



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA
LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO TRANSPORTE
INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS (CAMIONETA
RURAL) DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, 2018**

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

**AUTOR
HARO JARA, EINER**

ORCID: 0000-0003-3964-6282

**ASESOR
CHUNGA ANTÓN, CARLOS HUMBERTO
ORCID: 0000-0002-8131-6685**

**HUARAZ – PERÚ
2019**

1. Título de la Tesis

Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

2. Equipo de Trabajo

Haro Jara, Einer

ORCID: 0000-0003-3964-6282

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

ASESOR

Chunga Antón, Carlos Humberto

ORCID: 0000-0002-8131-6685

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

JURADO

Figueroa Quito, Silvia Isabel

ORCID: 0000-0003-2886-4809

Norabuena Mendoza, César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Figueroa Quito, Silvia Isabel

Presidente

Mgtr. Norabuena Mendoza, César Hernán

Miembro

Mgtr. Azabache Arquinio Carmen Rosa

Miembro

Mgtr. Chunga Antón, Carlos Humberto

Asesor

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

Agradecimiento

Agradezco a Dios que me ha guiado durante mi vida profesional, por ser mi apoyo, mi camino y ser el centro de fortaleza en momentos difíciles de mi vida, por brindarme una vida llena de conocimiento, aprendizaje y felicidad.

Le doy gracias a mis padres David y Beata por apoyarme en todo momento, por sus valores que me han inculcado, especialmente a ti madre, eres una mujer virtuosa que ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo y un ejemplo a seguir, y sin lugar a duda ha sido en gran parte gracias a ti, que hoy en día está en la presencia de Dios. A mis hermanos Abdias, Elvia, Nelson, Nelda y Yensy por ser parte de mi vida y representar la unión familiar; y a mi engréida Ajlee Amylee, tu afecto, tu cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo de mis ganas de buscar lo mejor para ti.

Agradezco a Universidad Católica los Ángeles de Chimbote “ULADECH” por haberme aceptado ser parte de esta prestigiosa universidad, las oportunidades que me han brindado son incomparables; a mis maestros en conjunto que se preocuparon por mi formación profesional para poder concluir con éxito.

Dedicatoria

A mis padres, David Haro Valdivieso y mi Madre Beata Jara Herrera que hoy en día está gozando en la presencia del señor Jesucristo, gracias a ellos que siempre me apoyaron incondicionalmente, dándome sus palabras de aliento para nunca bajar los brazos, quienes fueron los pilares fundamentales de mi vida, para poder lograr con éxito y que mi sueño se haga realidad.

A mis hermanos Abdias, Elvia, Nelson, Nelda, Yensy y mi hija Ajlee Amylee quienes siempre son y seguirán siendo mi motivación para no quedarme atrás en mis estudios y poder llegar a ser un modelo de perseverancia para ellos. No me alcanza para expresar el orgullo y lo bien que me siento por tener una familia tan asombrosa, gracias.

5. Resumen

En la actualidad las MYPES tienen una participación importante en el Perú, pues son el principal motor de desarrollo en el país, generando el 40% de Producto Bruto Interno, pero por desconocimiento de la gestión de calidad existen problemas serios, como el servicio de deficiente, insatisfacción en los clientes, empresas informales entre otros, generando que fracasen en el mercado. La siguiente investigación tuvo como objetivo incorporar las mejoras en los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros del Callejón de Huaylas, 2018. Para el estudio se utilizó una investigación de tipo cuantitativa de nivel descriptivo, se aplicó un diseño no experimental- transversal, la población y la muestra asciende a 30 representantes, a los que se aplicó un cuestionario de 39 preguntas, de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: En elementos tangibles el 70% expresaron que cuentan con un listado de tarifas, en la fiabilidad el 100% no toman la condición socioeconómica del pasajero, dentro de la capacidad de respuesta consideraron el 70% realizó el servicio eficiente, en la seguridad el 66,7% cuentan con libro de reclamaciones, en empatía el pasajero con 46,7 % afirmaron que se brinda un trato comprensivo. En conclusión, la incorporación de mejoras en los factores relevantes, repercuten positivamente en la calidad de servicio, pero no desarrollan, de una forma adecuada la gestión de calidad, ocasionando desventaja en la administración y generando el riesgo de ser retirados del mercado.

Palabras Clave: Calidad de Servicio, Gestión de Calidad, Micro y Pequeñas Empresas.

Abstract

Currently, MYPES have an important participation in Peru, as they are the main engine of development in the country, generating 40% of gross domestic product, but due to ignorance of quality management there are serious problems, such as poor service, customer dissatisfaction, informal companies among others, causing them to fail in the market. The following investigation aimed to incorporate the improvements in the relevant factors of quality of service for quality management in micro and small companies of the interprovincial passenger transport heading of Huaylas alley, 2018. For the study, a research was used Quantitative type of descriptive level, a non-experimental cross-sectional design was applied, the population and the sample amounts to 30 representatives, to whom a questionnaire of 39 questions was applied, of which the following results were obtained: In tangible elements 70 % expressed that they have a list of rates, in the 100% reliability they do not take the socioeconomic condition of the passenger, within the response capacity they considered 70% performed the efficient service, in security 66.7% have a book of claims, in empathy the passenger with 46.7% affirmed that a comprehensive treatment is provided. In conclusion, the incorporation of improvements in the relevant factors, have a positive impact on the quality of service, but they do not develop, in an adequate way, quality management, causing a disadvantage in the administration and generating the risk of being withdrawn from the market.

Key Words: Quality of Service, Quality Management, Micro and Small Businesses.

6. Contenido

	Pág.
1. Título de la Tesis	ii
2. Equipo de Trabajo	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iv
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	v
5. Resumen y abstract	vii
6. Contenido	ix
7. Índice de figuras, tablas y cuadros	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	13
2.1. Antecedentes.	13
2.2. Bases Teóricas de la Investigación	18
2.2.1. Calidad de servicio.....	18
2.2.2. Gestión de calidad.....	23
2.2.3. Micro y pequeñas empresas	33
2.3. Marco conceptual	37
III. Hipótesis	39
IV. Metodología	40
4.1. Diseño de la investigación.	40
4.2. Población y muestra	40
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	41
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5. Plan de análisis.....	43
4.6. Matriz de Consistencia	44
4.7. Principios éticos	45
V. Resultados.....	46
5.1. Resultados	46
5.2. Análisis de Resultado	54
VI. Conclusiones	70
Recomendaciones	72
Referencias Bibliográficas	74
Anexos	76

7. Índice de figuras, tablas y cuadros

Índice de figuras

<i>Figura 1</i> Ciclo de Deming	25
<i>Figura 2</i> Las siete herramientas clásicas de la calidad	27

Índice Tablas

<i>Tabla 1: Referente a las Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</i>	46
<i>Tabla 2: Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</i>	47
<i>Tabla 3: Características de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</i>	48
<i>Tabla 4: Características de la calidad del servicio en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</i>	50

I. Introducción

En la actualidad, donde el mundo está en un progresivo cambio, la globalización se encuentra inmersa en ello, evidenciándose en la calidad que se brinda en el servicio es un factor que se manifiesta para mejorar, demostrar competitividad y el compromiso con la calidad que se brinda, por parte del negocio, por lo que es necesario hacer uso de métodos, procedimientos y técnicas en la cuales, se puedan emplear modelos de calidad enfocado al servicio y al cliente, así mismo cumplir con los objetivos implementados por las micro y pequeñas empresas (MYPES), y sobresalir en su rubro; privando a la competencia de copiar; obviamente esta tarea se torna complicada, ya que es posible copiar muchas cosas de la empresa competidora; por ejemplo, los precios se pueden mejorar, los uniformes del personal se pueden también mejorar, la oferta de productos a través del incremento, e innovar en lo posible mejorarla también, realmente son pocas cosas las que no se pueden imitar, generalmente las cosas que no se ven son difíciles y hasta imposibles de imitarlas, entre esas cosas se encuentra el amor por el servicio, por el cliente, lo que está en el fuero interno de los servidores, que se toman las cosas con seriedad y que tienen un profundo deseo de servir con calidad enfocado a sus clientes; es ahí donde abarca el interés de la gestión de calidad que se ha posicionado mediante el uso de diversas estrategias que se enfocan en el éxito de la competitividad de una empresa y esto no es exclusividad de las grandes empresas o empresas transaccionales, pues también es necesario implementarlo en las micro y pequeñas empresas, donde se genera un aumento de exigencia por parte del consumidor, frente a la competencia de empresas con costos más accesibles en el mercado, así como la accesibilidad al procesamiento de productos, procesos y sistemas empleados, es ahí donde surge el estudio de Cronin y Taylor que desarrollan una escala en el cual se pueda medir la calidad que se percibe en el servicio, mediante la percepción del cliente, que ha sido demostrado por diversos investigadores que es un instrumentó fiable y con validez, en diversos uso en el contexto que se enfocan las empresas, en el cual se construyó un cuestionario específico exclusivo para conocer su servicio el cliente.

Alrededor del mundo siempre han estado presentes las pequeñas empresas como factores intervinientes en la económica de un Estado, en el sentido que todas estas inician en una escala pequeña, en todos los países que estén en desarrollo industrial constante o en vías de crecimiento, las empresas de nuestro interés representan entre el 80% y el 90% del total que compiten en el mercado, asimismo son la mayor fuente generadora de demanda laboral superando a las grandes empresas en dicha demanda, y lo más sorprende, es que dan empleo a un costo menor (Schumacher, 2008).

De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), cerca de la mitad con un 46% de las personas afirman que trabajan dentro de los sectores que mantienen baja productividad, dando como consecuencia que sigan en decremento socioeconómico, para muchos esto demuestra la existencia de obstáculos que impiden integrarse laboralmente, también la informalidad se evidencia en América Latina con un 47%, ya que la situación económica baja los obliga a desempeñarse en el sector informal (CEPAL, 2017).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), menciona que las micro y pequeñas empresas tienen relevancia e impacto dentro de la economía de un país, ya que es la clave para el incremento de demanda laboral y transformación en las actividades, de manera que están representada por un 98% de unidades de producción y con trabajadores conforma las tres cuartas partes de empleos que equivale a 127 millones de trabajadores en conjunto por los países de América Latina, pero mantiene los riesgos como constitución de negocios de manera informal y baja producción (Organización Internacional del Trabajo, 2015).

Con el pasar del tiempo va ganando más realce el enfoque de emprendedor que es uno de los componentes intervinientes que más aporta al desarrollo sostenible de los países. Apostar por una sociedad que beneficie a los emprendedores en los diversos ámbitos, económico, social y cultural, generando una economía más dinámica, innovadora, convirtiéndose en una fuente de oportunidades, se traduce en crecimiento para un país, todos los días en cada rincón del mundo, se comienza a impulsar cantidades que van

en incrementos de pequeñas empresas, las cuales desde su formación se chocan con un muro de conflictos, ya sean de origen administrativo, posicionamiento en el mercado, enfoque social o concientización ambiental. Ocasionalmente que las organizaciones puedan ser retiradas del mercado, viendo que la realidad de las micro y pequeñas empresas en su gran mayoría, dejan de abrir sus puertas en pocos años, sumándose a la tasa de mortalidad empresarial. A pesar de que las MYPES son la estructura fundamental del sector económico de cualquier gobierno, no se realiza el análisis del estado actual de dichas empresas, lo cual se debería priorizar para que los diferentes grupos de interés económico puedan proponer diseños basados en estrategias para el desenvolvimiento sustentable del sector en estudio (Aguilar, Oscar, Peña y Posada, 2015).

En Latinoamérica el surgimiento de las micro y pequeñas empresas, se da lugar mediante 2 formas: a) Se establecen formalmente, con una estructura adecuada, la cual les permite una apropiada gestión empresarial, desarrollándose en el sector de carácter formal de la economía b) Son las formadas por familias, que se caracterizan principalmente por una gestión, orientada a la supervivencia, dejando de lado temas como el costo de oportunidades de capital o los planes de inversión que permiten el crecimiento empresarial. Es así que las microempresas son el resultado de la creación del empleo propio como medio de sostenibilidad, en su gran mayoría las micro y pequeñas empresas en Latinoamérica son organizaciones informales (Valdés y Sánchez, 2012).

En base al Instituto de Estadísticas e Informática (INEI), dentro del Perú existen 2 millones 334 mil 219 empresas, donde con un 95% abarca empresas constituidas en las MYPES, con el informe expuesto por anual Doing Business desarrollado por el Banco Mundial 2019, el Perú se ubica en el puesto N° 51 en referencia a las 190 economías dentro de la seguridad de inversiones minoritarias, por lo tanto se destaca que las MYPES tiene una importancia en el dinamismo económico del Perú ya que tiene una gran asociación con el emprendimiento, de manera que es primordial que las MYPES se ajusten a brindar una calidad de servicio eficiente, pero para llegar a ello se necesita fundamentar modelo de calidad de servicio (Diario Gestión, 2019).

En el Perú el principal problema que se identifica es que el sector informal tiene más presencia en las micro, pequeñas y medianas empresas, según los resultados estadísticos obtenidos por el Ministerio de la Producción del año 2013 reflejan que el 61,2% de empresas están integrados de 1 a 100 colaboradores de carácter informal, es decir, 61 de cada 100 están en situación de informalidad. En el país se tiene 1. 873, 318 empresas aproximadamente en condición informal, de ahí resulta la pregunta ¿porque las micro y pequeñas empresas no se formalizan?, la respuesta es simple ser una empresa formal conlleva un costo muy alto. Por ello los microempresarios tienen el temor de que al formalizarse se genere muchos gastos, que no sean proporcional al ingreso económico de la empresa. Como expresa Hernando de Soto: “El sector informal no es fijo en la sociedad. La informalidad no es un sector preciso ni estático de la sociedad, sino una zona de oscura con una brecha relacionado con el área legal y donde las personas se reúnen cuando el beneficio es menor al costo de ser partícipes con la ley” (Loayza, 2008).

Analizar el problema enfocado en el área informal de las MYPES, se puede presenciar diversos factores, entre ellos el ineficaz uso de los instrumentos estratégicos para el desarrollo y la competitividad, difícil acceso o mercado cerrado a las adquisiciones del Estado, las actividades que incumplen la ley estipulada en MIPYME por parte de los gobiernos regionales y locales, el acceso difícil a herramientas tecnológicas, la SUNAT que mantiene su actividad recaudadora y no implementa un sistema tributario que aporte beneficiosamente a las micro y pequeñas empresas y el poco uso de técnicas de administración de calidad debido a la falta de preparación de los representantes de las micro y pequeñas empresas. El último factor mencionado es el más influyente en el desarrollo de una empresa, donde los empresarios al brindar servicios de calidad, aseguran su crecimiento en el mercado gracias a la preferencia del usuario, pero esto debe estar acompañado de la formalización (Tello, 2014).

En la actualidad apreciamos un mercado de libre competencia, donde el cliente está en busca de calidad, buenos precios y disponibilidad que deben ofrecer las empresas. Pero al existir una gran cantidad de empresas enfocadas a la distribución de los mismos productos en el mercado, el cliente evalúa la oferta y la demanda, quedando la

supervivencia de las empresas en mano de los usuarios. Por ello los servicios o productos ofrecidos por las empresas deben estar a la medida de lo esperado y la realidad de las necesidades de los clientes, siendo la calidad del servicio tan importante como el producto. Se debe tener en cuenta que la calidad es un valor referente en función al cliente. Para todas las empresas adaptarse a los actuales cambios de la calidad es una actividad con alto grado de dificultad, más aún para aquellas que no se encuentran en una situación más viable para emigrar a una mejor calidad, afectándolas en su desarrollo. Brindar servicios de calidad, para las empresas se está convirtiendo en una filosofía de trabajo única, para hacer frente a las organizaciones de tamaño industrial y comercializadores de alrededor del mundo, conocidos como empresas transnacionales, la necesidad del cliente actual es la adquisición de producto y/o servicio de gran calidad, que logren satisfacerles, de esta manera las organizaciones empiezan a mejorar a través de planes estratégicos que son puestos en prueba pilotos para mejorar el nivel de calidad y eficiencia tanto en el producto como en los procesos dentro de la organización. Una de estas medidas es planificar y poner en acción un sistema de gestión de calidad en el cual le permita administrar, optimizar procesos y procedimientos que les permita coordinar, mejorar los procesos y procedimientos que son empleados dentro de la empresa, optimizando los recursos, productos y servicios.

En otro punto, referente a la calidad de los servicios, por mucho tiempo se ha venido empleando el modelo SERVQUAL, un modelo norteamericano, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, inclusive los instrumentos de medición han sido establecidos en su confianza en muchos países del mundo; sin embargo, este modelo tiene sus detractores, Cronin y Taylor fueron quienes, basándose en el estudio de manera empírica desarrollados en las diversas organizaciones de servicios, contemplaron la siguiente conclusión de que el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio, de Zeithaml, Parasuraman y Berry no es el más correcto para poder realizar en Calidad de Servicio una evaluación más exacta frente al cliente. Por estas razones en la investigación en mención, se va a gestionar la calidad bajo el enfoque de este modelo. Entre los argumentos se explica que la escala SERVPERF se enfoca directamente en las percepciones, y no considera las expectativas de manera que se elimina las brechas, el modelo SERVPERF mantiene un alto grado con referencia a la

fiabilidad (coeficiente de Alpha de Cronbach es de carácter fiable con un 0.950) y de esta manera ser más confiable y predictiva que el modelo de escala SERVQUAL. Por estas razones justificadas en la presente investigación se va gestionar la calidad bajo la calidad de servicio con el enfoque de SERVPERF.

También en el Perú la importancia de las micro y pequeñas empresas ha hecho que el Estado promulgue la Ley MYPE, Ley N° 30056 “*Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*”, esta norma busca la promoción a este importante sector, apoyar su progreso y desarrollo y alentarlos a la formalización. En esta intención, mediante esta ley se les confiere una serie de beneficios laborales y tributarios para apoyar su crecimiento y de esta manera seguir generando empleos y reduciendo la pobreza en el país. Asimismo, según informes de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), al referirse sobre las MYPES, indican que la contribución de éstas en el Producto Bruto Interno (PBI) ha alcanzado el 42% y constituyen el 98% de la totalidad de empresas en el país y brindan trabajo al 81,96% de la población económicamente activa PEA- nacional, todavía las MYPES se encuentran en problemas, y su situación es delicada y hasta cierto punto frágil, la supervivencia de la MYPES arroja bajos índices, y tienen problemas de su consolidación (Avolio, Mesones y Roca, 2011).

En el caso puntual de Huaraz, las MYPES se multiplican y cobran mayor importancia luego de que en el 2001 se empezara a transferir en la cada Gobierno Regional y Local, una cierta cantidad del total de ingresos y las rentas conseguidas por el Estado bajo la explotación económica de los recursos de minería (metálicos y no metálicos), conocido como el “Canon Minero” a las diversas municipalidades provinciales y distritales de la Región, que son 20 municipalidades provinciales y 166 municipalidades distritales; como las transferencias de este canon sólo se pueden utilizar en inversiones, es decir en obras públicas, es que se genera en toda la sierra de Ancash un denominado boom de crecimiento del empleo, estas inversiones generan ingresos en la población, que antes de crearse el Canon Minero.

Debido a esta realidad, la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH), promueve que los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración establezcan como línea de investigación oficial al Sistema Integrado de Gestión, dentro del cual se contextualiza el presente estudio con el tema la calidad de servicio para la gestión de calidad.

