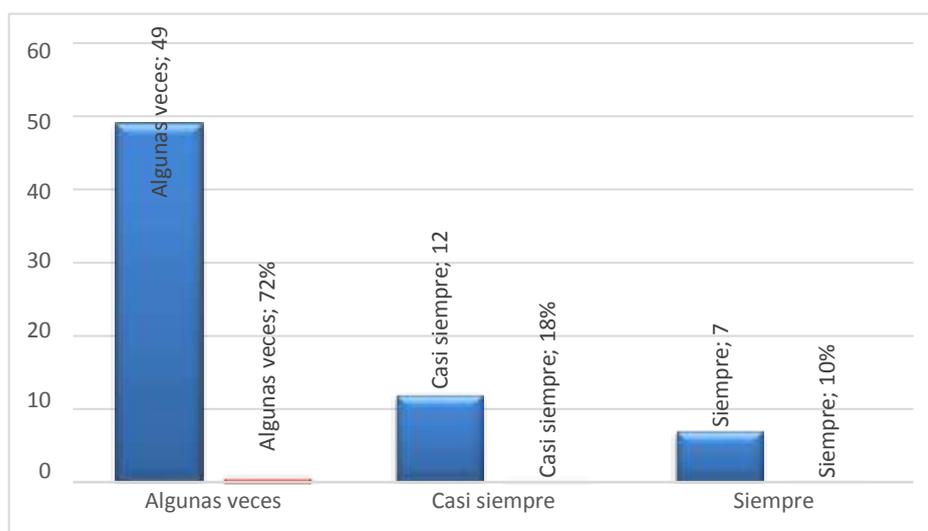


Ilustración 19 : Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 19 La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones

Interpretación:

Según la tabla 19 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 72% manifestaron que la empresa algunas veces cumple cuando le ofrece ofertas y promociones; el 18% de clientes manifiestan que la empresa cumple cuando casi siempre le ofrece ofertas y promociones; el 10% de clientes manifiestan que la empresa siempre cumple cuando le ofrece ofertas y promociones.

Tabla 20 Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	6	9%
Casi siempre	10	15%
Siempre	52	76%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

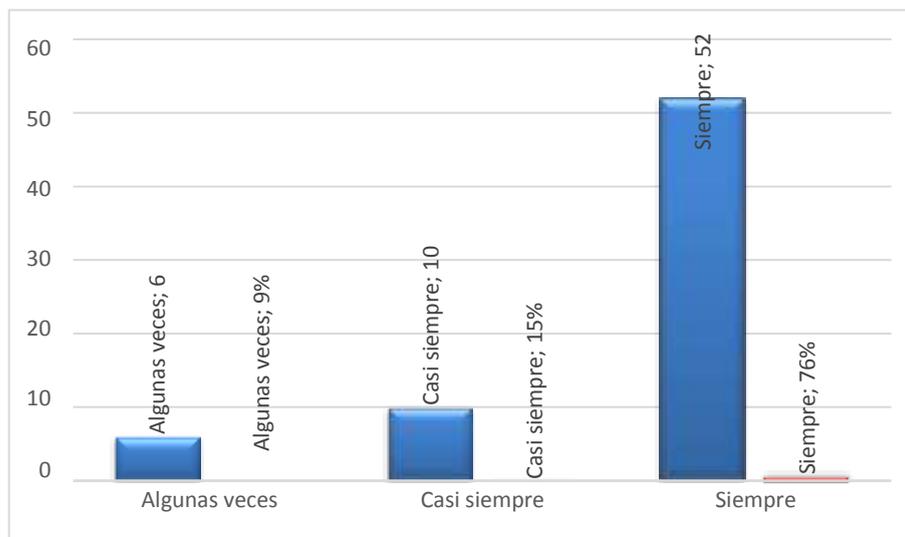


Ilustración 20: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 20 Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería

Interpretación:

Según la tabla 20 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 76% manifestaron que siempre está satisfecho con el traslado de su mercadería; el 15% de clientes manifiestan que casi siempre está satisfecho con el traslado de su mercadería; y el 9% de clientes manifiestan que algunas veces está satisfecho con el traslado de su mercadería.

Tabla 21 *El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos*

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	4	6%
Casi siempre	18	26%
Siempre	46	68%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

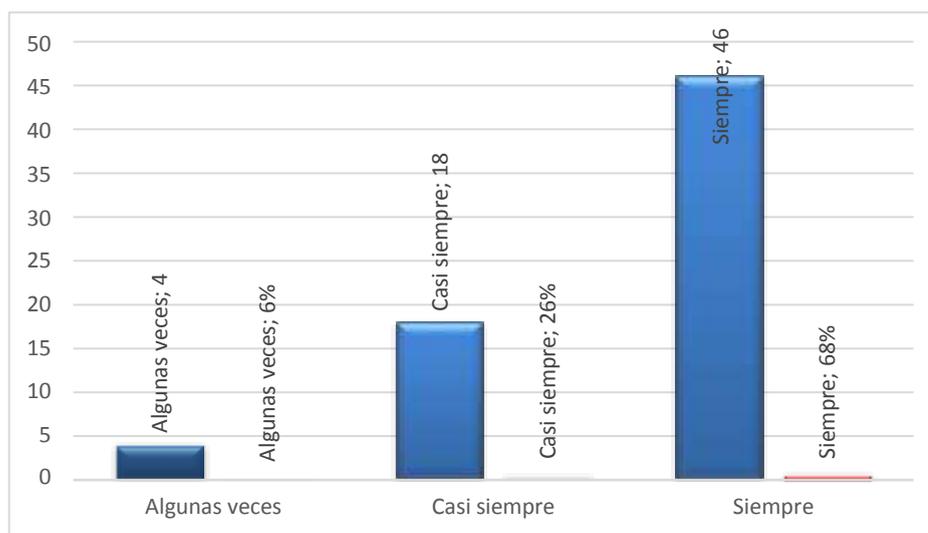


Ilustración 21: *Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 21 ¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?*

Interpretación:

Según la tabla 21 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que el personal siempre es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos; el 26% de clientes manifiestan que el personal casi siempre es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos; y el 6% de clientes manifiestan que el personal algunas veces es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos.

Tabla 22 Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	2	3%
Casi siempre	53	78%
Siempre	13	19%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

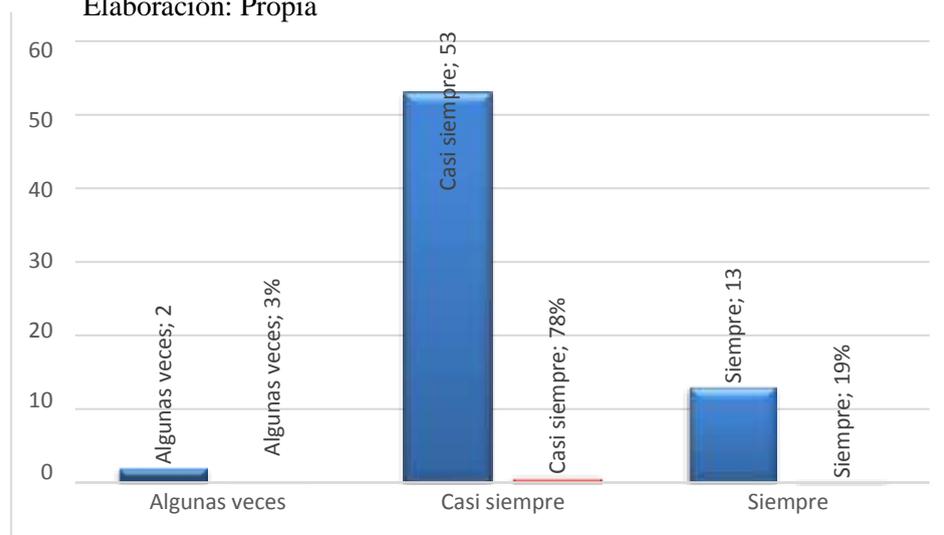


Ilustración 22: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 22 Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería

Interpretación:

Según la tabla 22 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 78% manifestaron que casi siempre está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería; el 19% de clientes manifiestan que siempre está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería; el 3% de clientes manifiestan que algunas veces está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería.