Al realizar un análisis a nivel nacional, nos damos cuenta que actualmente el sistema de las empresas de transporte de pasajeros en el Perú mantiene un aumento progresivo en base a la demanda de pasajeros que cada año se incrementa, de manera que no cumplen con los anhelos de los clientes, ya que el servicio que brindan no garantiza el cumplimiento de normas y reglas, tampoco la condición óptima de sus vehículos. Todo esto genera una limitada inclusión social, sostenibilidad en el crecimiento económico y la integración del país. Nuestro servicio de transporte público terrestres afronta una realidad crítica en el ámbito público y privado, acompañado de una enorme informalidad, tanto de los prestadores de servicio como de los pasajeros, que incumplen con las normas de tránsito, circulación y niveles de seguridad escasos, que afectan la seguridad y calidad del servicio, generando un elevado índice de accidentes de tránsito a nivel nacional, en los últimos años se evidencia más en el transporte urbano de las zonas interiores del país.

En la ciudad de Huaraz, se encuentra con una gran cantidad de falencias, donde se puede observar, que a pesar que se ha implementado el código de protección y de defensa enfocado al consumidor indica dentro del Artículo N° 25 que en los productos o servicios que se comercializa en el área mercantil no debe tener efectos de riesgos de salud, ni de seguridad a los cliente y sus productos, lamentablemente lo mencionado no se respeta ocasionando riesgo físico de los pasajeros y no brindan un servicio de calidad. Por ello actualmente en la ciudad podemos observar que las empresas que prestan servicio de transporte público de pasajeros, vienen incumpliendo una gran parte de las normas y reglas, generando caos en los transeúntes, aglomeraciones dentro del vehículo con respecto a una excesiva cantidad de pasajeros que pueden transportar, otro punto de falencia es el exceso de velocidad con que manejan, donde incluso han llegado a modificar el kilometraje, en cuanto a los paraderos no existe un orden a pesar

que las normativas estipulan que solo deben recoger en cada paradero, por lo cual hacen caso omiso, ya que los dueños de estas empresas no realizan un buen sistema de calidad en su organización, algunos no cuentan ni con su propio paradero para estacionar sus vehículos, utilizando la vía pública como estacionamiento en el peor de los casos, lo que genera desorden y hasta accidentes (Espinoza, 2009).

Las micro y pequeñas empresas distribuidas en el sector servicio - rubro transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Huaraz, son parte de una fuente importante de ingreso económico para la ciudad, pero actualmente no ofrecen un buen servicio de calidad que logre satisfacer las necesidades de los clientes, y velar por su bienestar, de esta manera pierden posicionamiento en el mercado, con el ingreso de nuevas empresas en las rutas que ellos manejan, por ello se tiene que mejorar la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes tomando el modelo SERVPERF, ya que toda organización debe tener como finalidad generar satisfacción, logrando la fidelización de los clientes.

Todo el problema resulta de la informalidad, la falta de preparación y capacitación acerca del uso de modelos y herramientas de administración, que sirven como cimientos para brindar un servicio en base a los mejores estándares de calidad, al realizar la administración de sus empresas solo con el conocimiento adquirido por la experiencia, no pueden realizar cambios innovadores en su organización, que garanticen el éxito y no los lleven a formar parte de la tasa de mortalidad empresarial.

El interés que existe por gestionar con calidad, haciendo uso de diversas herramientas y estrategias, en este caso bajo el modelo SERVPERF, es porque los gerentes de estas MYPES, pertenecientes al rubro transporte interprovincial de pasajeros en camionetas rurales, no tienen una buena formación empresarial, y tienen limitaciones en las estrategias empleadas para gestionar con calidad, por lo que muchas veces pierden clientes; en Administración se conoce que los clientes que reciben un servicio con alta calidad, son clientes que repiten la compra del bien o utilizan los mismos servicios, y recomiendan el servicio a familiares y amigos, de esta manera aumenta la clientela para la micro empresa.

De esta situación observada se planteó como el problema a investigar: ¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018?, Con la finalidad de responder al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Incorporar las mejoras en los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Para alcanzar el objetivo general se diseñaron los siguientes objetivos específicos: (a) Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. (b) Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. (c) Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. (d) Identificar los factores relevantes de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. (e) Proponer un plan de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Centrándose en la investigación, se justifica socialmente en el sentido de que permitirá mejorar la calidad de servicio enfocado a la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, con ello se beneficiará a la población huaracina, entre los beneficiarios se encontrarán los representantes de las MYPES del rubro transporte interprovincial de pasajeros de las rutas distribuidas entre Cátac, Huaraz, Carhuaz y Caraz, así como también las personas y otras empresas que tienen relaciones

comerciales con estas empresas.

En la investigación se justifica en cuanto a lo teórico ya que servirá como antecedente y bases teóricas para estudios futuros realizados por otros estudiantes e investigadores tanto de la escuela de administración de nuestro prestigioso centro de estudios como por terceros, en lo práctico, los resultados que se obtuvieron servirán para alimentar sus conocimientos sobre gestión de calidad, aspecto muy importante en la carrera de Administración, ya que brindar un servicio de calidad implica repeticiones de compra, mayores clientes y mejores ingresos para los propietarios de las MYPES.

En cuando a la metodología se justifica qué en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) para la obtención de datos se realizó mediante la encuesta, aplicado a los gerentes de las MYPE que fueron objeto de investigación, y también se justifica que, para realizar el estudio, el autor tuvo que profundizar y ampliar sus conocimientos sobre la teoría existente sobre calidad de servicio para la gestión de calidad. Se consideró viable la realización de la investigación, ya que en la parte financiera existe la factibilidad de cubrir los gastos que demande en el transcurso de la investigación, se dispone, asimismo, del tiempo y los recursos materiales necesarios.

En el aspecto metodológico, la investigación fue de tipo aplicada - cuantitativa, dado que cuenta con una estructura que se puede calcular (medir) donde se utilizaron las mediciones numéricas y el análisis mediante la Estadística descriptiva. Es una investigación que fue de nivel descriptivo, porque buscó señalar y caracterizar la calidad de servicio y la gestión de calidad, en las micro y pequeñas rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

El diseño investigativo corresponde al no experimental y transversal. No experimental, debido a que se observó en la realidad sin tener acto de intervención que afecte a las variables de estudio. Se dice que fue transversal, porque la recopilación de datos se realizó tomando un momento único. La población de estudio estuvo conformada por 30 gerentes de las MYPES– rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta

rural) del Callejón de Huaylas, 2018. La muestra fue determinada también por los 30 gerentes de las MYPES, para lo cual se empleó el muestreo por conveniencia de la investigación de este proyecto. La recolección de los datos se realizó con el uso de la técnica denominado encuesta y su cuestionario respectivo como instrumento, para realizar la recopilación de la información destacada para el estudio, se usó la escala de nominal en las alternativas de respuesta.

Los datos obtenidos fueron procesados mediante el paquete IBM SPSS v. 25 para analizar los datos y elaborar los resultados, los datos se presentarán en tablas para su mejor visualización. En términos de financiamiento de los gastos, el autor asumió en su totalidad, cada uno de los gastos como son en materiales, talento humano y financiero, para concretar de manera oportuna los resultados de los objetivos planteados.

En cuanto a la información obtenida mediante la encuesta como técnica y el instrumentó fue el cuestionario, se concretó los siguientes resultados: de acuerdo al objetivo específico describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, se evidencio que el 56,7% tienen edad entre 31 – 50 años, en el caso de grado de instrucción se encontró que el 60,0% tiene superior no universitaria, en el cargo que desempeñan el 53,3% son administradores donde el 73,3% tienen de 4 y 7 años en el cargo. En cuanto al objetivo específico describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, se encontró un 70% tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro brindando el servicio, donde también con un 70% tienen de 11 a más trabajadores, en cuanto la constitución de la empresa con un 76,7% se evidencio que son de Sociedad de responsabilidad limitada. En base al objetivo específico determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, se evidencio que el 73,3% analiza la situación de la empresa mediante la información registrada, respecto al modo de planificar y plantear soluciones a los problemas el 60% establece prioridades para lograr concretar soluciones, en cuanto a la acción de efectuar cambios de solución el 53,3% casi siempre lo realiza, para la

medición de los resultados obtenidos el 60% se realiza mediante la recopilación de datos, en base a la implementación del plan de mejora el 70% toma como medida la capacitación del personal. En base al objetivo específico identificar los factores relevantes de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, se obtuvieron en cuanto a la dimensión de elementos tangibles que el 70% siempre cuentan con una lista de tarifario como elemento orientador al pasajero, con un 66,7% tienen los implementos necesarios para realizar la prestación de servicio, respecto a la dimensión de fiabilidad se encontró frente a la distinción socioeconómica el 100% no discrimina de ninguna forma en el aspecto socioeconómico, en cuanto al asiento reservado el 93,3% prioriza respetarlo durante la prestación del servicio, el 100% de personal cuentan con documentos en regla, respecto a la dimensión de la capacidad de respuesta el 83,3% se encontró que siempre se encuentra con disponibilidad de personal para realizar la prestación de servicio, en base a la dimensión de seguridad con el 46,7% se encontró que casi siempre garantizan la seguridad y precisión en el proceso de prestación de servicio, un 66,7% se tiene que cuentan con un libro de reclamaciones que se encuentran ubicadas en los puntos de control de llegada y salida de vehículos, en cuanto a la dimensión de empatía el 76,7% consideran que siempre tiene una planificación de horarios que se adecua a las necesidades de los pasajeros y finalmente el 60% del personal demuestra preocupación por el bienestar del pasajero.

Respecto a la presentación se llegó a la siguiente conclusión: Dentro de las empresas de transporte interprovincial de pasajero, no desarrollan de forma adecuada la calidad de servicio, de manera que no efectúan los procesos del ciclo de Deming para una buena gestión de calidad, ya que los representantes no cuentan con la capacidad para administrar de forma eficiente, ocasionando desventaja en la administración y generando el riesgo de ser retirados del mercado, el cual puede ocasionar daños un aumento de desempleo y reducir la calidad de vida del personal que labora en dichas empresas que presta el servicios.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes.

Internacional

Ospina y Betancurth (2018) en su trabajo de investigación denominado “*Análisis de la calidad de servicio al cliente enfocado a la Universidad de los Llanos, de acuerdo a la percepción de los estudiantes de Pregrado en base al Modelo SERVPERF.*”, tuvieron como objetivo general hacer un análisis de la calidad de servicio al usuario de la Universidad de los Llanos, de acuerdo a como perciben los estudiantes de pregrado, en el enfoque SERVPERF. La metodología usada fue el enfoque cualitativo-cuantitativo y con un diseño exploratorio- descriptivo. Se tuvo una población y una muestra de 4,350 y 78 estudiantes respectivamente, se usó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta, con 22 ítems según modelo SERVPERF. Donde se llegó obtener los siguientes resultados: el 47,08% mantiene una posición buena dentro de lo tangible como dimensión, el 42,8% afirman muy buena en cuanto a la dimensión de empatía, el 52,04% percibe buena en la dimensión capacidad de respuesta, el 65% afirman negativamente la dimensión de fiabilidad. Donde se llegó a una conclusión que la investigación indica que no expresa muy buena ni muy mala con referencia al servicio del cliente en la Universidad de los Llanos.

Ibarra y Casas (2015) en investigación denominado “*Aplicación del modelo SERVPERF dentro de la atención al cliente de Telcel, Hermosillo: un análisis de medición de la calidad en el servicio*” tuvieron como objetivo realizar una evaluación referente a la calidad de servicio realizado en los centros de atención de Telcel. Con un enfoque de investigación cuantitativa, el cuál toma una población infinita y se seleccionó una muestra de 285 usuarios. Donde se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, llegando a los siguientes resultados donde se mencionará en referencia a las 5 dimensiones, el promedio de 4.08 enfocado a elementos tangibles, el 3.76 orientado a la confiabilidad, el 3.95 en la dimensión con referencia a la capacidad de respuesta, el 4.09 en seguridad y el 4.05 en empatía. Conclusión: evidenciando los promedios se concluye la percepción de cliente se

enfoca la seguridad y los elementos tangibles, el cual se refiere en la valoración del trabajador en solucionar inconvenientes, así como la tranquilidad del cliente al ingresar al centro de atención.

Garay y Ballestas (2016) con su tesis denominado *“Evaluación dentro de la calidad en el servicio brindado por los Operadores de Telefonía Móvil en Cartagena desde la visión del cliente en base al modelo SERVPERF”*, cuyo objetivo fue determinar mediante la evaluación del servicio en base a la calidad que se ofrece por parte de la telefonía móvil, desde la perspectiva del cliente haciendo uso del modelo SERVPERF. Con una población de 1.255.625 personas de las cuáles se extrajo una muestra de 376 personas. En esta investigación la metodología fue cuantitativa-correlacional y de diseño descriptivo-transversal. Donde se utilizó como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. Llegando a un resultado a través de las dimensiones: de acuerdo a Virgin Mobile donde se obtuvo como resultados: En la dimensión de elementos tangibles el 10,53% las dependencias del centro de servicio al cliente son de aspecto modernos, en empatía el 16,56% el personal muestra un trato amable, seguridad el 18,09% la reposición o renovación de equipos en la telefonía móvil, no siempre se repara con facilidad, acceso a la comunicación 53,02% en algunas veces la calidad de sonido es buena, capacidad de respuesta el 41,58% las conexiones a internet algunas veces sufre interrupciones y fiabilidad el 23,86% la resoluciones de quejas y reclamos no siempre son rápidas. Conclusión: la calidad que percibe el cliente frente al servicio telefónico celular es afable en especial en Virgin Mobile, también que el crecimiento positivo referente a la satisfacción del cliente se debe a la optimización de acceso a la comunicación y la capacidad para brindar respuesta.

Nacional

Ponce de León (2017) con su tesis titulado *“La calidad de servicio enfocado a la satisfacción de los clientes de la asociación de empresas de Transportes de Automóviles Huancayo - La Oroya”*, se tuvo como objetivo general analizar en enlace entre la calidad de servicio en el rubro transportes y el beneficio del cliente de la asociación de transportes, la metodología de investigación es correlacional y su diseño

fue no experimental- transversal. Se determinó una población de 10.250 personas con una muestra de 365 personas. Haciendo uso del instrumento la encuesta y la técnica del cuestionario empleando el modelo SERVPERF y escala de satisfacción de cliente. Dando como resultado: El 64,3% no tienen documentación de la mejora establecida en su empresa, el 80% de las empresas tiene el tipo de Sociedad de responsabilidad limitada, 76% de las MYPES tiene ya años en su mercado en un intervalo de 10 a más años, el 65% del análisis de acuerdo a la herramienta causa y efecto se realiza mediante una visión de la experiencia personal, en cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta el 87,8% afirma que se realiza de manera eficiente el transporte, el 64,7% comunican a los usuarios de los destinos a llegar, el 85% cuentan con un personal encargado de realizar los cobros, facilitando al conductor que pueda realizar su actividad sin ninguna distracción de cobros, en la dimensión de fiabilidad se obtuvo que el 95% de los vehículos de transporte cumplen con las señales de tránsito, el 100% del servicio de transporte que se brinda, no involucra la condición socioeconómica como un requisito para recibir el servicio por parte del pasajero, el 85% del personal informa a los pasajeros sobre el destino de llegada y sobre alguna anomalía presentada en el servicio, en la dimensión de elementos tangibles se encontró que el 93% de los transportes cuentan con un ambiente agradable al pasajero, el 76,5% de los transportes cuentan con todos los implementos necesarios, el 56,7 % siempre cuentan con el personal que puede orientar al pasajero, el 97% dentro de los transportes, tienen un tarifario que orienta al pasajero, el 72% cuentan con el personal que tiene la capacidad de orientar a los pasajeros, en la dimensión de empatía el 80,7% realizan la planificación de los horarios teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, el 53,6% del personal se preocupa por ofrecer un trato especial a cada usuario, en la dimensión de elementos de seguridad, el 64,2% tiene su libro de reclamaciones, el 62,0% confía en su personal y el servicio que brindan, el grado de significancia es 0.06 entre la empatía y la satisfacción, también hay una significancia de 0.342, con la prueba de Pearson de 0.639 de relación en forma directa en medio de calidad de servicio y la complacencia del usuario de la empresa de transporte Huancayo, dando como resultado: conclusión: se muestra una asociación de tipo media entre calidad de servicio y satisfacción de usuario, también hay una asociación frágil entre empatía y la satisfacción que siente el cliente.

Blas y Cabrera (2018), en su tesis titulado *“El Modelo SERVPERF como herramienta para medir la calidad de servicio en una Empresa de transporte Público Urbano de Lima Norte en el Año 2017”*. Cuyo objetivo general fue describir el nivel de calidad de servicio bajo en modelo SERVPERF en empresas de transporte público urbano, Aplicando un estudio metodológico de investigación descriptiva con un diseño no experimental. Con una población infinita de usuarios de transporte, extrayendo 340 personas. Haciendo uso del cuestionario como instrumento y técnica la encuesta de acuerdo a las dimensiones los 22 ítems del modelo SERVPERF. Cuyo resultado fue: el 71.08% mantiene una percepción media frente a la calidad de servicio, el 64.9% afirman un nivel medio referente a la dimensión de elementos tangibles, en la dimensión de fiabilidad, el 98% priorizan el asiento reservado, el 100% del personal que realiza el servicio de transporte cuentan con documentos que lo acrediten y están en regla, referente a la dimensión de capacidad de respuesta el 79,8% siempre están dispuestos a ofrecer el servicio, respecto a la dimensión de seguridad el 48,1% ofrecen un servicio seguro y oportuno, el 59,3% de los trabajadores brindan un trato amable a los usuarios, en la dimensión de empatía se evidencia, 50,7% de los trabajadores ofrecen un trato comprensivo al cliente, el 68,7% de los trabajadores priorizan el bienestar del usuario, 53,8% del servicio responden a las necesidades de los usuarios, dando como conclusión: el desarrollo de este estudio investigativo es ver la realidad de la calidad de servicio enfocado a SERVPERF y las 5 dimensiones ya están validadas.

Zúñiga (2017) con su tesis denominado *“Grado de satisfacción de con referencia a los clientes de los servicios que ofrece el Hotel Libertador Arequipa, en base al Modelo SERVPERF, Arequipa – 2017”*, cuyo objetivo general fue analizar la satisfacción del huésped en los distintos servicios que brinda el Hotel Libertador Arequipa. Aplicado con un estudio metodológico de investigación descriptiva y el diseño de investigación no experimental. Donde la población fue de 2.500 personas y la muestra de 320 personas. Se aplicó una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumentó. Llegando a un resultado de: el 78,6% arma medianamente de acuerdo referente al tiempo de espera, el 93,8% evidencia fuertemente de acuerdo en

el interés de solucionar conflictos, el 76,3% afirma medianamente fuerte que el trabajador está dispuesto a solucionar problemas a través de la ayuda, el 72% menciona que brinda confianza a los huéspedes en merito a la dimensión de confianza, el 26% afirman un medianamente desacuerdo con respecto a la empatía y el 65% menciona de acuerdo con los elementos tangibles. En conclusión: se percibe en dimensión de fiabilidad es de acuerdo, capacidad de respuesta es fuertemente de acuerdo, en los elementos tangibles es mayoritario de manera positiva.

Regional y local

Tacunan (2016) en su tesis para su licenciamiento en administración titulado *“Caracterización de la Calidad de servicio en base al modelo SERVPERF en las Micro y Pequeñas Empresas en el sector servicios - rubro restaurantes en el Distrito de Huari, 2014”*, cuyo objetivo fue determinar cuáles son las características referentes a la calidad de servicio enfocado al modelo SERVPERF dentro de las micros y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes. En cuanto a la metodología de la investigación será descriptivo-cuantitativos y diseño de investigación no experimental transaccional. Tomando como población a 4,100 comensales, del cual se extrajo 230 clientes. para la obtención de los datos se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento el cual fue conformado por 22 preguntas cerradas. Dando como resultado: el 42,3% afirma estar conforme con los materiales enfocados al servicio, 39,6% manifiestan no está acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la sinceridad que muestran con interés en resolver una dificultad, el 55% también manifiesta no estar de acuerdo, pero tampoco desacuerdo en que los trabajadores estén disponibles para colaborar a través de ayuda a sus clientes. Generando la siguiente conclusión: Los clientes mantienen una percepción de eficiente frente a la calidad con los servicios que se brindan en los restaurantes.

Manrique (2018) en la tesis denominada *“Caracterización en la gestión de calidad bajo el Modelo SERVPERF en las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Venta, Mantenimiento y Reparación de Motocicletas del Distrito De Huaraz, 2015”*, cuyo objetivo general fue determinar cuáles son las características de la gestión

de calidad mediante el enfoque de modelo SERVPERF en las MYPE dentro del sector servicio en venta y reparación de motocicletas. El estudio metodológico de esta investigación fue cuantitativo y con un diseño no experimental-transversal, tomando una población de 235 clientes y una muestra igual de la población con muestreo aleatorio estadístico, realizados con el uso de cuestionario como instrumento el cuál será evaluado en el modelo SERVPERF. Dando como resultado: El 54.6% afirma en calidad de clientes en estar ni acuerdo con referencia a las instalaciones físicas de la empresa que no mantienen atractivo, el 48,5% afirma estar de acuerdo en la disposición de los trabajadores en ayudar, el 58,6% afirman tener una tendencia de estar de acuerdo en que el trabajador tiene disponibilidad de escuchar y el 49,8% afirman que se cumple y beneficia el horario al cliente y al personal que labora. Conclusión: en referencia a la encuesta hay una percepción deficiente referente a la calidad de servicio, debido que no hay interés por parte de la empresa mecánica en optimizar y brindar una mejor calidad de servicio.

2.2.Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1. Calidad de servicio

Se conceptualizan la calidad de servicio de acuerdo a la perspectiva de diversos autores.

Es la diferencia entre las diversas expectativas del cliente referente al servicio que se brinda, de manera que, si las expectativas son altas y la calidad de servicio baja, se evidencia la insatisfacción del cliente, de acuerdo a Lewis, Mitchel (Sánchez y Gonzáles, 2017).

La calidad de servicio es un conjunto de prestaciones, de carácter cuantitativo o cualitativo, que apuntan a una prestación principal, ya sea, un producto o servicio, también son actividades complementarias, donde mejora la satisfacción que recibe el cliente en base a sus actividades principales (Larrea, 2006, p.80).

Evaluación de la calidad del servicio

Se propone la integración de diseños de modelos de calidad de servicio, donde toman como atributos la valoración de la prestación de servicios, donde se especifica 2 posturas que las siguientes:

- a) Uso de Expectativas-Percepciones, donde se evidencia la brecha de la calidad de servicio entre la expectativa del cliente frente la percepción que mantiene después de haber se realizado la calidad de servicio, se ubica dentro de ellos los modelos como el modelo nórdico de calidad de servicio expuesto por Grönroos en 1984, también existe el modelo SERVQUAL “Service Quality”, que fue propuesto por Parasuraman Zeithaml y Berry en el año de 1985 (Torres y Vásquez, 2015, pp. 59-61).
- b) Uso solo de percepción del cliente, donde se mantiene la postura de que se debe realizar la evaluación de calidad de servicio en base a la percepción que mantiene el cliente, de manera que consideran que tomar como factor de evaluación las expectativas no tiene relevancia, ya que el cliente solo evidenciara su punto de vista después de recibir el servicio, dentro de esta postura se Cronin y Taylor en 1992 en base a la deficiencia del modelo SERVQUAL, es que definen el modelo de calidad de servicio denominado SERVPERF, también surge otro modelo llamado Jerarquía Multidimensional de Brandy y Cronin expuesto en el 2001 (Torres y Vásquez, 2015, pp. 59-61).

Modelo de calidad de servicio SERVPERF

Este modelo tiene su surgimiento en las críticas del modelo SERVQUAL, ya que era inconsistente frente a la evaluación de calidad de servicio, simplificando el proceso de evaluación, el modelo SERVPERF propone realizar la evaluación de calidad en base a la percepción que tiene el cliente frente a la calidad de servicio Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Dimensiones SERVPERF

Este modelo tiene su surgimiento en las críticas del modelo SERVQUAL, ya que era inconsistente frente a la evaluación de calidad de servicio, simplificando el proceso de evaluación, el modelo SERVPERF propone realizar la evaluación de calidad en base a la percepción que tiene el cliente frente a la calidad de servicio Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

a) Elementos tangibles:

La medición de esta dimensión se basa en aspecto como las instalaciones, limpieza, equipos y materiales con el que cuenta el negocio, para realizar sus actividades en el servicio brindado a los clientes (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006, p. 172).

En esta investigación, se define los siguientes indicadores:

- Lista de tarifas: Dentro del transporte de camioneta rural, debe estar visible para el pasajero, el tarifario de acuerdo al lugar y destino.
- Orientación por parte del personal: El pasajero debe estar en todo momento orientado, en caso se surgir algún inconveniente con el vehiculó, debe estar informado sobre el tiempo de llegada a su destino.
- Implementos necesarios: La camioneta rural debe contar con todos los implementos necesario como son los cinturones de seguridad en todos los asientos para evitar cualquier tipo de accidentes dentro del vehículo, así como botiquines, extintores y herramientas del vehículo en buen estado.
- El ambiente: El ambiente dentro de la camioneta rural debe satisfacer las necesidades del pasajero, el estado impecable de los asientos y accesibilidad permanente.

b) Fiabilidad:

La medición en esta dimensión es respecto a la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad que se efectuó correctamente (Camisón et al., 2006, p. 172).

En esta investigación, se define los siguientes indicadores:

- Distinción de condición socioeconómica: El pasajero que aborde la camioneta rural, no debe ser discriminado por su condición económica ni social, tanto por los pasajeros como por el personal que labora en la camioneta rural.
- Respeto al asiento reservado: Los pasajeros y el personal, deben tener en cuenta en todo momento el asiento reservado.
- Documentos en regla: Tener la tarjeta de propiedad del vehículo en regla, así como, su licencia de conducir del chofer, tarjeta de circulación y el SOAT vigente; también documentos necesarios para el cobrador.
- Comunicación con el pasajero: Para que el servicio que se brinde sea confortable al pasajero, debe existir comunicación de manera social entre ambas partes.
- Señalizaciones de tránsito: El conductor de la camioneta rural, debe respetar cada uno de las señales de tránsito, demostrando fiabilidad del servicio.

c) Capacidad de respuesta

La medición en esta dimensión se basa en la disponibilidad para atender a los clientes, también poder solventar algunas dudas que se presentan en el momento que del servicio (Camisón et al., 2006, p. 172).

En esta investigación, se define los siguientes indicadores:

- Cobro de pasajes: El personal debe estar atento a los cobros de pasajes en base al tarifario establecido, el personal debe ser un encargado de solo cobrar, de manera que el conductor pueda mantener la seguridad al conducir la camioneta rural.
- Servicio eficiente: El servicio debe mantener la eficiencia con el tiempo y la calidad de servicio que percibe el pasajero.
- Personal disponible: En todo momento el personal debe estar presto a la disposición del pasajero, para solventar dudas, incomodidades, etc.
- Comunican destino: El personal debe informar con un tiempo previsual antes de llegar al destino que el pasajero señaló.

d) Seguridad

Vizcaíno León y Pérez (2017) afirman que la medición en esta dimensión se basa en la habilidad del personal de la entidad para resolver problemas y al mismo tiempo brindar confianza y seguridad.

Camisón Cruz y Gonzáles (2006, p.172) mencionan que es la atención que muestra el colaborador de la organización, de manera que pueda inspirar credibilidad y confianza.

En esta investigación, se define los siguientes indicadores:

- El personal es confiable: El personal debe demostrar, ser confiable, para evitar dudas de parte del pasajero.
- Seguridad del pasajero: El personal debe asegurarse que el pasajero, esté en condiciones seguras en el momento del servicio para concluir en su lugar de destino.
- Amabilidad del personal: El personal debe mostrar amabilidad en todo momento a los pasajeros que hacen uso del servicio,
- Libro de reclamaciones: Todas las camionetas rurales, deben tener un libro de reclamaciones que este a disposición del pasajero, en sus puntos de control de salida y llegada de vehículos.

e) Empatía

Vizcaíno León y Pérez (2017) afirman que la medición en esta dimensión son las características que mantiene el cliente, con la cual se pueda ofrecer el servicio de una manera personalizada, cumplimiento como organización con el horario convenientes y para satisfacción del cliente.

Camisón Cruz y Gonzáles (2006, p. 172) mencionan que la empatía es la atención individual que ofrecen las empresas a sus clientes o consumidores, donde una organización genera comunicación y comprensión al cliente.

En esta investigación, se define los siguientes indicadores:

- Atención individualizada: El pasajero percibe un servicio único dentro de la camioneta rural, evidenciando con la actitud del personal.

- Horarios convenientes: El servicio de transporte debe mantener disponibilidad en los horarios que el pasajero requiere, facilitando su transporté pertinentemente.
- Trato comprensivo al pasajero: El personal mantiene en todo momento comprensión y el respeto, al comunicarse con el pasajero, de la misma manera, debe ser mutua.
- Preocupación por los pasajeros: Debe estar el personal atento a las inquietudes presentes en el servicio con referencia al pasajero.
- Comprender las necesidades: Percibir, por parte del personal, las necesidades que tiene con el pasajero con el servicio.

2.2.2. Gestión de calidad

El termino de gestión de calidad se empezó a difundir seguidamente después de la guerra mundial teniendo como finalidad hacer mejores productos el cual era distribuidos a sus clientes; actualmente se ha puesto como parte fundamental en un plan estratégico el cual logre posicionar en el mercado a la organización (Camisón et al., 2006, p.284).

Beltran, Carmona y Carrasco (2009) actualmente las organizaciones se enfocan en generar éxito en el mercado para ello tienen que mostrar resultados óptimos frente a los recursos que gestiona. De manera que se pueda establecer metodologías organizativas, asignación de funciones, actividades para obtener óptimos resultados en contraste con los objetivos trazados en la organización (p.9).

Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) afirman basado en el ISO 9001:2015 la gestión de calidad está conformada con los siguientes principios, los cuales son:

– **Enfoque basado en el cliente:**

Es la dependencia del cliente de cual se tiene que entender las necesidades del ahora y del futuro, generando una lealtad por parte del cliente (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

– **Liderazgo:**

Son la pieza fundamental dentro del ambiente laboral, donde incentiva a ser partícipes en los objetivos trazados en la organización (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

– **Compromiso del personal:**

Una de las bases fundamentales en una organización es el personal que realiza las actividades, en el cual pueden sus habilidades, si no existe interés por parte del personal y responsabilidad trae consecuencias como resultados fatales (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

– **Enfoque de procesos:**

El óptimo crecimiento y calidad del producto se maneja de acuerdo a las actividades que se desarrollan, pero relacionado con los procesos. Este enfoque de procesos de manera que se genera una solución más eficiente en el tiempo al generarse problemas. Algunos autores afirman que los enfoques de procesos se implementan con un capital económico, si existe un conflicto en un proceso no repercute en los demás, esa es la característica más resaltante (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

– **Mejora continua:**

Es el proceso progresivo de mejorar en una organización, algunos autores lo mencionan con un término “*Kaizen*”, cumplir con los objetivos de la organización y estar preparados para la próxima obtención de nuevos requerimientos (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

– **Toma de decisiones en base a hechos:**

El análisis de información tiene el objetivo de tomar decisiones de la manera más fría, objetivando las intuiciones de pronósticos futuros. El realizar un buen estudio y análisis puede generar mejorar respecto al servicio prestando empezando a aplicarse en un tiempo de corto plazo (Sirvent, Gisbert y Pérez, 2017, pp. 13-15).

La gestión de calidad mantiene diferentes definiciones en base a la percepción de cada autor, donde en general es un instrumento en cual direcciona y optimiza los recursos humanos y la mercadotecnia como un elemento enfocado al cliente.

Ciclo de Deming

Por los años cincuenta surge el concepto por parte de W.A. Shewhart, quien realizó la publicación en el año 1939 donde establece el ciclo denominado “Ciclo de Shewhart” que fue modificado por Deming y se adopta el nombre de “Ciclo de Deming” de acuerdo al Dr. William Edwards Deming (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006), el cual está representado en el siguiente gráfico:

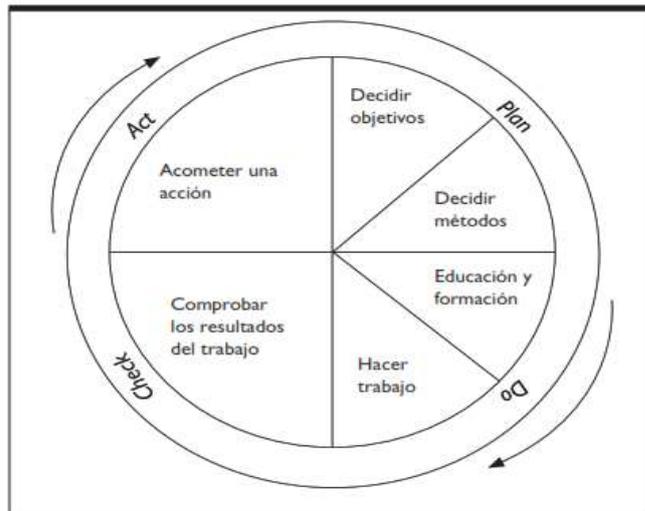


Figura 1 Ciclo de Deming

Fuente: El ciclo de Deming o PDCA. englobado en una mejora continua. Camisón, Cruz y Gonzáles (2006).

Descripción de cada etapa según Camisón, Cruz y Gonzáles (2006).

– **Planificar (Plan)**

Definir los objetivos

Como paso inicial se deben definir los objetivos y metas en referencia a lograr conseguir una buena calidad de servicio, incrementar la rapidez en la que se efectúa el servicio, estas deben ser claros y concisos para el entendimiento de todo el personal que labora en la entidad (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006, pp.877-880).

Definir los métodos a aplicar para concretar los objetivos

En este paso se estable los medios con el cual se podrán ejecutar y alcanzar los objetivos de la organización, haciendo uso de normativas

técnicas donde estipule las causas principales que afectan en los procesos, de manera que las normas deben ser también claros, concisos y sobre todo exista coherencia entre ellas (Camisón et al., 2006, pp.877-880).

– **Desarrollar (Do)**

Capacitación para ejecutar

Se realiza la educación y capacitación necesaria a todo el personal que están involucrados en los distintos procesos, el cual está dado de acuerdo a la jerarquía organizativa (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006, pp.877-880).

Poner en ejecución

Se ejecuta las normativas establecidas anteriormente en la planificación (Camisón et al., 2006, pp.877-880).

– **Verificar (Check)**

Comprobación de resultados

Dentro de la etapa de verificación se realiza la comprobación en base al trabajo que se está realizando, cada uno de los elementos dentro de esta etapa no solo se basan en calidad, también se puede concluir costes unitarios, cantidad de volumen de ventas y otros elementos (Camisón et al. s, 2006, pp.877-880).

– **Actuar (Act)**

Dentro de esta etapa puede surgir las siguientes situaciones:

Cumple con los objetivos

Esta situación se presenta cuando en la etapa anterior de verificación se logra concretar con el plan establecidos, de manera que se procede a establecer procedimientos que logren mantener la continuidad de los procesos (Camisón et al., 2006, pp.877-880).

No se logró alcanzar los objetivos

Esta situación es cuando en la etapa anterior de verificación se evidencia que es necesarios eliminar algunas anomalías presentadas en los procesos,

de manera que se hace una retroalimentación del ciclo PDCA (Camisón et al., 2006, pp.877-880).

Dentro de cada etapa Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) propone el uso de herramientas que se mencionan en el siguiente gráfico:



Figura 2 Las siete herramientas clásicas de la calidad

Fuente: *El ciclo de Deming o PDCA. Graficando la mejora continua* Camisón, Cruz y Gonzále (2006).

Principios de Deming

El doctor William Edwards Deming menciona a través de sus procedimientos para poder conseguir los “Principios de la Administración”, el cual son numeradas hasta 14 puntos, en donde ofrece establecer una base en la administración para planificar en un periodo a largo plazo, Dr. William Edwards Deming (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006):

a) Ser constancia para mejorar el bien o servicio

Las organizaciones deben orientarse a ser una familia, ya que una familia trata de solventar las necesidades de cada miembro. Los integrantes se unen a través de un conjunto de metas en el cual se genera un compromiso por parte de todos. Una característica peculiar es el compromiso de una organización

con el empleador. Cuando los ejecutivos no tienen marcado el compromiso con su personal, ocasiona resultados críticos. El personal no desarrolla sus actividades con la efectividad productiva de siempre (Gitlow, 2003).

Deming menciona en la existencia de la constancia mediante las obligaciones:

- Para que una empresa este en constante productividad, debe aportar los altos ejecutivos con un capital enfocado a la innovación en cual será planificado para su disposición a largo plazo.
- Asignar recursos para realizar orientación, capacidad investigativa con el propósito de optimizar la calidad.
- Optimizar el bien de una manera constante, siendo este el fin de la empresa para posicionarse en el mercado.

b) Adquirir nueva filosofía

Villaverde (2012), menciona que Deming se basa en la calidad, de manera que se llegara al grado de mejorar el producto por lo que relaciona la idea de una nueva filosofía para concientizar la calidad, El pensamiento como empresa debe ser buscar como prioridad la satisfacción de cliente, para ello cambiar nuestra forma de pensar e idear una nueva filosofía donde eliminemos el error y la negatividad.

c) No depender más de la inspección masiva

Villaverde (2012) el proceso de inspección no dará resultados como tal, sino se mejora dentro de las actividades de la producción.

El proceso de inspección masiva en algunas veces por decir en una mínima es confiable y eficaz. Existe un desorden de parte del grupo inspector hasta que concluyan los datos estadísticamente, debido a no coordinar entre ellos, pruebas caras o baratas que necesitan de mantenimiento, cuando una organización no tiene idea de cómo controlar y optimizar sus procesos, trae como consecuencia una predicción no confiable. Un grave conflicto de los inspectores es que al ser de tipo masiva trabajan bajo presión, el cual genera datos estadísticos menos confiables.

Pero teniendo un control estadístico de calidad no solo ayuda a la organización, sino influye en el proveedor para generar los productos que distribuye con mejor calidad.

d) Eliminar la práctica de hacer negocios basándose específicamente en el precio.

El precio no necesariamente es un indicador de medición de la calidad, entonces si ninguna herramienta y políticas adecuadas no generar calidad, dando resultados nefastos. Un punto esencial es que al adquirir los bienes o servicios se considera el costo total, el cual está conformado por el costo para el bien o servicio entre en productividad más el costo de adquisición (Villaverde, 2012).

El Dr. Deming que desarrollo bajo este principio en Ford y General Motors tuvo repercusiones en distintas organizaciones de manera factible y beneficiosa, de manera que las organizaciones entablaban con un único proveedor una relación social basado en la calidad del bien o servicio entregado para producción (Gitlow, 2003).

e) Mejorar constantemente y por siempre el sistema de producción y servicio

Este principio se enfoca una mejora continua o como otros denominan “*Kaizen*”, de manera que la optimización dentro de una organización no es solo una vez y concluir, pues para posicionarse en el mercado tiene que brindar la organización productos innovadores y de calidad, y eso depende de eliminación de desperdicios, una debilidad clave de una organización es el pensamiento del directorio ejecutivo que señalan como culpable a su personal de todos los problemas dentro de la producción.

Un punto esencial es la comprensión de los proveedores al involucrarse de forma constante, de manera que se integren en los procesos de producción para brindar mejor calidad de su servicio o producto (Gitlow, 2003).

f) Políticas de capacitación en el trabajo

Dentro de una organización el activo fundamental es el personal que labora, de manera que es el único activo que tiene una evolución contante dentro de las actividades que fueron asignadas, de manera que necesitan ser orientado y capacitados, de tal manera que obtenga una filosofía en la organización y puedan ejecutar óptimamente sus actividades. El ingreso de nuevo personal tiene que ser orientado al compromiso de metas y enfocado al cumplimiento de objetivos. Por el contrario, la una capacitación mediocre ocasiona conflictos como: peleas y conflictos entre el personal, el miedo de generar algún daño físico a el mismo u otro personal en el uso de sus funciones.