Tabla 23 El personal ofrece un servicio rápido y eficiente

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	13	19%
Casi siempre	0	0%
Siempre	55	81%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

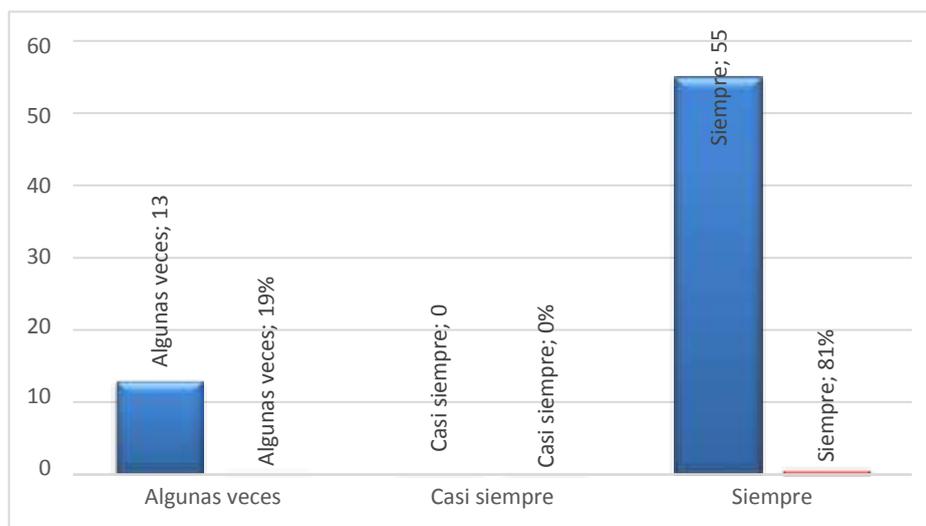


Ilustración 23: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 23 El personal ofrece un servicio rápido y eficiente

Interpretación:

Según la tabla 23 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 81% manifestaron que el personal siempre ofrece un servicio rápido y eficiente; el 19% de clientes manifiestan que el personal algunas veces ofrece un servicio rápido y eficiente.

Tabla 24 Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	1	1%
Casi siempre	12	18%
Siempre	55	81%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

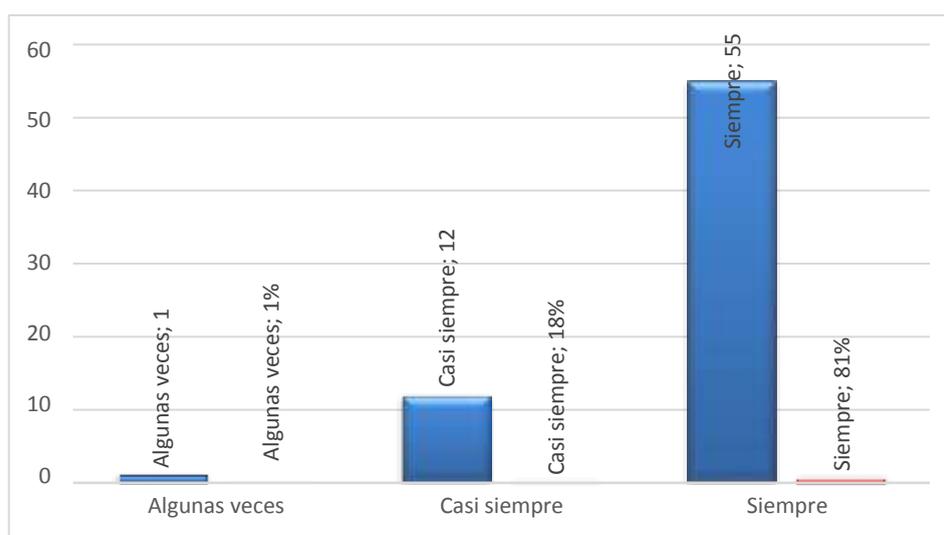


Ilustración 24: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 24 Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo

Interpretación:

Según la tabla 24 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 81% manifestaron que los choferes siempre están capacitados para ejercer su trabajo; el 18% de clientes manifiestan que los choferes casi siempre están capacitados para ejercer su trabajo; el 1% de clientes manifiestan que los choferes algunas veces están capacitados para ejercer su trabajo.

Tabla 25 El personal conoce sus gustos y preferencias

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	19	28%
Casi siempre	45	66%
Siempre	4	6%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: Propia

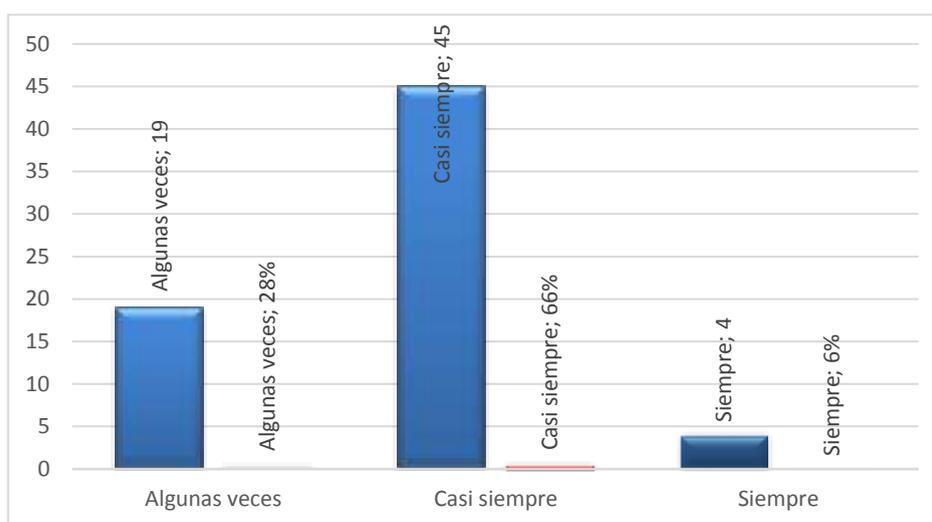


Ilustración 25: Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 25 El personal conoce sus gustos y preferencias

Interpretación:

Según la tabla 25 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 66% manifestaron que el personal casi siempre conoce sus gustos y preferencias; el 28% de clientes manifiestan que el personal algunas veces conoce sus gustos y preferencias; el 6% de clientes manifiestan que el personal siempre conoce sus gustos y preferencias.

Tabla 26 El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez

Categorías	Cantidad	Porcentaje
Algunas veces	11	16%
Casi siempre	0	0%
Siempre	57	84%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración: Propia

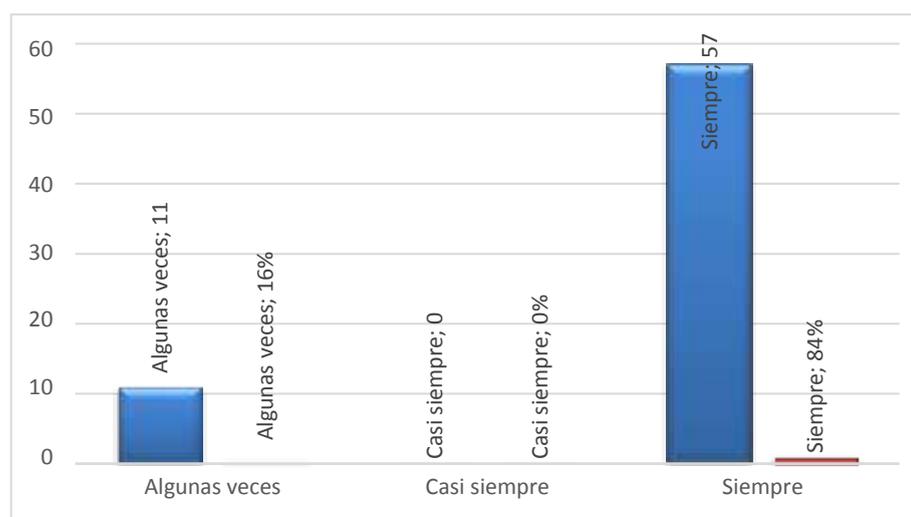


Ilustración 26: . Gráfico de barras que muestra los resultados de la pregunta 26 El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez

Interpretación:

Según la tabla 26 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 84% manifestaron que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez; el 16% de clientes manifiestan que el personal algunas veces le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez,

5.2. Análisis de resultados

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD.