Pero si es óptima la capacitación trae consigo buenos resultados esto debido a: una orientación del nuevo empleado a sus funciones de la mejor manera para mejorar la calidad, genera seguridad y compromiso del empleador para realizar sus tareas sin el temor posible. En la capacitación la recepción de información de cada personal es diferente, debido a su grado de aprendizaje, de manera que se busca estrategias con el cuál puedan retener y aplicar la información brindada por el capacitador (Gitlow, 2003).

g) Instituir el liderazgo

El directorio ejecutivo debe mantener un objetivo claro que es guiar con un enfoque de liderazgo mas no como un grupo de jefes autoritarios, de manera que son los encargados de encontrar una solución dentro de la organización como: adquisición de productos defectuoso, mantener los equipos, etc. Demostrando al personal el interés de trabajo de parte del directorio ejecutivo. Otro enfoque Villaverde, (2012) afirma que es necesario capacitar a los encargados de supervisión con una filosofía Deming para un trabajo constante, dentro de la capacitación debe involucrar:

- Cualidades de un líder.
- Apertura de un ambiente de apoyo.
- La relación del líder y personal debe ser de un trato humano.
- Desarrollar relaciones sociales.
- Reducir tensión en el mercado.

- Incentivar el trabajo en equipo, así como aportación de parte del personal para optimizar el proceso productivo.

h) Desterrar error

Villaverde (2012) el personal no podrá ejercer sus funciones de una forma productiva si no se siente seguro, por ejemplos el personal tiene miedo de informa a la alta dirección los conflictos que están dando problemas de calidad, debido a que piensan que se tomaran medidas con el pago debido a que no cubren la cuota periódica de producción.

Dentro tenemos algunos indicadores que generar miedo:

- Perder el trabajo a través del despido.
- Posibilidad de sufrir daños.
- Ineficiente supervisión.
- Falta de información en el área y actividad que desempeña.
- Falta de información con los objetivos de la organización.

i) Eliminar las barreras entre áreas

Un error existente dentro de la organización es la falta de comunicaciones entre los procesos relacionados, de manera que generan retos a cumplir individualmente o resolver problemas de procesos productivos de formar que no haya trabajo en equipo.

Actualmente las organizaciones se enfocan a eliminar barreras entre departamentos, demostrando una actitud de trabajo en equipo para cumplir el conjunto de metas y llegar al objetivo. Al realizar una estructuración organizaciones es adonde inicia los problemas de barreras. Afirma Gitlow, (2003) que propiamente cada organización genera sus barreras de acuerdo a los siguiente:

- Deficiente comunicación.
- Falta de información de metas y objetivos de una organización.
- Políticas complicadas del cual no se puede interpretar.
- Miedo a una evaluación de desempeño.

j) Eliminar los lemas y las exhortaciones a la calidad

La creación de lemas por la alta dirección dentro de una organización no ayuda a desenvolverse en su actividad productiva, de manera eficiente el personal debería crear su propio lema, pero eso no hará que se mejore la calidad del producto. Se debe enfocar todo el dinero que se va a gastar en anunciar en murales de la organización, para generar optimización en los procesos. Incluso las empresas con certificación ISO son más radicales, todos tienen que ser enfocados a la calidad, pero no al mejoramiento real de dichos procesos (Gitlow, 2003).

k) Eliminar las cuotas y los objetivos numéricos para la dirección

Las cuotas solo se enfocan en mostrar números, mas no la calidad productiva que desarrolla el personal, de manera que la junta directiva debe eliminar estándares y enfocarse a un trabajo de liderazgo con sabiduría e inteligencia. Deming afirma que el cupo es un arma para evitar la calidad y productividad, de manera que no hay concordancia con la gestión de calidad (Gitlow, 2003).

l) Derribar las barreras que impiden el sentimiento de orgullo que produce un trabajo bien hecho

El personal que se enfoca en realizar un óptimo desempeño y no termina realizarlo, es debido a la supervisión mal orientada, equipos o materiales en estado con defectos de manera que generan una barrera para obstaculizarse un buen desempeño laboral (Gitlow, 2003).

m) Establecer un vigoroso programa de educación y entrenamiento

La organización no solo se dirige a reclutar buenas personas, sino que se está dando una mejora continua en su educación como tal, instruir mediante un programa de orientación de manera que adopten sus nuevas funciones de manera no tan brusca, de manera que el personal este enfocado en sus responsabilidades y evitar el desánimo (Gitlow, 2003).

n) Actuar para lograr la transformación

Este principio afirma que se debe impulsar los anteriores principios de la mano con un administrador estadístico, cada parte jerárquica de la organización debe enfocarse en la permanencia de la calidad. Dando el ejemplo el área ejecutiva debe proponer soluciones. Es necesario que los 13 puntos sean aplicados dentro de la organización como un equipo, así evitar que todos apunten su desempeño laboral en diferentes direcciones sin contribuir a la organización. Cada principio mencionado anteriormente debe ser comprendido por cada estructura jerárquica de la organización. Aunque cada principio se menciona de forma separado, será necesario el trabajo en conjunto en la organización de manera que no genere conflicto como la aparición de personales con desempeño laboral mejorador y otros no. En otros casos de las organizaciones los directivos son los que adoptan que principio utilizar para progresar a través de actitudes y acciones enfocado al compromiso de metas y objetivos de la organización Villaverde (2012).

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

La SUNAT (2016) menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización.

a) Características

De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, en su Artículo 5° menciona:

- El tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella.
- Se establecen como personas jurídicas o personas naturales.
- Las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.
- Las pequeñas empresas en cambio manejan sus ventas al año con un mínimo de 150 UIT y un máximo de 1,700 UIT.

a. Ministerio de Transportes y Comunicaciones

Es el órgano perteneciente al Poder ejecutivo, encargado de sistemas e infraestructura de transporte y/o comunicaciones del Perú. Dentro del área terrestre, el MTC es el impulso de iniciativas de construcción de vías, para apoyo del transporte público (Ministerio de transportes y comunicaciones, 2019).

Funciones del MTC.

- Formular planes sectoriales de desarrollo,
- Cumplimiento y fiscalización dentro del contexto normativo.
- Orientar en el ámbito de su competencia el funcionamiento de los Organismos Públicos Descentralizados, Comisiones Sectoriales y Multisectoriales y Proyectos.
- Distribuir derechos a través de autorizaciones, como son licencia de conducir, permisos, etc.

Marco legal

- Decreto supremo N° 007-2019-MTC que modifica el Reglamento Nacional de Vehículos, aprobado por Decreto Supremo N° 058-2003-MTC, y establece otras disposiciones, donde estipula que el transporte y tránsito terrestre se enfoca en satisfacer las necesidades de usuarios, y asegurar la salud y protección del ambiente. (Decreto Supremo N° 007-2019-MTC, 2019).

Marco legal

Dirección General de Transporte Terrestre (DGTT)

Tiene jurisdicción nacional, encargada de normar en transporte terrestre, autorizar, las prestaciones de servicios por carretera y servicios complementarios:

- Proponer y ejecutar las políticas orientadas a la administración de los servicios de transporte terrestre de personas y de mercancías.

- Proponer proyectos de normas, reglamentos y demás disposiciones relacionadas con las actividades de transporte y tránsito terrestre.
- Otorgar autorizaciones para la prestación de servicios de transporte terrestre de personas y de mercancías de ámbito nacional e internacional y sus servicios complementarios.
- Conducir la gestión y mantener actualizados los registros administrativos nacionales relacionados al transporte y tránsito terrestre por carretera, en coordinación con los gobiernos regionales y locales según corresponda.
- Mantener un sistema estándar de licencias de conducir; normar, coordinar y fiscalizar el proceso de otorgamiento de éstas a nivel nacional y emitir licencias de conducir en el ámbito de su competencia.

b. Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Cargas y Mercancías (SUTRAN)

De acuerdo a la ley N° 29380, ley enfocada a crear la SUTRAN, con la finalidad de brindar seguridad, tutelar los intereses públicos y hacer respetar los derechos de usuarios en el proceso de prestación de servicios de transporte terrestre que está conectado a la supervisión, fiscalización y control (Decreto Supremo N° - 06-2015, 2015).

Funciones Generales

- Supervisar y realizar el control de transporte terrestre dentro del contexto nacional e internacional.
- Controla el cumplimiento de las normativas dispuesta por el MTC.
- Sanción de contravención a la normativa en materias de su jurisdicción.
- Brindar opiniones de manera técnica de su competencia que puedan ser materia de contratos de concesión, a solicitud de la entidad representante del Estado, que pertenezcan a los contratos.

c. Aprueban el Reglamento Nacional de Vehículos.

De acuerdo al decreto supremo N° 058-2003 – MTC

Se clasifica los vehículos de transporte terrestre:

Vehículos de categoría M1:

- a. El peso considera dentro del parámetro mínimo es de 1200 kg, en el aspecto de cilindrada con parámetro también mínimo de 1450 cm³.
- b. Con denominación de “Servicio Escolar”, debe tener un rotulo de color negro, también en la parte delantera y posterior del vehículo consignando, que tenga las características de una altura mínima de 75 mm y un grosor mínimo de 10. mm.
- c. Dentro de los vehículos, por medida de seguridad de los escolares, no se empleará el espacio de equipajes como asiento.

Vehículos de categoría M2:

- a. En el servicio escolar los rótulos tienen que ser similar al M1, pero con altura de 100. Mm y con el grosor de 10. mm.
- b. Conteniendo mínimamente una puerta de servicio de acuerdo a la orientación, a lado derecho del vehículo.
- c. Hacer uso de la señalización de salidas de emergencia, con las respectivas instrucciones.
- d. El piso interior debe contener propiedad antideslizante.
- e. Asientos no rebatibles o plegables, tapizados o de fibra de vidrio, con estructura de tubos de acero, fijados a la estructura del vehículo y con distancia útil mínima entre ellos de 65 cm. Debe tener asideros cada asiento, en el espaldar.
- f. Establecer una señal con gran visibilidad para el conductor, que indique la posición “abierto” de la puerta de servicio.
- g. Establecer retrovisores de manera adicional en el marco de la puerta en la orientación delantera que de facilidad al piloto de salida y entrada de pasajero.
- h. Tener equipo de iluminación de color blanca tanto en los pasadizos como en los estribos, que tenga la función de brindar luz en el ingreso y salida del pasajero.

- i. Dispositivos de señalización óptica intermitentes adicionales (cuatro luces de color amarillo en la parte superior delantera y en la parte posterior dos rojas exteriores y dos amarillos centrales accionadas al abrirse la puerta).
- j. Cada asiente debe tener los cinturones de seguridad con mínimo 2 punto.

Vehículos de categoría M3:

- a. Debe cumplir con los requisitos de la categoría anterior M2 y reunir dentro de los parámetros mínimos 2 ventanas superiores de ventilación (claraboyas), posible de abrir en mínimo dos tiempos.
- b. División posterior del piloto con un ancho mínimo de 1m y altura mínima de 1.10 m.
- c. El parámetro mínimo en la altura interior, en la parte central no debe ser menor de 1,80 m.
- d. Freno auxiliar de tipo retardador hidráulico y electromagnético. Requisito exigible para los vehículos que, habiendo sido incorporados a partir del 1 de enero de 2004, presten el servicio de transporte escolar.
- e. En cuanto a la carrocería, el 100% de presentar el color amarillo.

2.3.Marco conceptual

Calidad de servicio

Es la percepción que mantiene el cliente en base al servicio que brinda la entidad, de manera que se debe equilibrar la expectativa y la calidad de servicio para cumplir con la satisfacción del cliente (Sánchez y González, 2017).

Camioneta rural

Es el vehículo automotor con el cual se realiza el transporte de personas con una cantidad máxima de 16 asientos y con el peso bruto de 4,000 kg (Ministerio de Transporte y Comunicaciones, 2015).

Gestión de calidad

Es el uso de técnicas, principios y prácticas para generar un plan estratégico con el objetivo de posicionarse en el mercado (Camisón, Cruz y González, 2006).

SERVPERF

Es un modelo de evaluación de calidad de servicio, donde se pone en énfasis la percepción que tiene el cliente después de haberse realizado el servicio, fue propuesta en 1992 por Cronin y Taylor, (Torres y Vásquez 2015).

SERVQUAL

Es un modelo de evaluación de calidad de servicio, donde se enfoca en la expectativa y la percepción de parte del cliente de manera que genera brechas, propuesta desarrollada por Parasuraman Zeithaml y Berry (Torres y Vásquez, 2015).

Transporte terrestre

El servicio de transporte terrestre está regulado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones económicos, el cual menciona que el transporte terrestre comprende el traslado de personas o mercaderías. Es una actividad de terceros de expansión en sus mercados en los últimos años, esto por el crecimiento de la industria que genera comercio y la movilidad de personas a nivel nacional e internacional (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2015).

III. Hipótesis

Debido a que, en la presente investigación, es de nivel descriptivo, no se formuló la hipótesis, de acuerdo con Arias (2012), los estudios descriptivos, se enfocan en la medición y recolección de información de diversos aspectos, dimensiones o propiedades del fenómeno que se investiga, con el propósito científico. Ya que la investigación descriptiva caracteriza un hecho, fenómeno o individuo, con el motivo de estructurar un comportamiento. Los resultados obtenidos se centran en un nivel intermedio en el conocimiento.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación.

Para realizar esta investigación se realizó mediante un diseño no experimental, donde se observó las variables de estudio en su contexto natural, sin manipulación deliberada ni afectar de manera intencionada (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

También de corte transversal, ya que, se realizó la obtención de información en tiempo único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Con un enfoque cuantitativo, ya que se empleó con una estructura numérica medible, donde se hizo uso de un instrumentó de evaluación y se realizó el tratamiento estadístico (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

En relación al nivel de investigación, se definió como descriptivo, porque se enfoca en las características más importantes de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.2. Población y muestra

La población es un conjunto de manera finita o infinita, donde mantienen características comunes, el cual queda limitada por el problema y los objetivos de estudio. La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectarán datos y que debe ser representativo de ésta (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La población considerada para esta investigación fue 30 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte interprovincial de pasajeros del Callejón de Huaylas 2018, esta información obtenida por el ministerio de transportes y comunicaciones (MTC), Huaraz. La muestra fue censal debido a que la población es relativamente pequeña, por ende, motivo es la misma cantidad que la población, donde se aplicó el cuestionario a los 30 representantes de las MYPES.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable principal	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicador	Escala de medición
Gestión de calidad	La gestión de calidad es el uso de principios que se enfocan al cliente, con la disposición de asumir diversos enfoques, para dirigir una organización, el recojo de información de las expectativas que tiene el cliente frente a un bien y/o servicio, Camisón, Cruz y González (2006).	Planificar	Se centra esta etapa en analizar un plan de acción para mejorar los procesos con la manipulación de métodos y técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de gestión de calidad. - Análisis de causa y efecto. - Plan de soluciones. 	Nominal
		Hacer	Es la ejecución de mejoras en cada una de las actividades de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de soluciones. 	
		Verificar	Es el análisis de los procesos involucrados en la mejora.	<ul style="list-style-type: none"> - Medición de resultados. 	
		Actuar	Es el replanteo de nuevos objetivos, mediante nuevos requerimientos de mejora.	<ul style="list-style-type: none"> - Implementa plan de mejora. - Documentación de procedimientos. 	
Variable principal	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicador	Escala de medición
Calidad de Servicio	Se define como la diferencia entre las diversas expectativas del cliente referente al servicio que se brinda, de manera que, si las expectativas son altas y la calidad de servicio baja, se evidencia la insatisfacción del cliente Lewis y Mitchel (Sánchez y González, 2017).	Elementos Tangibles	Se puede percibir de manera precisa, la existencia equipos, personas.	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de tarifas - Orientación por parte del personal - Implementos necesarios - El Ambiente dentro del vehículo 	Nominal
		Fiabilidad	Es algo confiable y que dará el mismo resultado siempre.	<ul style="list-style-type: none"> - No existe distinción de condición socioeconómica. - Respeto al asiento reservado. - Personal con documentos en regla. - Personal muestra comunicación con el pasajero. - Cumple con las señalizaciones de tránsito. 	

		Capacidad de Respuesta	Es dar con exactitud y perspicacia a los clientes lo que necesitan, lo que quieren.	<ul style="list-style-type: none"> - Cobro de pasajes de manera rápida. - Se realiza el servicio eficientemente. - El personal está siempre disponible. - Comunican cuando están cerca de llegar al destino.
		Seguridad	Es el esfuerzo que la empresa realiza para plantear, organizar, dirigir y brindar control de calidad en su sistema de producción.	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento confiable del personal. - El pasajero se siente seguro. - El personal es amable. - Cuenta con un libro de reclamaciones
		Empatía	Es comprensión los sentimientos y emociones, de manera que se experimenta de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.	<ul style="list-style-type: none"> - Atención individualizada. - Horarios convenientes. - Trato comprensivo al pasajero. - Preocupación por los pasajeros. - Comprensión de cada una de las necesidades.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que utilizo para la siguiente investigación fue la encuesta, que es una estrategia “oral o escrita”, con el fin de obtener información. En cuanto al instrumento que se empleo fue el cuestionario, conocido también cuestionario suministrado, debido a que solo el encuestado está en la factibilidad de realizar la encuestas, sin influencia del entorno (Arias, 2012).

En la investigación se empleó la técnica de la encuesta y el instrumentó que apporto fue el cuestionario, que fue aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. El estudio de la calidad de servicio para la gestión de calidad, se tuvo en cuenta el modelo SERVPERF, en donde la escala de medición es nominal.

4.5. Plan de análisis

Con el propósito de detallar las características principales de la gestión de calidad en base al modelo SERVPERF o calidad de servicio, para recolectar información para la siguiente investigación, se aplicó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, con una escala de nominal, donde surgió diversos inconvenientes como la disponibilidad para responder las preguntas por parte del encuestado, pero con perseverancias y paciencia se logró concretar la encuesta, que fueron ingresados al programa especializado estadístico SPSS versión 25.0 para su respectivo procesamiento, la presentación en tablas de los resultados para posteriormente elaborar el análisis, considerando que el alfa de Cronbach con una prueba piloto del 30% de la muestra para obtener un Alfa de Cronbach de 0.781 demostrando la fiabilidad del instrumento.

4.6. Matriz de Consistencia

Título: “Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.”

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología y diseño de investigación	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018?	<p>General: Incorporar las mejoras en los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. – Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. – Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. – Identificar los factores relevantes de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. – Proponer un plan de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018. 	Calidad de servicio en la Gestión de calidad	<p>Población: Estuvo conformada por 30 gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural).</p> <p>Muestra: Estuvo conformado por 30 gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural), de manera que es una muestra no probabilística y censal.</p>	<p>Tipo: El tipo de investigación fue cuantitativa y aplicativo.</p> <p>Nivel: El nivel de la investigación fue descriptivo, debido únicamente a la descripción más importante de la calidad de servicio como un factor relevante incide en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.</p> <p>Diseño: Para el diseño de investigación fue no experimental – transversal. No experimental, porque se estudió conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. También fue transversal, porque se enfocó en estudiar en un espacio de tiempo determinado, donde se tiene un inicio y un fin.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

Comité Institucional de Ética en Investigación (2019), la investigación se rige en los principios éticos presentado en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote expresado en lo siguiente:

Protección a las personas: No se someterán a juicios las respuestas de los encuestados, ya que son percepciones que tienen y deben ser respetados sin transgredir la dignidad humana.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Toda investigación que involucra el medio ambiente, animales y recursos naturales, deben priorizar el cuidado de estas, antes que de los fines científicos respetando al medio ambiente y a los animales evitando efectos adversos y maximizar beneficios.

Libre participación y derecho de estar informado: El investigador debe tener información de las actividades que se desarrollan en la investigación, donde debe primar la voluntad de las personas que participan en la investigación, el respeto a la dignidad humana y no causar daños.

Beneficencia no maleficencia: Debe primar el bienestar de la persona que será encuestada, de manera que el investigador no ocasionará ningún tipo de agresión o daños al encuestado y sobre todo primando el respeto mutuo.

Justicia: El investigador se debe enfocarse en mantener un juicio razonable, así como reconocer la justicia y equidad de los encuestados.

Integridad científica: La integridad debe primar en todo investigador, también extenderse al ejercicio profesional, en base a las normas deontológicas como profesional.

Consentimiento informado y expreso: El encuestado no debe ser obligado, de manera que debe primar la voluntad de este, dando aceptación al uso de los datos que brinde para el fin de esta investigación o la negación por diversos motivos.

V. Resultados

5.1.Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 - 30 años	9	30,0
31 - 50 años	17	56,7
51 más años	4	13,3
Total	30	100,0
Género		
Femenino	11	36,7
Masculino	19	63,3
Total	30	100,0
Grado de Instrucción		
Primaria	7	23,3
Superior no universitaria	18	60,0
Superior universitaria	5	16,7
Total	30	100,0
Cargo que desempeña		
Dueño	14	46,7
Administrador	16	53,3
Total	30	100,0
Tiempo que desempeña el Cargo		
0 - 3 años	5	16,7
4 - 7 años	22	73,3
7 a más años	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del callejón de Huaylas, 2018.

Tabla 2: Características de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Permanencia de la empresa en el rubro		
0 - 3 años	1	3,3
4 - 6 años	8	26,7
7 a más años	21	70,0
Total	30	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	7	23,3
6 a 10 trabajadores	2	6,7
11 a más trabajadores	21	70,0
Total	30	100,0
Constitución de la empresa		
Empresa individual de responsabilidad limitada	4	13,3
Sociedad de responsabilidad limitada	23	76,7
Sociedad anónima cerrada	3	10,0
Total	30	100,0
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	21	70,0
No familiares	9	30,0
Total	30	100,0
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancias	17	56,7
Subsistencia	13	43,3
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Tabla 3: Características de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Cómo analiza la situación de su empresa?		
A través de información registrada	22	73,3
Realiza registros de las actividades empresariales	3	10,0
Analiza los resultados de las actividades empresariales	4	13,3
N.A	1	3,3
Total	30	100,0
¿Cómo analiza las causas y efectos que repercuten en su empresa?		
Determina los principales problemas	8	26,7
Analiza los datos recopilados	2	6,7
Observa la experiencia personal	15	50,0
Realiza una lluvia de ideas	2	6,7
N.A	3	10,0
Total	30	100,0
¿Cómo planifica y plantea soluciones para problemas de su empresa?		
Realiza una lista de soluciones	3	10,0
Establece prioridades	18	60,0
Elabora un plan operativo	5	16,7
N.A	4	13,3
Total	30	100,0
¿Efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa?		
Nunca	2	6,7
Casi nunca	1	3,3
A veces	4	13,3
Casi siempre	16	53,3
Siempre	7	23,3
Total	30	100,0
¿Cómo mide los resultados obtenidos durante el proceso?		
Mediante la recopilación de datos de cada área	18	60,0
Con la evaluación de los cambios en las actividades	6	20,0
Con la evaluación de la situación pasada con la presente	1	3,3
N.A	4	13,3
Total	30	100,0
¿De qué manera implementa el plan de mejora para su empresa?		
Mediante la capacitación del personal	21	70,0
Estableciendo nuevas responsabilidades	4	13,3
Definiendo nuevas operaciones	2	6,7

N.A	3	10,0
Total	30	100,0
¿Documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido?		
Nunca	4	13,3
Casi nunca	16	53,3
A veces	5	16,7
Casi siempre	3	10,0
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Tabla 4: Características de la calidad del servicio en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Cuenta con una lista de tarifas en base a los destinos, en la prestación de servicio para orientar al pasajero?		
A veces	2	6,7
Casi siempre	7	23,3
Siempre	21	70,0
Total	30	100,0
¿El transporte de pasajeros cuenta con el personal para informar y orientar al pasajero?		
A veces	6	20,0
Casi siempre	17	56,7
Siempre	7	23,3
Total	30	100,0
¿El transporte de pasajeros cuenta con los implementos necesarios para realizar la prestación del servicio?		
Casi nunca	1	3,3
A veces	4	13,3
Casi siempre	5	16,7
Siempre	20	66,7
Total	30	100,0
¿Usted cree que el ambiente dentro de los vehículos está acorde de las reglas establecidas?		
A veces	5	16,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	14	46,7
Total	30	100,0
¿En la prestación de servicio no se considera una distinción en base a la condición socioeconómica?		
Siempre	30	100,0
Total	30	100,0
¿En el transporte de pasajero se prioriza el asiento reservado?		
Si	28	93,3
No	2	6,7
Total	30	100,0
¿Dentro del transporte de pasajero, el personal cuenta con todos los documentos en regla?		
Siempre	30	100,0
Total	30	100,0

¿Usted cree que las unidades vehiculares se brinda información (comunicación) pertinente por parte de los cobradores?

Casi nunca	1	3,3
A veces	2	6,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	22	73,3
Total	30	100,0

¿El conductor respeta las señalizaciones de tránsito al momento de realizar la prestación de servicio?

A veces	1	3,3
Siempre	29	96,7
Total	30	100,0

¿El transporte de pasajeros cuenta con un personal para realizar los cobros de pasajes de manera rápida?

Si	28	93,3
No	2	6,7
Total	30	100,0

¿El transporte de pasajero se realiza de manera eficiente?

Casi nunca	1	3,3
A veces	1	3,3
Casi siempre	7	23,3
Siempre	21	70,0
Total	30	100,0

¿El personal demuestra siempre disponibilidad para realizar la prestación el servicio?

A veces	1	3,3
Casi siempre	4	13,3
Siempre	25	83,3
Total	30	100,0

¿Se informa de manera anticipada la cercanía del destino del pasajero?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	4	13,3
A veces	1	3,3
Casi siempre	6	20,0
Siempre	18	60,0
Total	30	100,0

¿Confía en la integridad del personal al percibir la prestación de servicio?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	1	3,3
A veces	4	13,3
Casi siempre	18	60,0
Siempre	6	20,0
Total	30	100,0

¿La empresa garantiza seguridad y precisión al momento de prestar el servicio?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	3	10,0
A veces	4	13,3
Casi siempre	14	46,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0

¿El personal demuestra amabilidad al realizar el servicio?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	3	10,0
A veces	2	6,7
Casi siempre	18	60,0
Siempre	6	20,0
Total	30	100,0

¿El transporte de pasajero cuenta con un libro de reclamaciones en caso de existir alguna disconformidad con el servicio?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	2	6,7
A veces	1	3,3
Casi siempre	6	20,0
Siempre	20	66,7
Total	30	100,0

¿En la prestación del servicio de transporte de pasajeros se realiza una atención individualizada?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	4	13,3
A veces	11	36,7
Casi siempre	9	30,0
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0

¿En las programaciones de los horarios se ha planificado adecuadamente de acuerdo a los requerimientos de los pasajeros?

Nunca	1	3,3
Casi nunca	2	6,7
A veces	1	3,3
Casi siempre	3	10,0
Siempre	23	76,7
Total	30	100,0

¿En la prestación del servicio, el personal realiza un trato comprensivo al pasajero?

Nunca	2	6,7
Casi nunca	4	13,3
A veces	2	6,7

Casi siempre	14	46,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0
¿El personal se preocupa por el bienestar del pasajero?		
Nunca	2	6,7
Casi nunca	1	3,3
A veces	3	10,0
Casi siempre	6	20,0
Siempre	18	60,0
Total	30	100,0
¿Las unidades vehiculares de su empresa cubren todas las necesidades del pasajero con el servicio prestado?		
Nunca	1	3,3
Casi nunca	1	3,3
A veces	6	20,0
Casi siempre	17	56,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

5.2.Análisis de Resultado

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Tomando en cuenta la edad, el 56,7% comprenden una edad entre 31 a 50 años (Tabla 1), este resultado se contrasta con Zúñiga (2017) que obtuvo que el 50% tienen una edad de 19 a 35 años, también se contrasta con los resultados obtenidos por Blas y Cabrera (2018), se obtuvo que el 60% tiene de 41 a más años de edad. Esto evidencia que la mayoría de representantes de las MYPES del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, se encuentran entre la edad de 31 a 50 años, puesto que en ambos casos se estudia la misma población. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, las cuales pueden ser establecidos como personas jurídicas o personas naturales.

En cuanto al género, el 63,3% pertenece al género masculino (Tabla 1), este resultado coincide con el resultado obtenido por Blas y Cabrera (2018) señala en su investigación que se obtuvo el 60% son de género masculino. Pero contrastan con lo obtenido por Zúñiga (2017) que el 54% son del género femenino. Esto evidencia que los representantes de las MYPES del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, un poco más de la mitad son de género masculino, puesto que son el género más involucrado en este rubro. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, las cuales pueden ser establecidos como personas jurídicas o personas naturales.

Con respecto a la formación, el 60% cuenta con un grado de instrucción superior no universitaria (Tabla 1), este resultado coincide con los de Zúñiga (2017) que el 55,4%

tenían un grado de instrucción superior no universitaria. Pero contrastan con los resultados de Blas y Cabrera (2018), quien en su trabajo de investigación obtiene que el 45,5% son de grado de instrucción superior universitario. Evidenciando así que una parte mayor de los representantes de MYPES, rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, cuentan con estudio superior no universitario, permitiendo desenvolverse en su rubro. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, las cuales pueden ser establecidos como personas jurídicas o personas naturales.

Tomando como referencia al cargo que desempeña, el 53,3% desempeña el cargo de administrador de la empresa (Tabla 1), este resultado coincide con lo obtenido por Zúñiga (2017) que el 56,4% desempeñan en cargo de administrador. Pero este resultado contrasta con lo obtenido por Blas y Cabrera (2018) quienes en su investigación obtuvo que el 50,7% son dueños. Se evidencia que los representantes de las MYPES, rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, un poco más de la mitad desempeña el cargo de administrador, ya que dirigen la organización adecuadamente. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, las cuales pueden ser establecidos como personas jurídicas o personas naturales.

En base al tiempo que desempeña en el cargo, el 73,3% se desempeña en su cargo entre 4 a 7 años (Tabla 1), el resultado coincide con lo obtenido por Zúñiga (2017) donde el 69,6% desempeñan su cargo ya 5 a 8 años. Pero estos resultados contrastan con lo obtenido por Blas y Cabrera (2018) quien en su investigación obtuvo que el 57% tienen de 7 a más años. Evidenciando que los representantes de las MYPES, rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, más de la mitad se desempeña en su cargo entre 4 a 7 años, sin importar la orientación de mercado

de dicho sector. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, las cuales pueden ser establecidos como personas jurídicas o personas naturales.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

En base a los años de permanencia: El 70% mantienen su permanencia en el rubro entre 7 a más años (Tabla 2), este resultado coincide con lo obtenido por Ponce de León (2017) que manifiesta que un 76% de las MYPES tienen ya años en su mercado en un intervalo de 10 a más años, también coincide con Tacunan (2016) que afirma que el 58% se encuentran establecidas ya entre 11 a más años en el mercado, también coincide con Manrique (2018) que menciona el 68% de las MYPES tienen su permanencia en el intervalo de 7 a más años. Esto evidencia en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 tiene una permanencia de 11 años a más, ya que este transporte terrestre tiene permanencia desde varios años, debido al posicionamiento que lograron en estos años estableciendo una fijación de rutas y aportando en el servicio de transporte de pasajeros. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, donde el tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella y las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.

En cuanto al número de trabajadores: el 70% de estas MYPES poseen un personal que esta entre 11 a más trabajadores (Tabla 2), este resultado mantiene una coincidencia con Tacunan (2016) que manifiesta un 83% de las MYPES están conformadas por 10 a más trabajadores, también coincide con Manrique (2018) que manifiesta 62% de las MYPES poseen entre 15 a más trabajadores de acuerdo al número de puestos de trabajo. Esto

evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 poseen más de 11 trabajadores para solventar el servicio de transporte, de acuerdo al horario establecido y poder brindar el mejor servicio en cualquier momento que el cliente tenga la necesidad de transportarse. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, donde el tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella y las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.

De acuerdo al tipo de constitución de la empresa: el 76,7% tiene el tipo de Sociedad de responsabilidad limitada (Tabla 2), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) que manifestaron que el 63% tienen el tipo de Sociedad de responsabilidad limitada, también existe una coincidencia con Ponce de León (2017) que expresa que el 80% de las empresas tiene el tipo de Sociedad de responsabilidad limitada. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 predomina la Sociedad de responsabilidad limitada, demostrando que dentro de las MYPES existen entre 1 a más socios para coordinación y toma de decisiones, de manera que aporte a la rentabilidad de la organización. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, donde el tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella y las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.

Tomando cuenta a las personas que trabajan: el 70% esta conformadas por trabajadores que mantiene parentesco familiar (Tabla 2), este resultado coincide con Zúñiga (2017) que en su estudio de investigación nos dice que, el 89% están conformadas por trabajadores que mantiene un vínculo familiar. Pero contrasta con Ibarra y Casas (2015)

ya que obtuvieron que el 10% de los trabajadores tiene una relación de parentesco tipo familiar. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, demostrando que dentro de las MYPES están conformadas por trabajadores que mantiene un vínculo familiar, ya que tratan de mejorar su calidad de vida apoyándose mutuamente. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, donde el tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella y las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.

En base al objetivo de la creación: el 56,7% de las MYPES se enfocan en generar ganancias (Tabla 2), estos resultados coinciden con Blas y Cabrera (2018) donde manifiestan que el 78% de estas empresas tiene como objeto de creación generar ingresos, también coincide con Tacunan (2016) que, de acuerdo a su estudio, el 50% de las empresas tienen el fin de generar ingresos. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 tiene como objetivo generar ganancias para poder mejorar la calidad de vida de los dueños como también de sus trabajadores, así mismo brindando oportunidad dentro de este rubro con demanda laboral que conlleva tener para satisfacer a los pasajeros del transporte. De acuerdo a la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, menciona que las MYPES son estructuras económicas que desarrollan diversas actividades como son la extracción, producción y transformación de bienes y/o servicios para su comercialización, donde el tamaño de las empresas no se mide por la cantidad de trabajadores que laboran en ella y las microempresas mantienen sus ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT unidades impositivas tributarias.

Características de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

En base al análisis de la situación de su empresa, el 73,3% afirma que se realiza a través de información registrada (Tabla 3), estos resultados coinciden con Ibarra y Casas (2015) que afirmaron un 80% de las empresas analizan situación actual mediante el registro de información. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 realizan en un determinado tiempo el análisis de situación actual como empresas, donde puedan evidenciar su realidad y algunas deficiencias que se puedan presentar. La gestión de calidad en base a uno de sus principios la toma de decisiones en base a hechos, realiza el análisis de información para tomar decisiones de manera más fría, al ejecutar un buen estudio y análisis puede generar mejoras respecto al servicio prestado empezando a aplicarse en un tiempo de corto plazo (Gisbert y Pérez, 2017).

Tomando el análisis de las causas y efectos que repercuten en su empresa, el 50% realizan con la observación de la experiencia personal (Tabla 3), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que afirma un 65% del análisis de acuerdo a la herramienta causa y efecto se realiza mediante una visión de la experiencia personal. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 realizan el análisis de causa y efecto para determinar conflictos, problemas y fortalezas que pueda aprovechar, todo esto mediante la visión por parte de la experiencia del personal. De acuerdo a la gestión de calidad, se debe establecer los medios con el cual se podrán ejecutar y alcanzar los objetivos de la empresa, empleando las normativas técnicas donde se especifiquen las causas principales que afectan los procesos, en el sentido que las normas deben ser claros, concisos y existiendo coherencia entre ellas (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006).

En relación a la planificación y planteamiento de soluciones, el 60% afirma que establece prioridades (Tabla 3), este resultado coincide con Zúñiga (2017) que afirman que el 93,8% priorizan los conflictos que más afectan a la empresa para dar solución. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 plantean soluciones ante el

surgimiento de problemas, tomando los casos que exigen prioridad para no afectar dentro de los procesos dentro de la empresa. Una de las etapas de la gestión de calidad es el planificar como paso inicial donde se definen los objetivos y metas en referencia de lograr conseguir una buena calidad de servicio, incrementar la rapidez en la que efectúa el servicio, estas deben ser claros y concisos para el entendimiento de todo el personal que labora en la entidad (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006).

En base a la manera que efectúan cambios e incorporan soluciones, el 53,3% efectúan casi siempre en las MYPES (Tabla 3), este resultado coincide con Tacunan (2016) que manifiesta un 62% realizan cambios e implementan soluciones para mejorar dentro de la empresa. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 toman decisiones al realizar los cambios y poder implementar soluciones a los conflictos surgidos en las actividades de las empresas, de manera que aporte a mejorar a la empresa. Una de las etapas de la gestión de calidad es el desarrollar, donde se realiza la educación y capacitación necesaria a todo el personal que están involucrados en los distintos procesos, el cual está dado de acuerdo a la jerarquía organizativa (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006).

En base a la forma de medir los resultados obtenidos durante el proceso, el 60% realiza mediante la recopilación de datos de cada una de las áreas (Tabla 3), este resultado coincide con Garay y Ballestas (2016) que mencionan que el 67,3% realizan la medición de resultados que obtuvieron mediante el recojo de información de cada dependencia. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 realizan la medición de resultados de su mejorar, mediante la obtención de información de cada área que involucra la mejora. De acuerdo a una de las etapas de la gestión de calidad el verificar, dentro de la etapa de verificación se realiza la comprobación en base al trabajo que se está realizando, cada uno de los elementos dentro de esta etapa no solo se basan en calidad (Camisón, Cruz y Gonzáles, 2006).

En base a la manera que implementan el plan de mejora, el 70% afirma que realizan la implementación de la mejora, capacitando al personal involucrado en dicho plan (Tabla 3), este resultado coincide con Garay y Ballestas (2016) mencionan que el 92% orientan al personal, para establecer continuamente la mejora realizada como prueba piloto. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 realizan la medición de resultados de su mejorar, mediante la obtención de información de cada área que involucra la mejora. La gestión de calidad cuenta con la etapa de actuar, siendo la situación que se presenta cuando en la etapa anterior de verificación se logra concretar con el plan establecido, procediendo a establecer procedimientos que logren mantener la mejora de los procesos (Camisón, Cruz, y Gonzáles, 2006).

Referente a la documentación de los procesos aprendidos, el 53,3% casi nunca documentan lo aprendido en el desarrollo de plan de mejora (Tabla 3), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que manifiesta que el 64,3% no tienen documentación de la mejora establecida en su empresa. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 no tienen un informe de mejora donde estipulen los procedimientos establecidos, de manera que la experiencia empírica predomina como un aprendizaje de plan de mejora en estas MYPES. La gestión de calidad en su etapa de actuar, al verificar el logro de objetivos, se realiza el registro documentario de los procedimientos desarrollados, de manera que puede servir para realizar una retroalimentación (Camisón, Cruz, y Gonzáles, 2006).

Características de la calidad del servicio en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018.