Primer objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 1 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 75% manifestaron que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia casi siempre permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado; donde la mayoría del personal manifiesta que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia casi siempre permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado. Estos resultados coinciden con (Yañez, 2016) su trabajo de investigación denominado “Propuesta sistema de control de gestión empresa Chilexpress”, quien concluyo que se espera que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado, además discrepa con (Cortes, 2017) menciona que “definir políticas, objetivos y lineamientos para el logro de la calidad y satisfacción del cliente. Estas políticas y objetivos deben de estar alineados a los resultados que la organización desee obtener”. Por tal motivo el personal manifiesta que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia casi siempre permite a la empresa mantener el liderazgo en el mercado o el rubro de transportes. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 2 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 73% manifestaron que los procesos estandarizados siempre contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa, donde la mayoría del personal manifiesta que los procesos estandarizados siempre contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa. Estos resultados discrepan con (Gonzales, 2016) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, 2016”, quien concluyó que los procesos estandarizados no contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa; además estos resultados coincide con (Cuatrecasas, 2011) explica que “se deben de determinar, analizar e implementar los procesos, actividades y procedimientos requeridos para la realización del producto o servicio, y a su vez, que se encuentren alineados al logro de los objetivos planteados. También se deben definir las actividades de seguimiento y control para la operación eficaz de los procesos”. Por tal motivo el personal manifiesta que los procesos estandarizados siempre contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa, ya que llevan una secuencia de todos los procedimientos. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 3 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 64% manifestaron que los vehículos siempre tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito, donde la mayoría del personal manifiesta que los

vehículos siempre tienen un sistema de GPS en caso de asalto. Estos resultados discrepan con (Zapata, 2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de transportes y servicios generales el cóndor EIRL en el distrito de Sullana año 2018”; quien concluyó que los vehículos no tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito, además coincide con (Cortes, 2017) quien concluyó que “Un proceso es un conjunto de actividades que están interrelacionadas y que pueden interactuar entre sí. Estas actividades transforman los elementos de entrada en resultados, para ello es esencial la asignación de recursos”. Por tal motivo el personal manifiesta que los vehículos siempre tienen un sistema de GPS en caso de asalto para el cuidado de los pasajeros. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 4 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 64% manifestaron que los recursos de su empresa casi siempre se adecuan a la prestación de los servicios; donde la mayoría del personal manifiesta que los recursos de su empresa casi siempre se adecuan a la prestación de los servicios. Estos resultados coincide con (Meza, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. municipio Valencia, estado Carabobo”, quien concluyó que en el 13, el 100% manifestó que los recursos deben adecuarse a la prestación de los servicios; además coincide con (Balague & Jaarmo, 2014) quien concluye que “definir asignaciones claras del personal, Equipo y/o maquinarias necesarias para la producción o prestación

del servicio, el ambiente de trabajo y el recurso financiero necesario para apoyar las actividades de la calidad”. Por tal motivo el personal manifiesta que los recursos de su empresa casi siempre se adecuan a la prestación de los servicios, para fidelizar a los mismos. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 5 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 73% manifestaron que el manejo del transporte de carga en la compañía siempre requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional, donde la mayoría del personal manifiesta que el manejo del transporte de carga en la compañía siempre requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional. Estos resultados coincide con (Celis & Caicedo, 2016) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta de un sistema de gestión de transporte de carga terrestre en Halliburton Latín América S.A-Colombia”, quien concluyó que el manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional; además coinciden con (Cortes, 2017) quien concluye que “definir y establecer una estructura de responsabilidades, autoridades y de flujo de la comunicación dentro de la organización”. Por tal motivo el personal manifiesta que el manejo del transporte de carga en la compañía siempre requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional, para el buen funcionamiento de la empresa. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 6 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 82% manifestaron que siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando; donde la mayoría del personal manifiesta que siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando. Estos resultados tienen coincidente con (Celis & Caicedo, 2016) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta de un sistema de gestión de transporte de carga terrestre en Halliburton Latín América S.A-Colombia”, quien concluyó que se evalúen constantemente las actividades del macro proceso bajo cada uno de los 9 indicadores de gestión sugeridos y documentados en este trabajo; además coincidencia con (Cuatrecasas, 2011) quien concluye que “establecer los procedimientos documentos, formularios, registros y cualquier otra documentación para la operación eficaz y eficiente de los procesos y por ende de la organización”. Por tal motivo el personal manifiesta que siempre evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Segundo objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 7 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 64% manifestaron que los choferes y colaboradores siempre están calificados para brindar una buena atención, donde casi el total del personal manifiesta que los choferes y colaboradores siempre están calificados para brindar una buena atención. Estos resultados discrepan con (Moran, 2016) en su trabajo de investigación denominado “Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario”, quien concluyó que no contar con los recursos para cambiar las unidades en mal estado. Para medir la satisfacción de los usuarios fue necesario consultarles cómo calificarían algunas variables del servicio recibido; además discrepan con (Montes, 2017) quien concluyó que “los sistemas de gestión de calidad posibilitan que el proceso productivo esté enfocado tanto en las necesidades de los consumidores como en los parámetros de la empresa, permitiendo integrar las demandas del cliente en el producto o servicio final, lo que permitirá que tenga acceso a una mejor oferta y esté más satisfecho”. Por tal motivo el personal manifiesta que los choferes y colaboradores siempre están calificados para brindar una buena atención a los pasajeros, ya que muchas veces han sido capacitados. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 8 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 91% manifestaron que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería, donde la mayoría del personal manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería. Estos resultados coinciden con (Zapata, 2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de transportes y servicios generales el cóndor EIRL en el distrito de Sullana año 2018”, quien concluyó que, el 87% de clientes manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladarle a su destino; además tiene coincidencia con (Flamarique, 2018) quien concluyo que “gracias al sistema de gestión de calidad, la organización no solo conseguirá resultados de mayor calidad, sino que también obtendrá una producción uniforme y estable, al aplicar durante el proceso unas pautas estandarizadas”. Por tal motivo el personal manifiesta que los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería, ya que muchas veces son frágiles y terminan deteriorándose. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 9 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 82% manifestaron que el tipo de gestión de calidad que ha implementado siempre le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada, donde la mayoría del personal manifiesta que el tipo de gestión de calidad que ha implementado siempre le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su

llegada. Estos resultados coinciden con (Villar, 2019) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad y el uso del marketing de las MYPES sector transporte, rubro carga pesada en el distrito de Tumbes, 2019”, quien concluyó que, los dueños de las empresas de transporte utilizan un tipo de gestión de calidad basada en la calidad que se define como la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada; además coinciden con (Pardo & Calso, 2018) quienes concluyeron que “debido a que el sistema de gestión de calidad establece cuál es el procedimiento óptimo para crear un producto o servicio, la organización podrá eliminar los pasos innecesarios, desarrollar una gestión del tiempo más eficiente, detectar las áreas de mejora y reducir los fallos o errores en la fabricación del producto o prestación del servicio, consiguiendo una mayor eficiencia y el ahorro en costes innecesarios”. Por tal motivo el personal manifiesta que el tipo de gestión de calidad que ha implementado siempre le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada, para beneficio de los clientes y sobre todos de la empresa. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 10 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 73% manifestaron que el sistema de gestión de calidad casi siempre le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa; donde la mayoría del personal manifiesta que el sistema de gestión de calidad casi siempre le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa. Estos resultados tienen coincidencia con (Yañez, 2016) su trabajo de investigación denominado “Propuesta sistema de control de gestión empresa

Chilexpress”, quienes concluyeron que consiga generar mayor rentabilidad y valor a la empresa con el fin de conseguir lo esperando por los dueños de ésta. Por otra parte (Montes, 2017) quien concluyó que “si la empresa logra la satisfacción del cliente con el menor coste posible, la consecuencia es que aumentará las ventas y reducirá gastos, repercutiendo directamente en el balance financiero de la compañía”. Por tal motivo el personal manifiesta que el sistema de gestión de calidad casi siempre le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa, ya que ha mayores ventas, mayores ingresos y por lo tanto mayor recursos económicos o ganancias. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 11 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 91% manifestaron que la mejora continua de servicios siempre le permite mejorar la imagen externa de la empresa, donde la mayoría del personal manifiesta que la mejora continua de servicios siempre le permite mejorar la imagen externa de la empresa. Estos resultados tienen coincidencia con (Sánchez, 2017) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016”, quien concluyó que tiene por característica la mejora continua de productos y servicios permitiendo mejorar la imagen externa de la empresa para aumentar la competitividad; y tiene coincidencia con (Flamarique, 2018) quien concluyo que “el hecho de contar con un sistema de gestión de calidad va a favorecer que mejore la reputación de la marca en el mercado, tanto entre los consumidores actuales que

podrán acceder a productos y servicios de alto valor- como en los potenciales clientes quienes oirán hablar del buen trabajo que desarrolla la empresa”. Por tal motivo el personal manifiesta que la mejora continua de servicios siempre le permite mejorar la imagen externa de la empresa, el cual le ayuda a obtener mayor cliente. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 12 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 64% manifestaron que casi siempre se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores, donde la mayoría del personal manifiesta que casi siempre se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores. Estos resultados discrepan con (Modesto, 2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017”, quien concluyó que los esfuerzos o actividades que se hagan por mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores incide en el desempeño laboral de los empleados; además los servicios y productos que brindan no son eficientes; y tiene coincidencia con (Pardo & Calso, 2018) quienes concluyeron que “integrar a los empleados en el análisis de los procesos, para estudiar los aspectos mejorables, hará que se sientan más implicados con los objetivos de la empresa. Además, al conocer en todo momento cómo deben llevar a cabo el trabajo y qué se espera de ellos, les permitirá conseguir los resultados esperados, incrementando su satisfacción”. Por tal motivo el personal manifiesta que casi siempre se realizan

actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores, con la finalidad de brindar un buen servicio. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 13 y su respectiva figura, del total de personal encuestados el 73% manifestaron que siempre existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa; donde la mayoría del personal manifiesta que siempre existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa. Estos resultados discrepa con (Moran, 2016) en su trabajo de investigación denominado “Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario”, quien concluyó que por otro lado está la pobre comunicación entre las organizaciones y el Municipio de Esmeraldas como ente que maneja esa competencia; y tiene coincidencia con (Montes, 2017) quien concluyó que “dado que cada área o equipo de trabajo es consciente de su papel dentro del proceso, la interacción entre los diferentes departamentos se agiliza y simplifica, mejorando la producción final de la organización”. Por tal motivo el personal manifiesta que siempre existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa, gracias a ello existe muy poca contradicción. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