Dimensión de elementos tangibles

En cuanto al tarifario en base a los destinos, el 70% manifestaron que siempre cuentan con un listado de tarifas dentro de la camioneta rural (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que afirma que en un 97% dentro de los transportes, tienen un tarifario que orienta al pasajero. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del

rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 cuentan casi en su totalidad con un tarifario establecido, de manera que oriente al pasajero al momento de recibir el servicio de transporte. Los elementos tangibles se basan en aspectos como instalaciones, limpieza, recursos como equipos y materiales con el que cuenta el negocio, para realizar sus actividades para el servicio brindado a los clientes, dentro del transporte de camioneta rural, debe estar visible para el pasajero, el tarifario de acuerdo al lugar y destino, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Con respecto al personal que cuenta para informar y orientar al pasajero, el 56,7 % siempre cuentan con el personal que puede orientar al pasajero (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) manifestado que el 72% cuentan con el personal que tiene la capacidad de orientar a los pasajeros. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 tienen a disposición del personal capacitado para orientar a los pasajeros en las diversas rutas. La empresa para prestar el servicio de manera eficiente debe contar con personal capacitado en este sector, también tener en buenas condiciones los elementos tangibles como las instalaciones, limpieza, recursos como equipos y materiales para el brindar un buen servicio a los usuarios, para ello el pasajero debe estar orientado por parte de personal encargado en la prestación del servicio, en caso de que no pueda saber si la camioneta rural llega a su destino, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

En referencia a los implementos necesarios para la prestación del servicio, el 66,7% afirma que siempre cuentan con los implementos (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) manifestando con 76,5% de los transportes cuentan con todos los implementos necesarios. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 tienen una deficiencia con la totalidad de implementos necesarios dentro del transporte, debido a la cantidad implementos que deben proporcionar a la camioneta rural y los precios que no son proporcionales al ingreso que este servicio genera. Los elementos tangibles se basan en aspectos como instalaciones, limpieza, recursos como equipos y materiales con el que cuenta el negocio, para realizar sus actividades para el servicio brindado a los clientes, por ello la camioneta rural debe contar con todos los implementos

asientos en buenos estados, cinturones en funcionamiento, así como la supervisión, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

En cuanto al ambiente dentro de vehículo que cumple con las reglas establecidas, el 83,4% casi siempre y siempre (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que afirma que el 93% de los transportes cuentan con un ambiente agradable al pasajero. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 tienen dentro del transporte un ambiente que cumple con las necesidades del pasajero, manteniendo la comodidad en ella. Los elementos tangibles se basan en aspectos como instalaciones, limpieza, recursos como equipos y materiales con el que cuenta el negocio, para realizar sus actividades para el servicio brindado a los clientes, por ello el ambiente dentro de la camioneta rural debe satisfacer las necesidades del pasajero, de acuerdo a Cronin y Taylor (León y Pérez, 2017).

Dimensión de fiabilidad

De base a la distinción por condición económica, el 100% siempre no considera la condición socioeconómica del pasajero, al abordar el transporte (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) manifestando que un 100% del servicio de transporte que se brinda, no involucra la condición socioeconómica como un requisito para recibir el servicio por parte del pasajero. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 consideran que la condición socioeconómica no es un factor que limite el acceso del pasajero al servicio de transporte. La fiabilidad es la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad de que se desarrollara correctamente, por ello no debe existir distinción de condición socioeconómica, el pasajero que aborde la camioneta rural no deber ser discriminado por su condición económica ni social, tanto por los pasajeros como por el personal que labora en la camioneta rural, de acuerdo a Cronin y Taylor (León y Pérez, 2017).

En referencia al cumplimiento del asiento reservado, el 93,3% si se realiza (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) manifestaron que el 98% priorizan el asiento

reservado. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 cumplen con respetar en asiento reservado, pero el otro porcentaje pequeño se evidencia debido que no en todos los casos las personas que mantienen las condiciones para el asiento reservado, lo rechazan y deciden ser tratados igualitariamente. La fiabilidad es la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad de que se desarrollara correctamente, por ello respecto al asiento reservado los pasajeros y el personal, deben tener en cuenta en todo momento el respeto al asiento reservado, de acuerdo a Cronin y Taylor (León y Pérez, 2017).

En cuanto al cumplimiento de documentos en regla, el 100% afirmaron que siempre (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) que manifestaron el 100% del personal que realiza el servicio de transporte cuentan con documentos que lo acrediten y están en regla. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 dan fiabilidad de que el vehículo y el personal cuenta con documentos en regla, demostrando la formalización de dichas empresas. La fiabilidad es la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad de que se desarrollara correctamente, por ello deben tener documentos en regla, la camioneta rural debe brindar confianza el servicio, empezando por tener todos los documentos de la camioneta rural en regla, así como su licencia de conducir vigente, de acuerdo a Cronin y Taylor (León y Pérez, 2017).

En base a que se brinda información pertinente, el 73,3% siempre brindan el personal (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que manifiesta un 85% del personal informa a los pasajeros sobre el destino de llegada y sobre alguna anomalía presentada en el servicio. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 mantienen una comunicación fluida entre el personal y pasajero que mantiene una experiencia en el servicio. La fiabilidad es la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad de que se desarrollara correctamente, por ello la comunicación con el pasajero es importante para que el servicio

que se brinde sea ameno al pasajero, debe existir comunicación de manera social con los pasajeros, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Considerando a que el cumplimiento de las señales de tránsito, donde el 96,7% respetan las señalizaciones de tránsito (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que manifiesta que el 95% de los vehículos de transporte cumplen con las señales de tránsito. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 se cumple con respetar cada una de las señales de tránsito, un pequeño porcentaje manifiesta que no cumplen, porque algunas las señales de tránsito generan una contradicción o según ello no tiene sentido por dicha señal en un tramo que no tiene las características necesarias para poder cumplir. La fiabilidad es la confianza que mantiene el cliente en la entidad que realiza el servicio, manteniendo la seguridad de que se desarrollara correctamente, por ello la señalización de tránsito, el conductor de la camioneta rural, debe respetar cada uno de las señales de tránsito, demostrando fiabilidad del servicio, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Dimensión de capacidad de respuesta

En base al personal que realiza los cobros de manera rápida, el 93,3% afirma que Si (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) que manifestaron un 85% cuentan con un personal encargado de realizar los cobros, facilitando al conductor que pueda realizar su actividad sin ninguna distracción de cobros. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 se realiza el cobro mediante un personal asignado en cada vehículo con dicha función, pero el porcentaje pequeño de complementan a lo expuesto, manifiestan que el conductor es también responsable de los cobros, este caso ocurre en el transporte con destino a Cátac. La capacidad de respuesta se basa en la disponibilidad para atender a los clientes, también poder solventar algunas dudas que se presentan en el momento que se brinda el servicio, para ello el personal debe estar atento a los cobros de pasajes en base al tarifario establecido por empresa, el cobrador debe generar un gran aporte para el conductor de manera mantener la seguridad al conducir camioneta rural, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Tomando como referencia al transporte de pasajero se realiza de manera eficiente, el 70% afirma que siempre se realiza de manera eficiente el servicio (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) que manifiesta un 87,8% se realiza de manera eficiente el transporte. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018 se realiza de manera eficiente el servicio, evidenciando con la satisfacción del pasajero. La capacidad de respuesta se basa en la disponibilidad para atender a los clientes, también poder solventar algunas dudas que se presentan en el momento que se brinda el servicio, por ello el servicio debe mantener la eficiencia con el tiempo y la calidad de servicio que percibe el pasajero, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Apuntando a la disponibilidad del personal el 83,3 % afirma que siempre se muestra disponibilidad al prestar el servicio (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) que menciona un 79,8% siempre están dispuestos a ofrecer el servicio. Demostrando que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, el personal se siente comprometido con su trabajo ofreciendo a los clientes un servicio eficiente en todo momento. La capacidad de respuesta se basa en la disponibilidad para atender a los clientes, también poder solventar algunas dudas que se presentan en el momento que se brinda el servicio, por ello en todo momento el personal debe estar presto a la disposición del pasajero, para solventar dudas, incomodidades, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

En base a la información anticipada de la cercanía del destino, el 60,0 % afirma que siempre se mantienen informando a los pasajeros sobre los destinos que están próximos (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) quien manifiesta que un 64,7% comunican a los usuarios de los destinos a llegar. Esto demuestra que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, existe una constante comunicación con los pasajeros sobre los destinos y estos puedan llegar sin ningún problema al lugar donde están viajando, generando un servicio de buena calidad. La capacidad de respuesta se basa en la disponibilidad para atender a los clientes, también poder solventar algunas dudas que se

presentan en el momento que se brinda el servicio, por ello debe haber una comunicación del destino por parte del personal informando unos minutos antes de llegar al destino que el pasajero manifestó, de acuerdo a Cronin y Taylor (Vizcaíno, León y Pérez, 2017).

Dimensión de elementos seguridad

En cuanto a la integridad del personal, el 60,0 % afirma que casi siempre confían en la integridad de sus trabajadores (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) quien menciona que un 62,0% confía en su personal y el servicio que brindan. Esto evidencia que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, los representantes confían en sus trabajadores y tienen la plena seguridad de que realizan sus tareas a la altura requerida. Es el conocimiento y la atención que muestra el colaborador de la organización, de manera que pueda inspirar credibilidad y confianza, de acuerdo a Camisón Cruz y Gonzáles (2006).

Con respecto a la garantía de seguridad y la precisión en el servicio, el 46,7 % afirma que casi siempre se garantiza la seguridad y precisión al brindar el servicio (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) quien manifiesta que un 48,1% ofrecen un servicio seguro y oportuno. Evidenciando que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, en donde menos de la mitad priorizan brindar un servicio seguro a los pasajeros y cuando ellos lo requieran, buscando ofrecer un servicio de calidad. La medición en esta dimensión se basa en la habilidad del personal de la entidad para resolver problemas y al mismo tiempo brindar confianza y seguridad, de acuerdo a Vizcaíno León y Pérez (2017).

En cuanto a la amabilidad de las personas el 60,0 % afirma que casi siempre se ofrece un servicio amable (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) quien manifiesta que un 59,3% de los trabajadores brindan un trato amable a los usuarios. Evidenciando que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, existe compromiso por parte del personal hacia los pasajeros, realizando un trato amable a los clientes. La atención que brinda el colaborador a los clientes, de manera que inspire credibilidad y confianza, donde el cliente pueda sentirse seguro, de acuerdo a Camisón Cruz y Gonzáles (2006).

En base a que cuenta con un libro de reclamaciones, el 66,7 % afirma que siempre cuentan con este libro (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) quien menciona que un 64,2% tiene su libro de reclamaciones. Esto demuestra que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, existe preocupación por parte de los representantes sobre conocer las quejas u opiniones de los pasajeros, pudiendo corregir estas falencias y mejorar el servicio. La medición en esta dimensión se basa en habilidad que demuestra el personal de la entidad para resolver problemas de forma inmediata, demostrando confianza y seguridad, de acuerdo a Vizcaíno León y Pérez (2017).

Dimensión de empatía

En base a la prestación de servicio individualizada, el 36,7 % manifiesta que a veces se ofrece un servicio individualizado (Tabla 4), este resultado contrasta con Ponce de León (2017) quien menciona que un 53,6% del personal se preocupa por ofrecer un trato especial a cada usuario. Esto demuestra que en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, aun no priorizan la atención personalizada para los pasajeros, lo cual repercute directamente en la satisfacción de estos y en el servicio que ofrecen. La empatía se caracteriza por ser las características que mantiene el cliente, donde se ofrece el servicio de manera personalizada, de acuerdo a Vizcaíno, León y Pérez (2017).

En cuanto a la planificación de los horarios de los vehículos, el 76,7 % mencionan que siempre se realiza la planificación (Tabla 4), este resultado coincide con Ponce de León (2017) quien manifiesta que un 80,7% realizan la planificación de los horarios teniendo en cuenta las necesidades de los clientes. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, cuentan con una programación de horarios que atiende a los requerimientos de los pasajeros, como es el caso del transporte Caraz-Huaraz que brinda un servicio fluido en el día. La medición de esta información, se basa en el cumplimiento de horarios de manera convenientes, establecido en la organización y para satisfacción del cliente, de acuerdo a Vizcaíno León y Pérez (2017).

De base al trato comprensivo del personal, el 46,7 % determinan que siempre se brinda un trato comprensivo (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) quien menciona que un 50,7% de los trabajadores ofrecen un trato comprensivo al cliente. Evidenciando que las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, menos de la mitad se preocupan por ofrecer a sus clientes un trato amable y comprensivo, de acuerdo a la situación que presenten, lo cual es un factor que afecta la calidad de su servicio. La medición en esta dimensión es las características que mantiene el cliente, con la cual se pueda ofrecer el servicio de una manera personalizada, de acuerdo a Vizcaíno León y Pérez (2017).

En cuanto al bienestar del pasajero el 60,0 % detallan que siempre (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) quien manifiesta que un 68,7% de los trabajadores priorizan el bienestar del usuario. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, se preocupan por ofrecer un servicio que no afecte el bienestar de los pasajeros, brindando un servicio seguro y confiable, que genera satisfacción. La atención de individual que ofrecen las empresas a sus clientes o consumidores, donde una organización genera comunicación y comprensión al cliente, de acuerdo con Camisón Cruz y Gonzáles (2006)

En referencia a que solventan todas las necesidades del pasajero, el 56,7 % afirma que casi siempre cubren todas las necesidades del pasajero (Tabla 4), este resultado coincide con Blas y Cabrera (2018) quien menciona que solo un 53,8% del servicio responden a las necesidades de los usuarios. Evidenciando que las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajero (camioneta rural) del Callejón de Huaylas, 2018, aun no se encuentran en condiciones de ofrecer un servicio que pueda responder a todas las necesidades de los pasajeros, convirtiéndose en un punto a solucionar. La atención de individual que ofrecen las empresas a sus clientes o consumidores, donde una organización genera comunicación y comprensión al cliente, de acuerdo con Camisón Cruz y Gonzáles (2006).

VI. Conclusiones

Dentro de las empresas de transporte interprovincial de pasajero, no hacen uso adecuado de la calidad de servicio, por consiguiente no aplican el ciclo de Deming para tener una buena gestión de calidad, donde que los representantes no cuentan con la capacidad para administrar de forma eficiente, debido a que no tienen la instrucción necesaria, ocasionando desventaja en la administración y generando el riesgo de salir del mercado y esto generaría un aumento de desempleo y reduciría la calidad de vida de las familias, también predominan como representantes el género masculino ya que generalmente el transporte lo realiza el género masculino, tomando, en cuanto al servicio de la camioneta rural, existe deficiencia en el cumplimiento de las señales de tránsito porque no cumplen en la totalidad, en cuanto a los horarios no todas las empresas por completo planifican el transporte frente a la mayor demanda de transporte, ya que empíricamente han aprendido las horas que existe incremento.

De la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, los representantes tienen en el cargo de administrador, de género masculino, debido a este sector está más involucrado el género masculino por la capacidad y la experiencia tiene en este rubro, manteniéndose en el cargo en un intervalo de 4 a 7 años, donde la mayoría de los representantes tiene 31 a 50 años de edad, con estudios superior no universitario. Donde la experiencia será de gran aporte en administrar empíricamente las MYPES.

De la totalidad de las micro y pequeñas empresas, se evidencia que la mayoría tiene una permanencia de 7 años a más en el rubro, que está conformado por 11 a más trabajadores, donde que la demanda de usuarios exige el aumento de personal para brindar un buen servicio, la mayoría de la empresas del sector está constituida por una sociedad de responsabilidad limitada, conformadas por familiares, con el objetivo de generar un ingreso económico para una mejorar calidad de vida, ya que las MYPES son una fuente importante de generar empleos en nuestro país en vías de desarrollo.

La mayoría de los representantes afirman con respecto a las características de gestión de calidad que analizan la situación actual de su empresa es haciendo el uso de información registrada, donde realizan el análisis de causa de las empresas mediante la observación y a través de la experiencia en el rubro, en donde toman medidas estableciendo prioridades para dar soluciones, recopilando información de cada área involucrada, y en cuanto a la implementación del plan de mejora en su mayoría realiza con previa capacitación del personal, donde casi nunca se realizan los procedimientos aprendidos, existiendo deficiencia en la gestión de calidad, por lo tanto estas MYPES no hacen uso adecuado del ciclo de Deming, no plantean mejoras por poca capacidad e ineficiencia de los representantes de las MYPES, y esto conlleva brindar un mal servicio a la población Ancashina.

De la totalidad de las MYPES, en su mayoría cumplen con: Tener una lista de tarifarios, implementos y ambiente adecuado, asiento reservado, los documentos en regla, se cumple con la orientación al pasajero, respecto al conductor en casi la totalidad respeta las señales de tránsito. También en su totalidad las empresas cuentan con un personal para los cobros del pasaje, de manera que se preste un servicio eficiente, el personal manifiesta siempre estar disponible en la prestación del servicio, garantizando la seguridad y manteniendo un trato amable, en cuanto al horario está de acuerdo a las necesidades del usuario, donde el personal se preocupa por el bienestar del pasajero, de manera que se cumpliera con todo lo mencionado se mejoraría un servicio de manera óptima para una población insatisfecha, aplicando métodos, estrategias, técnicas, modelos de calidad enfocados al cliente.

En la propuesta se incluyen estrategias de enfoque al cliente, mejora de procesos, captación de expectativas del cliente y la satisfacción de estas, haciendo uso de herramientas y reorganizando la estructura organizacional de la empresa, enfocado en un servicio ágil y de alta calidad, que beneficie a los pasajeros.

Recomendaciones

Se recomienda a los representantes de esta MYPES hacer uso del ciclo de Deming como un modelo que mejorará la gestión de calidad en base a cada uno de sus etapas, interactuar con el Ministerio de Transporte y comunicaciones MTC, asistiendo a capacitaciones, charlas informativas brindados por el ministerio, también realizar y difundir el cumplimiento del Reglamento Nacional de Tránsito y el Reglamento Nacional de Vehículo, también que los representantes participen en capacitaciones enfocadas en administración de empresas para mejorar la rentabilidad de la empresas y mantener comunicación con el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), para capacitaciones en temas de calidad de forma frecuente a los trabajadores, en relación a la calidad de servicio, para obtener buenos resultados en beneficios de estas MYPES en estudio.

Se recomienda que los representantes de las MYPES, se deben centrar en implementar políticas y filtros adecuados para el perfil del trabajador, así como desarrollar entrevistas previa documentación presentada por el personal desde documentos en regla hasta documentos del vehículo que desea ingresar a la empresa. También realizar capacitaciones, cursos y/o charlas para el adiestramiento de capacidades constantes con el uso de factores relevantes en la calidad de servicio.

Se recomienda a cada asociación enfocado al giro de negocio de transporte interprovincial, realizar un análisis de manera continua de la situación actual para identificar los problemas y dar solución, enfocando siempre a capacitar y especializar al personal en términos de gestión de calidad, alineando políticas, procedimientos y necesidades del pasajero. Implementar políticas enfocadas al cliente y la mejora continua. Desarrollar herramientas de gestión para medición de eficiencia de proceso internos y externos, analizar los cuellos de botella de manera que se pueda optimizar los costos.

Se recomienda a la labor que desempeña la Sub Dirección de Fiscalización de Vehículos SUTRAN, realizar la verificación constante de los documentos en regla que acredite el vehículo y el personal que hace uso de ella, así como sancionar a asociaciones informales,

que incumplen con los lineamientos del Reglamento Nacional de tránsito y Reglamento Nacional de Vehículos.

Se recomienda poner en práctica la propuesta planteada, ya que, con esto, se llegará a concretar los objetivos empresariales, alineados con la misión, la visión y los valores, generando utilidad al empresario, los accionistas y principalmente a los clientes, generando mejores ingresos y por consiguiente mejorar la calidad de vida de los grupos de interés.