VARIABLE: SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Tercer objetivo específico: Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 14 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 60% manifestaron que siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY; donde la mayoría de las clientes manifiesta que siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY. Estos resultados tienen coincidencia con (Soriano, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Análisis de la expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto de pasajeros en Puerto Ayora”, quien concluyó que el usuario vivirá al comprar un determinado producto o servicio y estos se producen por el efecto de una; y tiene coincidencia con (Suárez, 2015) quien concluyo que “el cliente satisfecho, tiende a reiterar su comprar. Esto va definiendo un concepto de lealtad y permite la venta de igual o nuevos productos en cada interacción”. Por tal motivo los de clientes manifiesta que siempre es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY, por el múltiple beneficio que les brindan. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 15 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que casi siempre recomienda su experiencia vida en la empresa

YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos; donde la mayoría de los clientes manifiesta que casi siempre recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos. Estos resultados discrepan de (Rurz-Alejos, 2015) quien concluyó que “los clientes que logran satisfacción suelen comunicar su buena experiencia de compra con otras personas, como sus familiares y amigos. Se convierten en embajadores de nuestra marca”, y contrastan con (Suárez, 2015) quien concluyo que “el cliente motivado por la experiencia positiva siente deseos de comunicar la misma y se estima que esto lo hace a razón de 3 a 4 personas allegadas al mismo. Claramente este es un beneficio de promoción sin costo con el agregado del aporte emocional por efecto de la confianza que los receptores tienen para con el emisor”. Por tal motivo los clientes manifiestan que casi siempre recomienda su experiencia vivida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos, y algunas veces no debido a algún inconveniente ocurrido. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 16 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que la empresa YKARSANDY algunas veces es reconocida en el medio empresarial; donde la mayoría de los clientes manifiesta que la empresa YKARSANDY algunas veces es reconocida en el medio empresarial. Estos resultados discrepan con (Novoa & Regalado, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo”, quien concluyó que el cliente aprecia está enfocada en el

conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente. Por otra parte (Suárez, 2015) quien concluyo que “la satisfacción genera instala una relación monopólica entre el cliente y la empresa dejando de lado la competencia. Es fácil ver que una política centrada en la satisfacción del cliente conlleva a un mayor volumen de ventas; a una mayor promoción sin costo (lo que también implica mayores ventas por nuevos clientes) y una participación de mercado en crecimiento”. Por tal motivo los clientes manifiestan que la empresa YKARSANDY algunas veces es reconocida en el medio empresarial, ya que no tenían conocimiento de su existencia, significa que le falta publicidad. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Cuarto objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 17 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 62% manifestaron que algunas veces le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa; donde la mayoría de los clientes manifiesta que algunas veces le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa. Estos resultados tienen discrepancia con (Panta, 2019) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y

satisfacción al cliente de la micro y pequeña empresa rubro laboratorio de análisis clínico en el distrito de Sullana año 2018”, quien concluyó que por otro lado nunca se les ha realizado encuestas contextuales con la finalidad de mejorar los niveles de satisfacción y lealtad, además discrepa con (Rubio & Macías, 2013) señala que “es conveniente que los separe en segmentos tales como clientes leales o fieles, clientes de bajo rendimiento, y clientes no activos, entre otros. Una vez que tienes a tus clientes segmentados en diferentes grupos, puedes profundizar aún más para entender sus necesidades por tipo de industria o negocio. Esto te permitirá adaptar a las ofertas para que las encuentren irresistibles”. Por tal motivo los clientes manifiestan que algunas veces le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa, para medir el nivel de satisfacción del cliente. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 18 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 75% manifestaron que siempre está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa; donde la mayoría de los clientes manifiesta que siempre está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa. Estos resultados tienen coincidencia con (Modesto, 2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017”, quien concluyó que cualquier actividad que mejore la prestación del servicio se relacionara con una mejora en la satisfacción de los clientes, además coincide con

(Díaz, 2014) quien concluyó que “menciona que esta es una estrategia clave porque es necesario que te asegures que los clientes reciben el nivel y la calidad de servicio que se supone que están recibiendo. Además, esto ayuda a garantizar que todos en la empresa estén informados sobre el grado en que esos objetivos se están (o no) cumpliendo”. Por tal motivo los clientes manifiestan que siempre está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa, y que por el momento se sienten bien con los servicios de la empresa. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 19 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 72% manifestaron que la empresa algunas veces cumple cuando le ofrece ofertas y promociones; donde la mayoría de los clientes manifiesta que la empresa algunas veces cumple cuando le ofrece ofertas y promociones. Estos resultados discrepan de (Modesto, 2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017”, quien llegó a concluir que el 54% del entrevistado dijo que sí cumple con las expectativas de los clientes; además tienen coincidencia con (López, 2014) quien afirma que “hay una serie de cosas que los clientes pueden olvidar y perdonar. Pero lo que siempre recordaran, y hará que busquen otra empresa para satisfacer sus necesidades, es una empresa que no cumple sus promesas”. Por tal motivo los clientes manifiestan que la empresa algunas veces cumple cuando le ofrece ofertas y promociones, ya que cuando se han acercado a pedir

que les brinden la oferta ofrecida, la empresa manifiesta que esa promoción no se encuentra activa. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 20 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 76% manifestaron que siempre está satisfecho con el traslado de su mercadería; donde la mayoría de los clientes manifiestan que casi siempre está satisfecho con el traslado de su mercadería. Estos resultados discrepan con (Novoa & Regalado, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo”, quien concluyó que los clientes de Oltursa están satisfechos con las instalaciones físicas, equipos empleados y personal asociado al servicio; además tienen coincidencia con (Rubio & Macías, 2013) quienes concluyeron que “la participación de los clientes a menudo significa nada más que conseguir que los clientes encarguen más trabajos. Esto crea ahorros económicos que por lo general comparten con los clientes y proporcionar un incentivo para mantener la relación. Si una relación es cómoda para los clientes, la inercia por lo general se mantiene”. Por tal motivo los clientes manifiestan que casi siempre está satisfecho con el traslado de su mercadería, porque algunas veces les ha llegado en mal estado la mercadería. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 21 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 68% manifestaron que el personal siempre es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos; donde la mayoría de los clientes manifiesta que el personal siempre es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos. Estos resultados coinciden con (Meza, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. municipio Valencia, estado Carabobo”, quien concluyó que además de contratar equipos para resolver los problemas de mantenimiento de los vehículos de carga; además coincide con (Díaz, 2014) quien concluyo que “tener un plan de recuperación de desastres es importante para retener a los clientes. La respuesta es simple. Cuanto más se extiende el plazo de entrega, más dinero que te cuesta y más frustrados se sienten tus clientes, porque no pueden usar el producto o servicio contratado”. Por tal motivo los clientes manifiestan que el personal siempre es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos de los clientes en lo que respecta al envío de su mercadería. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 22 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 78% manifestaron que casi siempre está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería; donde la mayoría de los clientes manifiesta que casi siempre está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería. Estos resultados coinciden con (Modesto,

2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017”, quien concluyó que tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de equipaje; además discrepa de (López, 2014) quien concluyó que “uno de los aspectos más importantes para retener a los clientes es ofrecer una solución rápida y satisfactoria a los reclamos de rutina, quejas y solicitudes. Los clientes quieren ser atendidos de forma rápida y resolver los problemas en tiempo y forma. Los clientes son más propensos a recordar cómo manejas un tema que la cuestión en sí”. Por tal motivo los clientes manifiestan que casi siempre está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería, pero algunas veces no han sido entregado de la mejor manera. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 23 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 81% manifestaron que el personal siempre ofrece un servicio rápido y eficiente; donde la mayoría de los clientes manifiesta que el personal siempre ofrece un servicio rápido y eficiente. Estos resultados coincide con (Díaz & Sánchez, 2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C Chiclayo -2016” quien concluyó que el 43.8% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo que los empleados ofrezcan un servicio rápido y eficiente; además coincide con (Díaz, 2014) quien concluyó que “tienes que trabajar para convertirte en una ventanilla única agregando nuevos

productos y servicios cuando la demanda lo exige y mejorando, al mismo tiempo, tus productos y servicios existentes”. Por tal motivo los clientes manifiestan que el personal siempre ofrece un servicio rápido y eficiente. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 24 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 81% manifestaron que los choferes siempre están capacitados para ejercer su trabajo; donde la mayoría de los clientes manifiesta que los choferes siempre están capacitados para ejercer su trabajo. Estos resultados tienen discrepancia con (Meza, 2017) en su trabajo de investigación denominado “Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. municipio Valencia, estado Carabobo”, quien concluyó que en cuanto al personal, en su mayoría no cuenta con la capacitación; además coincide con (Rubio & Macías, 2013) “menciona que los agentes que han sido entrenados en la captura de comentarios de los clientes pueden detectar los clientes que no están satisfechos o que están considerando comprarle a la competencia, y puede pasar esa información a la empresa”. Por tal motivo los clientes manifiestan que los choferes siempre están capacitados para ejercer su trabajo, ya que conocen la ruta, y hasta el momento no ha existido accidente de tránsito. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 25 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 66% manifestaron que el personal casi siempre conoce sus gustos y preferencias; donde la mayoría de los clientes manifiesta que el personal casi siempre conoce sus gustos y preferencias. Estos resultados coinciden con (Rubio & Macías, 2013) quienes concluyeron que “conoce el negocio del cliente. Sé un consultor y haz preguntas a sus clientes. Esto te permitirá guiar a tus clientes para que comprendan lo que realmente necesitan, no lo que ellos creen que quieren”. Por tal motivo los clientes manifiestan que el personal casi siempre conoce sus gustos y preferencias, ya que siempre realizan el envío de su mercadería con ellos. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Según la tabla 26 y su respectiva figura, del total de clientes encuestados el 84% manifestaron que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez; donde la mayoría de los clientes manifiesta que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez. Estos resultados discrepan de (Modesto, 2017) en su trabajo de investigación denominada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017”; quien concluyó que el 29% ha indicado que, si atiende con rapidez a los clientes que vienen a adquirir un servicio de la empresa; además coincide con (López, 2014) quien afirma que “esta es una estrategia de oro que todas las empresas deben esforzarse por lograr, pero es especialmente importante para una empresa de e-commerce. Hacer el

seguimiento de los nuevos clientes proporciona un toque humano en una transacción impersonal, creando así las bases para una relación leal”. Por tal motivo los clientes manifiestan que el personal siempre le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez, y que son muy ágiles al momento de brindar su servicio. Estos resultados dan respuesta al objetivo específico: Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

VI. Conclusiones

5.1. Conclusiones

Los elementos de la gestión de calidad que identifica el personal en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. es evaluar constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para continuar circulando; también los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa; estructura organizacional a nivel estratégico, organizacional y operacional; además tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito; estrategias ya que el sistema de control de gestión permite mantener el liderazgo en el mercado; y finalmente los recursos no se adecuan a la prestación de los servicios.

Los beneficios que brinda la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. es homogeneización de los servicios de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería; potenciación de la imagen positiva de la empresa mediante la mejora continua; aumento de la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada; crecimiento de la coordinación entre sus colaboradores; mejora de la satisfacción de los clientes mediante los choferes y colaboradores calificados; impulso de la motivación de los trabajadores en las actividades para mejorar el clima laboral; además el sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa.

Los beneficios que obtiene la empresa mediante la satisfacción del cliente son compra repetitiva mediante la fidelización de sus clientes; la recomendación de su experiencia vivida con otras personas, como sus familiares y amigos, mediante la comunicación; pero aún le falta posesionarse y ser reconocido en el mercado empresarial.

Las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente que utilizan en la empresa de transportes de carga YKARSANDY son seguimiento de los nuevos clientes mediante la atención rápida y personalizada, capacita al personal de servicio al cliente y choferes para ejercer un buen trabajo; fomenta la participación del cliente: mide el desempeño del servicio mediante el nivel de satisfacción; conocer los gustos y preferencia de los clientes; crea un plan de recuperación dando solución a los reclamos y quejas; pero no analiza los distintos tipos de cliente mediante encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado; aún le falta realizar atención rápida y oportuna; menos cumple con entregar las ofertas y promociones; y finalmente no cumple con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería.

Referencias bibliográficas

- Alvarez, P. (2018). Gestión de la calidad en empresas de transporte. Mecaluz.
- ANDINA. (2016). Piura: 32 % laboran en una micro y pequeña empresa. RPPNoticias.
- ASEP. (2018). MYPEs contribuyen al crecimiento de la economía nacional. FONCODES.gog.pe.
- Asti, A. (2015). Metodología de la investigación. España: Athenaica Ediciones Universitarias .
- Ávila, A. (2017). Satisfacción de los usuarios que acuden a los laboratorios clínicos públicos y privados. Departamento de Salud Pública, Escuela de Bioanálisis, Facultad de Medicina,. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Baena, G. M. (2014). Metodología de la investigación. México: Grupo Editorial Patria.
- Balague, N., & Jaarmo, S. (2014). Gestión de la calidad en la biblioteca. Barcelona: Editorial UOC.
- Becerra, Á. (2018). GS1 Perú: El transporte de carga peruano está en situación de emergencia. El Economista.
- Becerra, Á. (2019). GS1 Perú: El transporte de carga peruano está en situación de emergencia. El Economista.
- Behar, H. (2017). ¿Puede la tecnología mejorar el transporte de carga? Estas empresas creen que sí. Beatrack.
- Cardenas, E. M. (2019). La Gestión de la Calidad y su influencia en los Beneficios de las Mypes del Sector Servicio - Rubro Transporte de Pasajeros, del Distrito de Villa María del Triunfo, Lima 2018. Lima: Univrsidad Católica los Ángeles de Chimbote.

- Carreño, W. I. (2018). Caracterización de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana – Lima – Sullana año 2017. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Casas, C. (2018). Alza en el ISC: El mayor impacto se verá en el transporte, sostiene Casas. Diario Gestión.
- Celis, C. A., & Caicedo, C. S. (2016). Propuesta de un sistema de gestión de transporte de carga terrestre en Halliburton Latín América S.A-Colombia. Colombia: pontificia Universidad Javariana.
- Chavarry, V. (2017). Fijan deberes ambientales para el sector transporte. El Peruano.
- Chávez, A. (2011). Procedimiento para medir la satisfacción del cliente externo. Aplicación en la sucursal Ciudad de la Habana sur de la corporación CIMEX, D - Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. ProQuest Ebook Central,: CUJAE, 2011.
- Correa , E. (2016). Liderazgo y calidad en servicios de transporte. Gestipolis, <https://www.gestipolis.com/liderazgo-y-calidad-en-servicios-de-transporte/>.
- Cortes, J. M. (2017). Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015). España: Editorial ICB.
- Cruzado, D. (2017). El 55% de empresas familiares en Perú tiene un plan de sucesión establecido. Diario Gestión, <http://gestion.pe/empresas/55-empresas-familiares-peru-tiene-plan-sucesion-establecido-2188807>.
- Cuatrecasas, L. A. (2011). Gestión de la calidad total. MADrid: Ediciones Díaz de Santos.
- DHL. (s.f.). Logística ecológica. logistica.

- Díaz, M. (2014). Manual. Atención básica al cliente (MF1329_1). Certificados de profesionalidad. Actividades auxiliares de comercio (COMT0211),. Editorial CEP, S.L., 2014.
- FADEEAC. (2019). Fuerte aumento en los costos del transporte de carga terrestre. Toda Logistica & Comercio Exterior.
- Fidel, M. (2018). Transporte de carga representa el 22% de los costos en empresa de consumo. Correo.
- Flamarique, S. (2018). Gestión de existencias en el almacén, Marge Books, 2018. 1., ProQuest Ebook Centra.
- Fresno, C. C. (2019). Metodología de la investigación: así de fácil (El Cid Edi).
- Gámez, V. (2017). La satisfacción del cliente en la empresa. La Voz, <http://www.analisisfoda.com/la-satisfaccion-del-cliente-en-la-empresa/>. Gonzales, O. E. (2016). Caracterización de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, 2016. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- González, P. (2017). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049,. ProQuest Ebook Central,; Editorial Tutor Formación, 2017.
- Goodman, J. (2014). Atención estratégica al cliente, . ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=548685> 0.: Pluma Digital Ediciones, 2014. .
- Gosso, F. (2014). Híper satisfacción del cliente: con solo satisfacer a los clientes no alcanza. México:: Panorama.