Referencias Bibliográficas

- Beltran, J., Carmona, M., & Carrasco, R. (2009). *Guía para una gestión basada en procesos*. Sevilla: Instituto Andaluz de Tecnología.
- Blas, Y., & Cabrera, L. (2018). *El Modelo Servperf como herramienta para medir la calidad de servicio en una Empresa de transporte Público Urbano de Lima Norte en el Año 2017* (tesis de grado). Universidad privada del Norte, Lima, Perú.
- Camisón, C., Cruz, s., & Gonzáles, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- CEPAL. (2017). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris, Francia: OECD Publishing. Recuperado de https://www.oecd.org/dev/americas/E-book_LEO2017_SP.pdf
- Decreto Supremo N° - 06-2015. (2015). Aprueban Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías - SUTRAN. *Diario el Peruano*. Recuperado de <http://www.sutran.gob.pe/personas/>
- Decreto Supremo N° 007-2019-MTC. (2019). Decreto Supremo que modifica el Reglamento Nacional de Vehículos, aprobado por Decreto Supremo N° 058-2003-MTC, y establece otras disposiciones. *Diario El Peruano*, págs. 44-45.
- Diario Gestión. (2019). *Gestión*. Recuperado de El futuro de las MYPES: <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html?ref=gesr>
- Espinoza, R. (2009). *Estudio de Mercado para una nueva ruta de Transporte Público en la ciudad de Huaraz* (tesis de grado). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz, Perú.
- Gitlow, H. (2003). *Como mejorar la calidad y la productividad con el método Deming*. Bogotá: Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la. *Revista CYA*, 230-256.
- Larrea, P. (2006). *Calidad de servicio en el marketing a la estrategia*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Manrique, A. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el Modelo Servperf en las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Venta, Mantenimiento y Reparación de Motocicletas del Distrito De Huaraz, 2015*. (tesis de grado). Universidad católica de los Angeles de Chimbote, Huaraz, Perú.
- Ministerio de transportes y comunicaciones (2019). *Portal MTC*. Recuperado de Ministerio de transporte y comunicacionez (MTC): <http://portal.mtc.gob.pe/nosotros/index.html>

- Organización Internacional del Trabajo. (2015). Micro y pequeñas empresas son clave para mejorar empleo y transformación productiva de América Latina y el Caribe. *Organización Internacional del Trabajo*.
- Ospina, L., & Betancurth, Y. (2018). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente de la Universidad de los Llanos, basados en la percepción de los estudiantes de Pregrado bajo el Modelo Servperf* (tesis de grado). Universidad de los Llanos, Villaviciencio, Colombia.
- Ponce de León, J. (2017). *“La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la asociación de empresas de Transportes de Automóviles Huancayo - La Oroya”* (tesis de grado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú .
- Sánchez, J., & Gonzáles, T. (2017). *Pólítica macroeconómica para el fortalecimiento de la competitividad*. España: Universidad de Guadalajara CUCEA.
- Schumacher, E. (2008). *Small is Beautiful*. Londres: Blond & Briggs.
- Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001. *3C Empresa*, 10 – 18.
- SUNAT. (2016). *Iniciando mi negocio*. Recuperado de *Emprender*: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Tacunan, N. (2016). *Caracterización de la Calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el Distrito de Huari, 2014* (tesis de grado) Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Huaraz, Perú.
- Tello, S. (2014). *Importance of Micro, Small and Medium Enterprises in Developing Country*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad de servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 57-76. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Uladech. (2016). *Código de Ética para la Investigación*. Chimbote: Uladech.
- Villaverde, G. (2012). *Propuesta de implementación de los 14 principios del Dr. Deming en una empresa de envases y envolturas plásticas* (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Vizcaíno, A., León, A., & Pérez, B. (2017). *Gestión del conocimiento desde el modelo servperf: un estudio de la calidad del servicio en una comercializadora* (tesis de grado). Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Perú.
- Zuñiga, C. (2017). *“Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios que ofrece el Hotel Libertador Arequipa, mediante el Modelo Servperf, Arequipa – 2017”* (tesis de grado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.

Anexos

Anexo 01: Plan de Mejora

PROPUESTA DE MEJORA

1. DATOS GENERALES

- **NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:** “EMPRESA DE TRANSPORTES SAN MARTIN DE PORRES MT S.R.L”

- **GIRO DE LA EMPRESA:** OTROS TIPOS DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS

- **DIRECCIÓN:** HUARAZ PATIVILCA NRO. SN CAS. PARCO (A 5 CUADRAS DE LA I.E. P PARCO KM 553) ANCASH - RECUAY – CATAC.

- **NOMBRE DEL REPRESENTANTE:** MORALES TAMARA BETTY EUSEBIA

2. MISION

“Somos una empresa que nos dedicamos al transporte terrestre de pasajeros, implementado de manera continua un servicio garantizando su confianza en las rutas establecidas por el MTC, ofreciendo bienestar para la comunidad, crecimiento sostenible para sociedad y rentabilidad competitiva para nuestros accionistas”

3. VISION

“Al 2023 llegar a ser la mejor opción y más eficiente empresa de transportes interprovincial de pasajeros Huaraz- Catac, orientando nuestros servicios, procesos, infraestructura, equipo humano y procedimientos a la satisfacción de nuestros clientes con un servicio de calidad, comodidad, rapidez y sobre todo asegurando la seguridad e integridad de nuestros pasajeros”.

4. OBJETIVOS EMPRESARIALES

Mejorar de manera continua en los factores relevantes de la calidad de servicio; Tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta adecuada, la seguridad y la empatía; mediante la gestión de la calidad, basado en el ciclo de la mejora continua en sus 4 fases, la planificación de acciones, Hacer o realizar lo planificado, la verificación de lo realizado y la acción correctiva sobre lo anterior. De esa manera fortalecer las relaciones internas, externas con los usuarios y potenciar la imagen empresarial en este sector conllevando sin número de problemas.

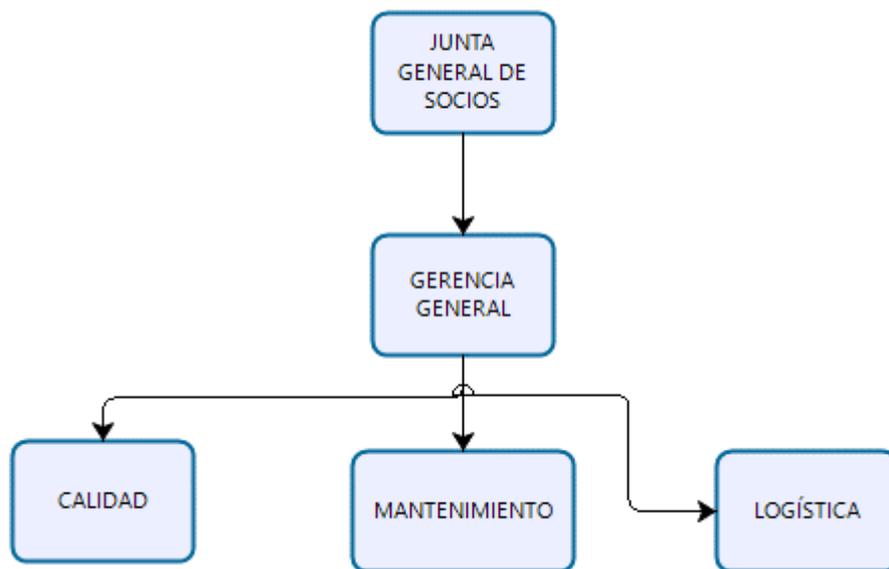
5. PRODUCTOS Y SERVICIOS

SERVICIO.

Giro del negocio: Servicios de transporte de pasajero interprovincial.

Actividad Principal: Transporte terrestre de pasajeros

6. ORGANIGRAMA DE LA EMPREA (descripción de las áreas. (áreas, puesto, perfil y funciones)



Fuente: Propia

DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS

JUNTA GENERAL: Está conformada por la junta de todos los accionistas, este organismo es el ente máximo donde se toman las decisiones más importantes en cuanto a la planificación, realización de lo planificado, la corrección de estos y la

mejora continua, tienen el poder de ampliación de las mercados nuevos, o la incorporación de nuevos socios así como la exclusión de alguno, por causas que se justifiquen por haber ido en contra de las políticas de la empresa y/o las faltas graves que consideres la junta general.

GERENCIA GENERAL.

Funciones directivas:

- Ordenar.
- Designar todas las posiciones de la estructura.
- Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos credenciales.
- Desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuarios y entregar las proposiciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes administrativos.
- Coordinar con la oficina de Calidad para asegurar que los registros y los análisis se están ejecutando correctamente.
- Determinar las necesidades del personal.
- Buscar convenios macro para poder ampliar el mercado.
- Administrar las nóminas y pagas extra de los empleados.
- Asegurar la igualdad de oportunidades entre los empleados.
- Resolver posibles problemas referentes al trabajo.
- Asegurar que las prácticas de la empresa se rigen con base en varias regulaciones.
- Requisitos mínimos: experiencia en el sector de al menos 2 años, educación técnica superior en temas relacionados a la administración, contabilidad o afines

Funciones administrativas y formativas:

- La capacitación en el área de trabajo para la productividad y adquirir conocimientos técnicos, teóricos y prácticos, enfocados en la mejora de la calidad en el tema de aspectos intangibles; esto conllevará a la satisfacción de los clientes.
- Búsqueda de conocimiento y desarrollo de habilidades de acuerdo a la necesidad que tenga en su área personal o de trabajo y como consecuencia mejorar tiempo, aptitudes y capacidades laborales. Esta actividad

proporcionará en la persona la adquisición de un perfil más preparado y profesional, así como mayor confianza en la solución de un problema o reto laboral.

Dirección financiera y contable

- Registrar operaciones contables y datos financieros, con el fin de obtener ordenadamente la información actual e histórica del negocio para planificar y tomar las decisiones adecuadas.
- Planificar, analizar y evaluar la información registrada. Para ello, es necesario conocer en profundidad la situación del negocio mediante la confección del presupuesto, flujo de fondos, indicadores y análisis de costos
- Buscar fuentes de financiamiento y seleccionar la más conveniente para el emprendimiento.
- Buscar opciones de inversión con las que pueda contar el negocio, y seleccionar aquella cuya rentabilidad sea acorde a la capacidad financiera alcanzada.
- Controlar las operaciones ejecutadas y registradas con el fin de, si es necesario, rectificar errores u omisiones para el posterior análisis de desvíos en relación al presupuesto inicialmente desarrollado, buscando la mayor eficiencia posible.

OPERACIONES Y MANTENIMIENTO:

- Velar por un correcto desarrollo operacional. Para conseguirlo, es necesario que el director de operaciones sea conocedor de los recursos disponibles en la empresa, facilite el contacto con el departamento de logística y garantice la buena relación con los proveedores.
- Planificar y supervisar las actividades y las operaciones que se puedan realizar en cuanto a las operaciones y el mantenimiento de los vehículos con el fin de dar un buen ambiente de aspectos tangibles (dimensión indispensable en la satisfacción de los clientes)
- Los vehículos no pueden partir hacia su destino sin la correcta supervisión del Jefe de Tráfico.
- Controlar los descansos y permisos de los conductores

- Comunicación directa con el área de logística para hacer el requerimiento de materiales, repuestos o combustible necesario para el correcto desarrollo de la actividad.
- Mantener en orden el equipo y el sitio de trabajo. (Aspectos tangibles).
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas

Función preventiva riesgos

- Promover, con carácter general, la prevención en la empresa y su integración en la misma.
- La formación e información de carácter general, a todos los niveles, y en las materias propias de su área de especialización.
- La planificación de la acción preventiva a desarrollar en las situaciones en las que el control o reducción de los riesgos supone la realización de actividades diferentes, que implican la intervención de distintos especialistas
- Realizar actividades de información y formación básica de trabajadores.
- Vigilar el cumplimiento del programa de control y reducción de riesgos y efectuar personalmente las actividades de control de las condiciones de trabajo que tenga asignadas.
- Participar en la planificación de la actividad preventiva y dirigir las actuaciones a desarrollar en casos de emergencia y primeros auxilios.
- Requisitos mínimos: experiencia en el sector de al menos 3 años, educación superior universitaria en ingeniería ambiental, o ingeniero industrial, especializado en temas relacionados a la administración, contabilidad o afines

MANTENIMIENTO

- Respaldar las operaciones asegurando la máxima disponibilidad de los vehículos
- Prolongar la vida útil de los equipos, cuando sea económicamente justificable hacerlo.
- Garantizar la seguridad del personal y de las instalaciones y la conservación del medio ambiente.
- Optimizar el tiempo y el costo de ejecución de las actividades de mantenimiento.

- Garantizar la buena funcionalidad de las unidades, realizar revisiones periódicas programadas.
- Requisitos mínimos: experiencia en el sector de transportes de al menos 2 años, educación superior en temas relacionados a la mecánica.

CALIDAD.

- Realizar diagnósticos generales del funcionamiento de las empresas, para poder evaluar proyectos de mejora en las diferentes áreas de la empresa
- Liderar proyectos para asegurar la calidad en la empresa. Esto incluye elementos como análisis de riesgos, acciones de verificación, elaboración de reseñas de diseño y auditorías. Adicionalmente, este departamento se encarga de direccionar las distintas iniciativas de mejora continua que puedan surgir en los niveles de la organización.
- Impulsar la interacción entre los equipos que participan de una manera u otra en los procesos de mejora continua.
- Administrar la documentación relacionada con los procesos de calidad y los marcos legales y jurídicos que los sustentan.
- Velar por el adecuado entrenamiento y la formación del personal de la empresa.
- Máxima exigencia en los temas de mejora continua, planificación, formar sistemas de gestión de calidad para una implementación progresiva.
- Sensibilizar a todo el personal sobre la importancia de una buena gestión de la calidad, en el logro de los objetivos.
- Requisitos mínimos: experiencia en el sector de al menos 3 años, educación superior universitaria en ingeniería ambiental, o ingeniero industrial, especializado en temas relacionados a la administración, contabilidad o afines

LOGÍSTICA.

- Búsqueda y valoración de las fuentes de abastecimiento de forma continua ya que con ello se asegura tener un conocimiento actual y profundo del mercado de abastecimiento y al mismo tiempo conseguir mejores precios u otras condiciones satisfactorias para la organización (calidad de los productos/materiales comprados, disminución de plazos de entrega, entregas parciales puntuales, etc.,).

- Definir la necesidad de la compra, junto con el departamento usuario, estimando las exigencias en cuenta a precio, calidad, servicio, y tiempo de entrega, así como los posibles riesgos de afrontar la compra con un determinado proveedor.
- Programar la salida de las unidades, así como los días en los que operará cada uno de estos.
- Programar el abastecimiento de combustible y tener una comunicación fluida y constante con las diferentes áreas de programación
- Enviar la oferta de compra a los proveedores seleccionados, analizar posteriormente su respuesta a esta oferta y seleccionar la más adecuada que se ajuste a los requerimientos necesarios del departamento usuario.
- Controlar todo el proceso de compra, una vez comprometidas ambas partes para que se cumpla lo pactado y analizar cómo ha transcurrido todo el proceso como experiencia para futuras compras con dicho proveedor.
- Requisitos mínimos: experiencia en el sector de transportes de al menos 2 años, educación superior en temas relacionados a la administración, contabilidad o afines

7. DIAGNÓSTICO GENERAL MEDIANTE LA MATRIZ FODA

- Análisis interno (fortalezas y debilidades)
- Análisis externo (amenazas y oportunidades)

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - F1: Experiencia en el rubro de transportes. - F2: Vehículos propios - F3: Choferes con experiencia que conocen la ruta y con coordinación permanente. - F4: Formalidad en este rubro, con todos los documentos en regla - F5: Coordinación permanente con los trabajadores que brindar el servicio. - F6: Facilidades financieras y del estado. 	<ul style="list-style-type: none"> - D1: Pocas unidades, por lo que no se cubren la demanda - D2: Calidad en atención - D3: No brindar servicios extras en el rubro, similitud el servicio con otras empresas de transportes - D4: Vehículos deteriorados. - D5. Desconocimiento de las necesidades de los usuarios - D6: Bajo índice de desarrollo de actividades, capacitaciones, charlas
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDAD</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p>
<ul style="list-style-type: none"> - 01: Crecimiento de la población. - 02: Moneda nacional estable. - 03: Población insatisfecho con las empresas que prestan el servicio. - 04: Mejora de servicios de transporte con los adelantos tecnológicos - 05: Disponibilidad de programas de capacitación para los transportistas. - 06: Administrar mejor las unidades 	<ul style="list-style-type: none"> - F1, F2, F3, F4, 01, 02: Posicionamiento en el mercado actual, mediante la diferenciación y la implementación de gestión de la calidad para poder satisfacer y superar las expectativas de los clientes. - F5, F4, 03, 02, 04, 06: Ampliación de mercados usando la fidelización de clientes y ofreciendo un servicio por parte de la administración. - F1, 04: Optimización de los procesos de servicios y mejora continua 	<ul style="list-style-type: none"> - D2, D4, D6, 01, 04, O3: Aprovechar la tecnología para mejorar la calidad de servicio mediante programas de capacitación para el personal que presta el servicio en las poblaciones insatisfechas.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p>
<ul style="list-style-type: none"> - A1: Incremento constante de los precios de mantenimiento y petróleo - A2: Factores climáticos volubles y que afectan directamente a las carreteras. - A3: Entrada de nuevos competidores. - A4: Huelga y bloqueos de carreteras de los pobladores con las zonas mineras. - A5: La informalidad que compite de forma directa al sector transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> - A3, A5, F2, F3, F4: Innovación y capacitación permanente para evitar entrar nuevas empresas informales prestar el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - D1, D2, D4, A1, A2, A5: Minimizar el índice de accidentes de tránsito fortaleciendo las capacitaciones. - A3, D5, D4: Buscar el fortalecimiento de la empresa, generando un ambiente de mayores ingresos que repercutan en la calidad de vida de lo que prestan el servicio.

8. INDICADORES DE UNA BUENA GESTIÓN

- Nivel de Ingresos.

Los niveles de ingresos del transporte público interprovinciales proviene de aquellas tarifas destinadas a segmentos de la población más específicas, donde los precios están subvencionados por la administración propios de las empresas. Nos sirve de herramienta para poder evaluar el tamaño y la solvencia de nuestra empresa. Para evaluar la solvencia suele tenerse en cuenta otras cifras como el resultado operativo, el capital social o la misma suma de los activos. Este indicador será medido como se dijo en principio de la definición de las tareas y las actividades por la parte del área contable y financiera; la búsqueda de mejora en los niveles de satisfacción de los clientes tiene un trasfondo que busca la mejora de los ingresos o el aumento de utilidades.

- Participación en el mercado.

Este indicador será medido de forma constante con la implementación de la mejora continua, cada semestre se hará una planificación de objetivos con metas claras; las estrategias que se usarán para este fin será la siguiente:

- a) Desarrollar un servicio que satisfagan de forma efectiva y cómoda las necesidades de los clientes.
 - Realizando encuestas a fin de determinar qué necesidades se debe o falta cubrir y definir la viabilidad de proponer al mercado nuevos procedimientos y aspectos tangibles o no tangibles en los servicios que las satisfagan.
 - Con base en los resultados, elaborar una propuesta de valor que te permita captar a más clientes. Conociendo las expectativas de los pobladores según el grado de inconformidad de las empresas existentes.

- Satisfacción de los clientes en relación al servicio

Este indicador será el factor más relevante que se pueda obtener, los esfuerzos se concentrarán en cumplir con las exigencias del mercado o los clientes, con la finalidad de mejorar la fidelización del cliente:

La satisfacción del cliente será gestionada de la siguiente manera:

- a) Fomentando la relación con el cliente.

- b) Actuar de forma ágil y rápida haciéndole saber de esto a los clientes. Evitando la incomodidad de los clientes por el tiempo de atención.
- c) La amabilidad y el respeto como aspectos intangibles de la calidad.
- d) Creación de políticas de calidad en las empresas para el brindado un mejor servicio a los usuarios.
- e) Anticipación a las necesidades del cliente

- **Posicionamiento frente a la competencia**

Esto estará enfocado en la diferenciación de la competencia a partir de la gestión de la calidad y la mejora de los procesos, optimización de tiempos de servicio, mejora en los procesos de atención, mejora en los aspectos tangibles (infraestructura, equipamiento de los carros, etc.). Esta investigación se basará en proponer un plan estratégico para el posicionamiento en el mercado, ofreciendo un servicio más cómodo y seguro frente a la competencia con personal capacitado en sector servicio.

- **Rentabilidad de la empresa**

El análisis de la rentabilidad será evaluado de forma bimestral, obteniendo los datos que se requieran para poder mejorar o eliminar algunos procesos que no sean necesarios o los que quitan rentabilidad a la empresa.

9. PROBLEMAS

- Rotación y ausentismo del personal
- Falta de fidelización de clientes
- Deficiente estructura
- Demanda parcialmente cubierta
- Deficiente servicio en cuanto a accidentes de tránsito
- Bajo interés de desarrollo de actividades de capacitaciones y charlas

10. CAUSAS

- Baja remuneración y crecimiento en el tiempo poco prometedor, genera un temor de pérdida de la inversión inicial.
- Falta de un plan de marketing, y acciones orientadas a la fidelización de los clientes y la expansión de la empresa.

- Poco presupuesto para la mejora y mantenimiento de la estructura que se usa para poder realizar este tipo de actividades, falta de políticas de gobierno y accionar de las autoridades locales en la presentación y ejecución de proyectos sociales, la corrupción y la falta de voluntad por parte de los altos funcionarios.
- Poco interés de la inversión privada para poder evaluar realizar un proyecto debido al desconocimiento de las utilidades que esto puede generar o el valor agregado que a esto se le puede dar.
- Existen pocas unidades, debido a que existen poca utilidad o esto no es demostrado mediante un proyecto y un flujo de caja.
- Deficiente servicio de atención a emergencias por la poca transitabilidad de los vehículos de las carreteras y la no inscripción y el cumplimiento de derechos como el SOAT o el seguro obligatorio ante accidentes de tránsito.
- Poca cultura e interés en la prevención por parte de los choferes y los grupos de interés que no exigen ciertos documentos.

11. ESTABLECER SOLUCIONES

Establecer acciones

- Implementación de un área dedicado a la planificación y a las acciones correctivas que se oriente a la satisfacción del usuario para poder entrar al mercado con una estrategia de diferenciación.
- Mejorar los procesos de servicios, eliminando los costos innecesarios y los proceso que no agregan valor al cliente y reducir los costes, elevando las características básicas de calidad con un servicio diferenciado a la competencia y elevar los precios.
- Realizar un estudio y la posterior elaboración de un flujo de caja para poder mostrar proyectos de solución para plantear un plan estratificado de marketing.
- Presentar proyectos de inversión pública basadas en el análisis beneficios costo y presionar a las entidades encargadas para la mejora de la infraestructura o las carreteras, adecuar los establecimientos de carga y descarga de pasajeros con los las expectativas que se muestran en la investigación, es decir con las 5 dimensiones y las brechas que tenga cada uno de sus indicadores.
- Dar a conocer las bondades del lugar, por ejemplo, los temas turísticos, comerciales y entre otros que pueden ser de interés privado.

- Dar charlas de capacitación a los choferes, a los usuarios finales y grupos de interés a exigir y documentos básicos para el uso del transporte, revisiones técnicas y brevets actualizados.

Estratégicos

- Creación de un área dedicada a la gestión de la calidad para la mejora de satisfacción del usuario, aplicando la mejora continua.
- Posicionamiento en el mercado actual, mediante la diferenciación.
- Ampliación de mercados usando la fidelización de clientes y ofreciendo un servicio único en el sector servicio.
- Optimización de los procesos de servicios y mejora continua
- Creación de planes de acción que aprovechen las facilidades que brindan las instituciones tanto públicas como privadas, en temas de capacitación para poder cubrir de forma óptima todo el mercado que existe
- Especialización en manejo defensivo ante eventualidades naturales a la fuerza laboral, con un estricto control de factores que inciden en un supuesto o posible accidente.
- Minimizar el índice de accidentes de tránsito

12. RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.

Objetivos Estratégicos	RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS		
	HUMANOS	ECONÓMICOS	TECNOLÓGICOS
Mejora de la gestión de calidad	Área de calidad	S/. 1000	Computadora, Internet, programas estadísticos y de planificación.
Ampliación de mercados usando la fidelización de clientes y ofreciendo un servicio único el servicio.	Diseñadores gráficos, encuestadores, capacitadores	S/ 1,100.00	Computadoras, afiches, volantes, promotores de venta, lapiceros, papeles bond, volanteros
Optimización de los procesos de servicios y mejora continua	Especialistas en costos, área de tráfico y el ingeniero industrial	S/ 3,500.00	Computadoras, Software especializados, controladores de asistencia, tardanzas, lector biométrico y control de huellas.

<p>Creación de planes de acción que aprovechen las facilidades que brindan las instituciones tanto públicas como privadas, en temas de capacitación para poder cubrir de forma óptima todo el mercado que existe</p>	<p>El ingeniero industrial, 2 personales encargados de obtener data confiable, área de administración.</p>	<p>S/ 2,100.00</p>	<p>Computadora, 1 dispositivo con conexión a internet, 1 teléfono,</p>
<p>Especialización en manejo defensivo ante eventualidades naturales a la fuerza laboral, con un estricto control de factores que inciden en un supuesto o posible accidente.</p>	<p>Capacitadores internos y externos, especialistas en el tema de manejo defensivo</p>	<p>S/ 15,100.00</p>	<p>1 proyector, dispositivos móviles, computadora, laptop, 1 calculadoras</p>

PLAN OPERATIVO

Objetivos Estratégicos	Objetivos específico	Actividad	Tarea o metas	Responsable	Cronograma 2020												Presupuesto
					E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Mejora de la gestión de calidad	OE1: Poner en práctica el ciclo de Deming y mejora continua en los planes que se puedan desarrollar	Evaluar el estado actual de la empresa en cuanto a la gestión de la calidad y la percepción	Evaluar el alcance de un plan y la ejecución de estos, determinación de los tiempos de ejecución y la posibilidad de realizarlos en periodos determinados	calidad	x		x		x			x	x	x	x	x	S/ 1500.00
		Realización de planes; ejecución de los planes, medición de la efectividad y la implementación de las correcciones	Satisfacer las necesidades de los usuarios														
	OE2: Reestructuración de los agentes tangibles e intangibles	Presupuestación y análisis del estado situacional económico de la empresa y la presupuestación	Análisis y evaluación de posibilidades económicas para la presupuestación posterior y alcance del proyecto	calidad													
Creación de planes de acción que aprovechen las facilidades que brindan las instituciones tanto públicas como privadas, en temas de capacitación para poder cubrir de forma óptima todo el mercado que existe	OE1. Realizar capacitación a los trabajadores para mejorar el servicio	A1. Realizar 3 capacitaciones de forma mensual	T1. Elevar la fuerza de trabajo y competitividad en el mercado	La Gerencia General y fuerza laboral	x				x				x				S/ 1,000.00
Especialización en manejo defensivo ante eventualidades naturales a la fuerza laboral, con un estricto control de factores que inciden en un supuesto o posible accidente.	OE1. Contar con personal capacitado que cumpla con todos los requerimientos de las empresas	A2. Brindar charlas 2 veces por semana y sus evaluaciones respectivas.	T2. Tener cero accidentes y disminuir al mínimo los incidentes	La administración y operaciones							x					x	2100
TOTAL																S/ 7,600.00	



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte interprovincial de pasajeros (camioneta rural) del Callejón de Huaylas 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES:

1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitaria
- e) Superior Universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña

- a) 0 a 3 años

- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2 Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Constitución de la empresa

- a) Persona natural
- b) Empresa individual de responsabilidad limitada
- c) Sociedad de responsabilidad limitada
- d) Sociedad anónima cerrada
- e) Sociedad anónima abierta

9. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

10. Objetivos de Creación:

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD
2.1 GESTIÓN DE CALIDAD

11. ¿Usted cómo analiza la situación de empresa?

- a) A través de información registrada
- b) Realiza registros de las actividades empresariales
- c) Analiza los resultados de las actividades empresariales
- d) N.A.

12. ¿Cómo analiza el entorno para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa?

- a) Determina los principales problemas
- b) Analiza los datos recopilados
- c) Observa la experiencia personal
- d) Realiza una lluvia de ideas
- e) N.A.

13. ¿De qué manera planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa?

- a) Realiza una lista de soluciones
- b) Establece prioridades
- c) Elabora un plan operativo
- d) N.A.

14. ¿Usted efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

15. ¿Cómo mide los resultados obtenidos durante el proceso, de su empresa?

- a) Mediante la recopilación de datos de cada área
- b) Con la evaluación de los cambios en las actividades
- c) Con la evaluación de la situación pasada con la presente
- d) N.A

16. ¿De qué manera implementa el plan de mejora para su empresa?

- a) Mediante la capacitación del personal
- b) Estableciendo nuevas responsabilidades
- c) Definiendo nuevas operaciones
- d) N.A

17. ¿Usted documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

III. REFERENTE A LA CALIDAD DE SERVICIO

18. ¿Cuenta con una lista de tarifas en base a los destinos, en la prestación de servicio para orientar al pasajero?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

19. ¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con el personal para informar y orientar al pasajero?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

20. ¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con los implementos necesarios para realizar la prestación del servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

21. ¿Usted cree que el ambiente dentro del vehículos está acorde de las reglas establecidas?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

22. ¿En la prestación de servicio no se considera una distinción en base a la condición socioeconómica?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

23. ¿En el transporte interprovincial de pasajero se prioriza el asiento reservado?

- a) Si
- b) No

24. ¿Dentro del transporte interprovincial de pasajero, el personal cuenta con todos los documentos en regla?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

25. ¿Usted cree que las unidades vehiculares se brinda información (comunicación) pertinente por parte de los cobradores?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

26. ¿El conductor respeta las señalizaciones de tránsito al momento de realizar la prestación de servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

27. ¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con un personal para realizar los cobros de pasajes de manera rápida?

- a) Si
- b) No

28. ¿El transporte interprovincial de pasajero se realiza de manera eficiente?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

29. ¿El personal demuestra siempre disponibilidad para realizar la prestación el servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

30. ¿Se informa de manera anticipada la cercanía del destino del pasajero?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

31. ¿Confía en la integridad del personal al percibir la prestación de servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

32. ¿La empresa garantiza seguridad y precisión al momento de prestar el servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

33. ¿El personal demuestra amabilidad al realizar el servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

34. ¿El transporte interprovincial de pasajero cuenta con un libro de reclamaciones en caso de existir alguna disconformidad con el servicio?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

35. ¿En la prestación del servicio de transporte interprovincial de pasajeros se realiza una atención individualizada?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

36. ¿En las programaciones de los horarios se ha planificado adecuadamente de acuerdo a los requerimientos de los pasajeros?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

37. ¿En la prestación del servicio, el personal realiza un trato comprensivo al pasajero?

- a) Nunca
- b) Casi nunca

- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

38. ¿El personal se preocupa por el bienestar del pasajero?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

39. ¿Las unidades vehiculares de su empresa cubren todas las necesidades del pasajero con el servicio prestado?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

Gracias por su colaboración.

Anexo 03: Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,781	39

Fuente: Extraído del Spss v25.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Edad	122,47	116,120	,229	,777
Sexo	122,40	118,317	,158	,779
Grado de instrucción	120,33	112,506	,309	,774
Cargo que desempeña	122,50	117,362	,238	,778
Tiempo que desempeña	122,10	118,576	,123	,780
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	122,03	117,826	,162	,779
N° de trabajadores	121,57	110,875	,476	,768
Constitución de la empresa	121,07	117,168	,267	,777
Las personas que trabajan en su empresa son	122,73	116,202	,380	,775
Objetivo de la creación	122,60	115,352	,428	,773
¿Usted Cómo analiza la situación de empresa?	122,57	109,702	,544	,765
¿cómo analiza el entorno para determinar causas y efectos que repercuten en su empresa?	121,37	114,654	,152	,783
¿De qué manera planifica y plantea soluciones para los problemas de su empresa?	121,70	114,562	,275	,776
¿Usted efectúa cambios e implementa soluciones para su empresa?	120,20	115,200	,174	,781

¿Cómo mide los resultados obtenidos durante el proceso, de su empresa?	122,13	105,568	,433	,767
¿De qué manera implementa el plan de mejora para su empresa?	122,47	116,257	,137	,782
¿Usted documenta de manera resumida el procedimiento de todo lo aprendido?	121,60	115,834	,141	,782
¿Cuenta con una lista de tarifas en base a los destinos, en la prestación de servicio para orientar al pasajero?	119,40	114,869	,379	,773
¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con el personal para informar y orientar al pasajero?	120,00	116,414	,234	,777
¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con los implementos necesarios para realizar la prestación del servicio?	119,57	110,599	,492	,767
¿Usted cree que el ambiente dentro del vehículos está acorde de las reglas establecidas?	119,73	113,995	,355	,773
¿En la prestación de servicio no se considera una distinción en base a la condición socioeconómica?	119,63	110,585	,526	,766
¿En el transporte interprovincial de pasajero se prioriza el asiento reservado?	122,97	119,275	,163	,780
¿Dentro del transporte interprovincial de pasajero, el personal cuenta con todos los documentos en regla?	119,20	115,821	,424	,774

¿Usted cree que las unidades vehiculares se brinda información (comunicación) pertinente por parte de los cobradores?	119,43	111,771	,484	,768
¿El conductor respeta las señalizaciones de tránsito al momento de realizar la prestación de servicio?	119,30	116,907	,272	,777
¿El transporte interprovincial de pasajeros cuenta con un personal para realizar los cobros de pasajes de manera rápida?	122,97	118,102	,376	,778
¿El transporte interprovincial de pasajero se realiza de manera eficiente?	119,43	116,668	,195	,778
¿Se informa de manera anticipada la cercanía del destino del pasajero?	119,23	114,737	,508	,772
¿Se informa de manera anticipada la cercanía del destino del pasajero?	119,83	122,144	-,126	,798
¿Confía en la integridad del personal al percibir la prestación de servicio?	120,13	117,775	,088	,783
¿La empresa garantiza seguridad y precisión al momento de prestar el servicio?	120,20	113,407	,255	,777
¿El personal demuestra amabilidad al realizar el servicio?	120,20	116,441	,133	,782
¿El transporte interprovincial de pasajero cuenta con un libro de reclamaciones en caso de existir alguna disconformidad con el servicio?	119,63	110,102	,401	,769

¿En la prestación del servicio de transporte interprovincial de pasajeros se realiza una atención individualizada??	120,60	117,214	,086	,785
¿En las programaciones de los horarios se ha planificado adecuadamente de acuerdo a los requerimientos de los pasajeros?	119,63	117,137	,070	,787
¿En la prestación del servicio, el personal realiza un trato comprensivo al pasajero?	120,30	112,838	,233	,778
¿El personal se preocupa por el bienestar del pasajero?	119,80	105,959	,523	,762
¿Las unidades vehiculares de su empresa cubren todas las necesidades del pasajero con el servicio prestado?	120,23	112,806	,353	,772

Fuente: Extraído del Spss v25.

Anexo 04: Cuadro de sondeo

N°	CIU	Razón Social	Nombre Comercial	RUC	Provincia	Distrito
1	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES & SERVICIOS TURISTICOS NOVA EXPRESS S.R.L.	NOVA EXPRESS S.R.L.	20530895425	HUARAZ	HUARAZ
2	6021	CORAZON DE JESUS S.R.L.	CORAZON DE JESUS S.R.L.	20364878011	HUARAZ	HUARAZ
3	6021	CANCHA TOURS S.A	CANCHA TOURS S.A	20530906303	HUARAZ	HUARAZ
4	6021	ASOCIACION DE Pequeños AGRICULTORES CORAZON DE ANCASH	CORAZON DE ANCASH	20530979017	HUARAZ	HURAZ
5	6021	EMP DE TRANSPORTES 3 HUARAZ CARAZ S R L	EMPRES 3	20223388206	YUNGAY	YUNGAY
6	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES CARAZ TOURS S.R.L	CARAZ TOURS	20530891519	CARAZ	CARAZ
7	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS TURISTICOS LLANGANUCO S.R.LTDA	LLANGANUCO	20165812833	YUNGAY	YUNGAY
8	6021	EMPRESA DE SERVICIOS MULTIPLES NUEVO AMANECER S.R.L.	NUEVO AMANECER S.R.L.	20542196522	YUNGAY	YUNGAY
9	6021	ASOCIACION DE EMPRESAS DE TRANSPORTE HUARAZ-CARAZ	CONTINENTE	20571408105	HUARAZ	HURAZ
10	6021	EMPRESA DE TRANSPORTE CRUZ DEL NORTE EIRL	CRUZ DEL NORTE	20542196805	HUARAZ	CARAZ
11	6021	EMPRESA DE SERVICIOS VETCAR S R L	VETCAR S R L	20226911805	YUNGAY	MANCOS
12	6021	EMPRESA MULTISERVICIOS TRANSPORTES REAL SOCIEDAD SOCIEDAD R S L	REAL SOCIEDAD S.R.L.	20530938094	CARAZ	HUAYLAS
13	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES CARHUAZ TOURS S.R.L.	CARHUAZ TOURS S.R.L.	20364946113	CARHUAZ	CARHUAZ
14	6021	EMPRESA DE TRASPORTES SETURY S R L	SETURY	20530938374	HUARAZ	CARAZ
15	6021	TRANSPORTES Y SERVICIOS MULTIPLES ALVAROS TOURS S.A.C.	ALVAROS S.A.C.	20533974920	HURAZ	JANGAS
16	6021	EMP. DE TRANSP. LATINO EXPRESS S.R.L.	LATINO EXPRES	20364797444	CARAZ	HUAYLAS
17	6021	Empresa Transportes Yungay Express Srl.	MOTA	20364787139	HUARAZ	CARAZ
18	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS TURISTICOS VIRGEN DE LA ASUNCION SRL	VIRGEN DE LA ASUNCION SRL	20166625859	CARAZ	HUAYLAS
19	6021	ASOCIACION DE EMPRESAS DE TRANSPORTE HUARAZ-CARAZ	FERNANDEZ SAC	20571408105	HUARAZ	CARAZ
20	6021	"VIMA TOURS" E.I.R.LTDA.	VIMA TOURS	20198249859	CARHUAZ	MARCARA
21	6021	COOPERATIVA DE TRANSPORTES CARHUAZ LTDA	COOPERATIVA	20202017208	CARHUAZ	CARHUAZ
22	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES YUNGAY TOURS E.I.R.L. - ETYTOS E.I.R.L.	ETYTOS E.I.R.L.	20322995475	CARHUAZ	CARHUAZ
23	6021	EMP.DE TRANSP.DE PASAJ.MOVIL CARHUAZ S.A	MOVIL CARHUAZ S.A	20449238070	CARHUAZ	CARHUAZ
24	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES CARHUAZ TOURS S.R.L.	CARHUAZ TOURS S.R.L.	20364946113	CARHUAZ	CARHUAZ

25	6021	EMPRESA CONSTRUCTORA SOL NACIENTE S.R.L.	SOL NACIENTE S.R.L.	20571250714	HUARAZ	INDEP
26	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES CLIPER S.R.L.	CLIPER S.R.L.	20231999630	HUARAZ	INDEPEP
27	6021	EMPRESA DE TRANSPORTES SAN MARTIN DE PORRES MT S.R.L.	SAN MARTIN DE PORRE	20604249997	HUARAZ	RECUAY
28	6021	EMP.DE TRANSP.SR. DE LOS MILAGROS S.R.L	SR. DE LOS MILAGROS S.R.L	20132228940	HUARAZ	CATAC
29	6021	TRANSPORTES MACROME E.I.R.L.	MACROME E.I.R.L.	20406973817	HUARAZ	CATAC
30	6021	EMP DE TRANSPORTES LOS MAGNÍFICOS SRLTDA	MAGNÍFICOS	20232444119	HUARAZ	HUARAZ

Fuente: Listado extraído del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).