- Granda, G. (2017). El transporte de mercancías: tecnología para un sector más eficiente y sostenible. Soluciones Corresponsables.
- Guarderas, R. (2017). los problemas de conectividad portuaria merecen ser atendidos”. La Camara de Comercio.
- Guarneros, J. (2016). Sistemas de gestión de calidad para pequeñas y medianas empresas. Revista Grandes PYMES.
- Guido, B. (2018). Comex: venta anual de la mype peruana equivalen al 19.2% del PBI. Logistica36.
- Hernández, R. (2017). Metodología de la Investigación – Roberto Hernández Sampieri – Texto completo 21 enero, 2017.
- INACAL. (2016). Inacal adapta la ISO 9001 para elevar calidad de Mipymes. Diario El Comercio.
- INACAL. (2017). La Calidad y sus beneficios para los consumidores y productores. RPP Noticias.
- INEI. (2017). PBI de octubre crece 2,99% impulsado por sector construcción. Diario El Comercio.
- Jórdan, A. (2017). Perú se convertirá en líder en uso de facturas electrónicas. Andina.
- León, J. C. (2017). La logística en el mundo de las exportaciones e importaciones. El Comercio.
- LEY. (Nº 27181). Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre. SUTRAN.
- Linares, M. (2019). Gestión de la calidad total educativa en el Perú. Monografias.com.
- Lira, S. (2018). Los first movers de la transformación en el Perú: los bancos comerciales. Inteligencia Artificial.

- López, P. (2014). Cómo gestionar las reclamaciones de sus clientes,. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación, 2014.
- Luna, J. (2017). Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. Noticia Retail.
- Luna, L. D. (2019). Gestión de alquiler de líneas de transporte y satisfacción en transportistas de Sisa Tours S.A.C, provincia de El Dorado, 2018. Tarapoto: Universidad Cesar Vallejo.
- Luperdiga, G. M., & Rodriguez, T. G. (2016). Servicio de atención y satisfacción del cliente de la empresa de transporte turismo dias s.a. en la ciudad de trujillo 2016. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Marcelo , F., & Vila, V. (2016). ¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?,. Alta Voz.
- Mariategui, L. (2019). Inversiones en el Perú: ¿Por qué se han desacelerado? RPP Noticias.
- Meza, H. B. (2017). Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga Aresan, C.A. municipio Valencia, estado Carabobo. VENEZUELA: UNIVERSIDAD DE CARABOBO.
- Modesto, D. Y. (2017). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional sac – Huánuco. 2017. Huanuco: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Montes, M. (2017). Siete Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad. Revista Gestión Integra.
- Montes, P. (2019). El transporte de carga en el Perú. Pits.

- Moran, V. G. (2016). Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario. Ecuador: PONTIFICIA Universidad Católica de Ecuador.
- Morocho, M. J., & Plaza, M. M. (2016). Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda. Ecuador: UNIVERSIDAD Católica Santiago de Guayaquil.
- Olcese, S. (2019). Tecnología en el transporte de carga. Universidad de Lima.
- Orozco, A. M. (2019). El transporte de carga. El Tiempo.
- OSITRAN. (2018). Reporte “Inversiones Reconocidas en los Contratos de Concesión” . ProInversión.
- Pardo, J., & Calso, N. (2018). Guía práctica para la integración de sistemas de gestión. ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001,. ProQuest Ebook Central,,: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación, 2018.
- Peñaranda, C. (2018). Exportaciones a EE.UU. crecieron 18% tras nueve años de TLC. El Comercio.
- Pinilla, S. I. (107). Sector Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones. Boletín Estadístico Ocupacional N° 16.
- Posada, C. (2017). ¿Qué productos serán los protagonistas del TLC con Australia? El Comercio.
- Pozo, J. (2012). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: promoción turística local e información al visitante (UF0049),. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=321223>
4: IC Editorial, 2012.

- Ramírez, W. (2016). Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad. INACAL.
- Romero, L. M. (2016). Metodología de investigación jurídica. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Rubio, G., & Macías, M. (2013). Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: una aplicación para las grandes superficies,. Sello Editorial Universidad del Tolima, 2013.
- Ruiz, M. (2015). Modelo para la implementación de la gestión documental en el sector empresarial cubano,. Editorial Universitaria, 2015.
- Rurz-Alejos, C. (2015). Análisis de la calidad percibida, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras de los usuarios de los servicios deportivos públicos gestionados por Logroño Deporte, D -. Universidad de La Rioja, 2015.
- Sánchez, I. Y. (2017). Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Soriano, J. M. (2017). Análisis de la expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto de pasajeros en Puerto Ayora. Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Suárez, M. (2015). El impacto de la injusticia en los hoteles: respuesta de clientes y empleados como víctimas y testigos de un maltrato,. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Servicio de Publicaciones y Difusión Científica, 2015.

- Trujillo, E. (2019). Transportistas de carga pesada y el Gobierno llegan a acuerdo. Perú21.
- Ucha, F. (2016). Definición de Gestión De Calidad. Definición ABC.
- Ures, U. (2017). Seguridad en el transporte. Logística.
- Uribe, M. (2011). Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial, Sello. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=4909300>: Editorial Universidad del Tolima, 2011.
- Urrelo, R. (s.f.). Transporte y medio ambiente. Congreso.
- Varillas, J. (2018). Adex: Incremento del ISC a combustibles afectará los costos de empresas exportadoras. Diario Gestión.
- Vélez, B. (2018). La satisfacción del cliente como objetivo empresarial. Biblioteca Empresarial.
- Villar, D. J. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y el uso del marketing de las mypes sector transporte, rubro carga pesada en el distrito de Tumbes, 2019. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Villavicencio, R. A. (2018). Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la Empresa Transportes Linea S.A. Trujillos 2013. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Vivas, M. (2018). MICARGAPP: primer aplicativo móvil para el transporte de carga en el Perú. Nitro Pe.
- Yañez, A. G. (2016). Propuesta sistema de control de gestión empresa Chilexpress. Chile: Universidad de Chile.

Zapata, F. I. (2019). Caracterización de la calidad del servicio y liderazgo de la empresa de transportes y servicios generales el cóndor EIRL en el distrito de Sullana año 2018. Sullana: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Zuñiga, J. (2018). La situación de la Pequeña Empresa en la Alianza del Pacífico. Panorámica.

Anexos

1. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2018/ 2019								Año 2019/ 2020						
		Semestre II 2018				Semestre I 2019				Semestre II 2019				Semestre I 2020		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X											
5	Mejora del marco teórico					X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X								
8	Ejecución de la metodología								X							
9	Resultados de la investigación									X						
10	Conclusiones y recomendaciones										X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X				
12	Reacción del informe final											X	X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X	
15	Redacción de artículo científico														X	
16	Sustentación del informe final al Jurado de Investigación															X

2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.5	400	S/200.00
• Fotocopias	0.1	800	S/80.00
• Empastado	2	30	S/60.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	17	3	S/51.00
• Anillados	40	2	S/80.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50	2	S/100.00
Sub total			S/571.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			S/500.00
Sub total			S/1,071.00
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	S/120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35	2	S/70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	S/160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	S/50.00
Sub total			S/400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	S/252.00
Sub total			S/252.00
Total de presupuesto no desembolsable			S/652.00
Total (S/.)			S/1,723.00

3. Cuestionario



UCT

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PERSONAL

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a esta la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

N°	PREGUNTA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
CALIDAD DE SERVICIO				
1	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?			
2	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?			
3	¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?			
4	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?			

5	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?			
6	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando?			
7	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?			
8	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?			
9	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?			
10	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?			
11	¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?			
12	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?			
13	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?			

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, octubre del 2019.



UCT

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a esta la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

N°	PREGUNTA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
SATISFACCIÓN AL CLIENTE				
14	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?			
15	¿Usted recomienda su experiencia vivida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?			
16	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial?			
17	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?			

18	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?			
19	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?			
20	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?			
21	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?			
22	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería?			
23	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?			
24	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?			
25	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?			
26	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?			

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, octubre del 2019.

4. Análisis de confiabilidad

“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

DOCENTE A CARGO: MG. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE

ESPECIALIDAD: ESTADISTICO

COLEGIADO: COESPE N°675

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 20 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió determina la caracterización de la gestión de calidad y la logística empresarial, fue validada por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico SPSS versión 26. Dando el siguiente resultado:



MGC. DARWIN MACCOLL PRIMERO LLACSAGUACHE CALLE
Estadístico
COESPE: 675

ANEXO N° 01

ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRASPORTE DE CARGA YKARSANDY E.I.R.L SULLANA LIMA SULLANA AÑO 2018

Estadísticos de los elementos			Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
	Media	Desviación típica	
p1	1.75	.9104	.855
p2	1.95	.8255	.828
p3	1.70	.8013	.969
p4	1.65	.8127	.872
p5	1.70	.8013	.830
p6	1.95	.7591	.886
p7	1.70	.8645	.899
p8	1.65	.8127	.898
p9	1.75	.8507	.822
p10	1.75	.8507	.892
p11	1.75	.8507	.892
p12	1.90	.9119	.822
p13	1.70	.8013	.898
p14	1.70	.9233	.896
p15	1.65	.8127	.868
p16	2.05	.9506	.866
p17	1.75	.8507	.885
p18	1.75	.7864	.854
p19	2.10	.9679	.834
p20	1.55	.8870	.844
p21	2.05	.7591	.806
p22	2.05	.8255	.845
p23	1.95	.8870	.871
p24	2.15	.8750	.812
p25	1.80	.8944	.895
p26	2.00	.8584	.801


 DR. NATHAN MACQUELLO CLAYSON MACQUELLO CALLE
 Estadístico
 COESPE: 675

ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR LA CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRASPORTE DE CARGA YKARSANDY E.I.E.R.L SULLANA LIMA SULLANA AÑO 2018

Nº preguntas	Alfa de Cronbach
26	0.863

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 86.3% de confiabilidad con respecto a 26 preguntas del cuestionario.


MARC DOMINGO MACCOTTI Y KARSANDY CALLE
Estadístico
COESPE: 675

5. Cuadro de resumen de preguntas

PR	Variable	Dimensiones	OE// INDICAD ORES	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES		
			Primer OE		ALG UNA S VEC ES	CAS I SIE MPR E	SIE MP RE
1	Gestión de Calidad	Elementos	Estrategias	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?	9%	73%	18%
2			Procesos	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?	0%	27%	73%
3				¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?	9%	27%	64%
4			Recursos	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?	9%	64%	27%
5			Estructura Organizacional	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?	0%	27%	73%
6			Documentos	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para continuar circulando?	0%	18%	82%
			Segundo OE				
7		Beneficios	Mejora de la satisfacción del cliente	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?	27%	9%	64%
8			Homogeneización de los productos o servicios	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?	0%	9%	91%
9			Aumento de la eficiencia y reducción de costes	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?	18%	0%	82%
10			Incremento de la rentabilidad económica	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?	9%	73%	18%
11	Potenciación de la imagen		¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?	0%	9%	91%	

		positiva de la empresa				
12		Impulso de la motivación de los trabajadores	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?	9%	64%	27%
13		Crecimiento de la coordinación interdepartamental	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?	27%	0%	73%

PR	Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	RESULTADOS POR PORCENTAJES			
			Tercer OE		ALGUNA VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
14	Satisfacción al Cliente	Beneficios	La compra repetitiva	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?	12%	28%	60%	
15			El boca a boca	¿Usted recomienda su experiencia vivida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?	25%	68%	7%	
16			Posicionamiento	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial?	68%	26%	6%	
			Cuarto OE					
17		Estrategias		Analiza los distintos tipos de clientes	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?	62%	7%	31%
18				Mide el desempeño del servicio	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?	7%	18%	75%
19				Cumple los compromisos,	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?	72%	18%	10%
20				Fomenta la participación del cliente	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?	9%	15%	76%
21				Crea un plan de recuperación de desastres	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?	6%	26%	68%
22				Procura tener tiempos de respuesta rápidos	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería?	79%	17%	3%
23				Ofrece un servicio de características únicas	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?	3%	78%	19%
24				Capacita al personal de servicio al cliente	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?	1%	18%	81%
25				Conoce a tus clientes	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?	28%	6%	66%

26		Haz un seguimiento de los nuevos clientes	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?	16%	0%	84%
----	--	---	--	-----	----	-----

6. Libro de códigos

Cliente	GC1	GC2	GC3	GC4	GC5	GC6	GC7	GC8	GC9	GC10	GC11	GC12	GC13
1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1
2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	2	1
3	2	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	1
4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3
5	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
6	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
7	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
8	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Porcentajes	1 = 9%	1 = 0%	1 = 9%	1 = 9%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 27%	1 = 0%	1 = 18%	1 = 9%	1 = 0%	1 = 9%	1 = 27%
	2 = 73%	2 = 27%	2 = 27%	2 = 64%	2 = 27%	2 = 18%	2 = 9%	2 = 9%	2 = 0%	2 = 73%	2 = 9%	2 = 64%	2 = 0%
	3 = 18%	3 = 73%	3 = 74%	3 = 27%	3 = 73%	3 = 82%	3 = 64%	3 = 91%	3 = 82%	3 = 18%	3 = 91%	3 = 27%	3 = 73%

Cliente	SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7	SC8	SC9	SC10	SC11	SC12	SC13
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2
6	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
7	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
8	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
9	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
10	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
11	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
12	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2
13	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	3	2
14	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	1	3	2
15	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	1	3	2
16	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	1	3	2
17	2	1	1	2	1	3	2	2	3	3	1	3	2
18	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	1	3	2
19	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	1	3	2
20	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2
21	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2
22	2	2	1	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2
23	2	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
24	2	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
25	2	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
26	2	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
27	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
28	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
29	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
30	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
31	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
32	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
33	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
34	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
35	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
36	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
37	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
38	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
39	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
40	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
41	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
42	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
43	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
44	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
45	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
46	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
47	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
48	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
49	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3
50	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
51	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
52	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
53	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
54	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
55	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
56	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
57	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
58	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
59	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
60	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
61	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
62	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
63	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
64	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Porcentajes	1 = 12% 2 = 28% 3 = 60%	1 = 25% 2 = 68% 3 = 7%	1 = 68% 2 = 26% 3 = 6%	1 = 7% 2 = 18% 3 = 75%	1 = 72% 2 = 18% 3 = 10%	1 = 9% 2 = 15% 3 = 76%	1 = 6% 2 = 26% 3 = 68%	1 = 3% 2 = 78% 3 = 19%	1 = 19% 2 = 0% 3 = 81%	1 = 1% 2 = 18% 3 = 81%	1 = 28% 2 = 66% 3 = 6%	1 = 16% 2 = 0% 3 = 84%	1 = 6% 2 = 26% 3 = 68%

7. Validación del instrumento

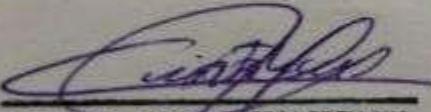
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, SOSA ORELLANA CRISTIHAN, con cédula de colegiatura 007335, con profesión LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018", presentado por la estudiante universitaria Garcés Abramonte, Shirley Paola de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

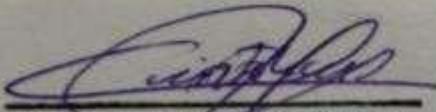


Mgr. Lic. Adm. CRISTIHAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
MAGÍSTER EN FINANZAS


Mgtr. Lc. ADM. GRISSELMAR SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007339
 MAGISTER EN FINANZAS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS										
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
	VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1° OE	a) Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018									
1	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?	X			X		X			X
2	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?	X			X		X			X
3	¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?	X			X		X			X
4	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?	X			X		X			X
5	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?	X			X		X			X
6	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuar circulando?	X			X		X			X
2° OE	b) Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018									

7	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?	X			X		X		X
8	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?	X			X		X		X
9	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?	X			X		X		X
10	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?	X			X		X		X
11	¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?	X			X		X		X
12	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?	X			X		X		X
13	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?	X			X		X		X



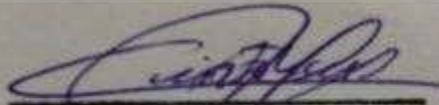
Mgtr. Lic. Adm. **CRISTIAN SOSA ORELLANA**
 NUMERO DE COLEGIATURA 007326
 MAQISTER EN FINANZAS

FIRMA DEL EVALUADOR


Mgtr. Lic. Adm. CRISTÓBAL SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 907334
 MAGÍSTER EN FINANZAS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE								
3° OE	c) Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
14	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?	X			X		X		X
15	¿Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?	X			X		X		X
16	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial?	X			X		X		X
4° OE	d) Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
17	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?	X			X		X		X
18	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?	X			X		X		X
19	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?	X			X		X		X
20	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?	X			X		X		X
21	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?	X			X		X		X

22	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería?	X			X		X		X
23	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?	X			X		X		X
24	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?	X			X		X		X
25	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?	X			X		X		X
26	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?	X			X		X		X



Mgr. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 007336
 MAGÍSTER EN FINANZAS

FIRMA DEL EVALUADOR

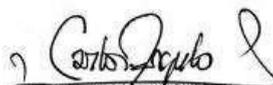
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos Antonio Angulo Corcuera, con cédula de colegiatura 18480, con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018”, presentado por la estudiante universitaria Garcés Abramonte, Shirley Paola de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

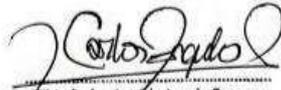


MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480


MBA. Carlos Augusto Argüello Corcuera
 Registrador en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD. N° 18480

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1° OE	a) Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
1	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?	X			X		X		X
2	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?	X			X		X		X
3	¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?	X			X		X		X
4	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?	X			X		X		X
5	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?	X			X		X		X
6	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir circulando?	X			X		X		X
2° OE	b) Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								

7	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?	X			X		X		X
8	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?	X			X		X		X
9	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?	X			X		X		X
10	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?	X			X		X		X
11	¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?	X			X		X		X
12	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?	X			X		X		X
13	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?	X			X		X		X



MBA. Carlos Antonio Angulo Carcuera
Magister en Administración de Negocios
Licenciado en Administración
CLAD. N° 18480

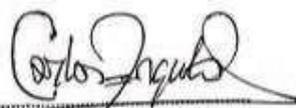
FIRMA DEL EVALUADOR

Carlos Ayala

MEIA Carlos Agustín Angulo Corcuera
 Magister en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD. N° 18480

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3º OE	c) Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
14	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?	X			X		X		X
15	¿Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?	X			X		X		X
16	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresarial?	X			X		X		X
4º OE	d) Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
17	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?	X			X		X		X
18	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?	X			X		X		X
19	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?	X			X		X		X
20	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?	X			X		X		X
21	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?	X			X		X		X

22	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la entrega y almacenamiento de su mercadería?	X			X		X		X
23	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?	X			X		X		X
24	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?	X			X		X		X
25	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?	X			X		X		X
26	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?	X			X		X		X



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera
 Magister en Administración de Negocios
 Licenciado en Administración
 CLAD. N° 18480

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Diamina Zapata Castro, con cédula de colegiatura 06563, con profesión Licenciada en administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018”, presentado por la estudiante universitaria Garcés Abramonte, Shirley Paola de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ANGELES DE CHIMBOTE
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
Elizabeth Zapata Castro
Lic. Elizabeth Zapata Castro
TUTORA ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1° OE	a) Identificar los elementos de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								
1	¿El sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permita a la empresa mantener el liderazgo en el mercado?	x			x		x		x
2	¿Los procesos estandarizados contribuyen alcanzar los objetivos de su empresa?	x			x		x		x
3	¿Los vehículos tienen un sistema de GPS en caso de asalto, robo o accidente en pleno tránsito?	x			x		x		x
4	¿Los recursos de su empresa se adecuan a la prestación de los servicios?	x			x		x		x
5	¿El manejo del transporte de carga en la compañía requiere de una estructura robusta a nivel estratégico, organizacional y operacional?	x			x		x		x
6	¿Evalúa constantemente la documentación que solicita el ministerio de transporte para seguir continuando circulando?	x			x		x		x
2° OE	b) Describir los beneficios de la gestión de calidad en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018								

7	¿Los choferes y colaboradores están calificados para brindar una buena atención?	x			x		x		x
8	¿Los choferes siempre ejecutan el servicio de forma fiable y cuidadosa al momento de trasladar su mercadería?	x			x		x		x
9	¿El tipo de gestión de calidad que ha implementado le permite la eficiencia de los vehículos en el trayecto de un punto hasta su llegada?	x			x		x		x
10	¿El sistema de gestión de calidad le permite generar mayor rentabilidad y valor a la empresa?	x			x		x		x
11	¿La mejora continua de servicios le permite mejorar la imagen externa de la empresa?	x			x		x		x
12	¿Se realizan actividades para mejorar el clima laboral y la motivación de los trabajadores?	x			x		x		x
13	¿Existe comunicación fluida entre los colaboradores de la empresa?	x			x		x		x

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
 CENTRO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
 Lc. Elizabeth Sepúlveda Castro
 TITULAR DEL PROF. ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL EVALUADOR



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
3° OE	c) Identificar los beneficios de la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.								
14	¿Usted es un cliente fiel de la empresa de transportes YKARSANDY?	x			x		x		x
15	¿Usted recomienda su experiencia vida en la empresa YKARSANDY con otras personas, como sus familiares y amigos?	x			x		x		x
16	¿Considera que la empresa YKARSANDY es reconocida en el medio empresaria?!	x			x		x		x
4° OE	d) Describir las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.								
17	¿A usted le han realizado encuestas contextuales sobre la calidad de servicio brindado en la empresa?	x			x		x		x
18	¿Usted está satisfecho con el servicio brindado por los colaboradores de la empresa?	x			x		x		x
19	¿La empresa cumple cuando le ofrece ofertas y promociones?	x			x		x		x
20	¿Usted está satisfecho con el traslado de su mercadería?	x			x		x		x
21	¿El personal es eficiente al momento de atender y dar soluciones a los reclamos?	x			x		x		x
22	¿Usted está satisfecho con el tiempo de espera, el orden en la	x			x		x		x

	entrega y almacenamiento de su mercadería?							
23	¿El personal ofrece un servicio rápido y eficiente?	x		x		x		x
24	¿Considera que los choferes están capacitados para ejercer su trabajo?	x		x		x		x
25	¿El personal conoce sus gustos y preferencias?	x		x		x		x
26	¿El personal le brinda una atención rápida y personalizada desde la primera vez?	x		x		x		x

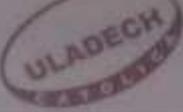
INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES Y CURSOS
 COPROVEENSA
 L.P. Elizabeth Capriles
 TUTORA LIC. PROF. ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL EVALUADOR

8. Turnitin

The screenshot displays a Turnitin submission interface. At the top, there are three columns: 'Título', 'Fecha de inicio', 'Fecha límite de entrega', and 'Fecha de publicación'. The main content area shows the submission details for 'Informe final asignatura - Reseñas Turistas - Unidad 1', submitted on 15 de abril 2024, 19:30, with a due date of 27 de abril 2024, 23:59. The submission status is 'Entregado' and the score is 75%. Below this, there is a table with columns for 'Título de la Entrega', 'Identificador del trabajo de Turnitin', 'Entregado', and 'Resultados'. The table contains one entry: 'Informe final asignatura - Reseñas Turistas - Unidad 1' with a Turnitin ID of 03110357, submitted on 25/04/2024 at 19:30, with a score of 75% and a status of 'Entregado Trabajo'. The sidebar on the right contains a list of navigation options, including 'Participantes', 'Insignias', 'Competencias', 'Calificaciones', 'Unidad 1', 'Demanda 1', 'Form de Apertura de la Asignatura 2023-1', 'Evidencias', 'Recursos Educativos', 'Recursos Digitales (Leyes de Datos)', 'Material Educativo', 'Certificado de Informe Final de Trabajo de Investigación', 'Informe Final Integrado - Reseñas Turistas', 'Entrega de Materia para la Investigación', 'Línea de Investigación', 'Orientador pedagógico SOCIOLOGÍA N° 01 (1° SEMESTRE)', 'CATEDRÁTICO 1° semestre - Catedra e Instrumentos...', and 'Servicio Alumno'.

9. Consentimiento informado


**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Sullana 21 de octubre de 2019

OFICIO N°. 001-2019 DTI ULADECH / CDRR

SEÑOR:

MIGUEL ARCANGEL AREVALO VILELA

ASUNTO:

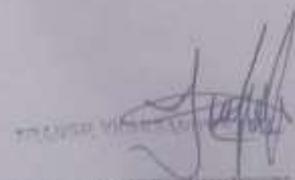
SOLICITO INFORMACIÓN PARA UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para manifestarle que, estoy realizando un estudio de investigación con el objetivo de determinar las principales características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes de carga YKARSANDY E.I.R.L. Sullana Lima Sullana año 2018.

Me gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio.

Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.


Miguel A. Arevalo Vilela
OCORR. E.

10. Evidencias

