



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES SECTOR SERVICIOS,
RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL EN LA
URBANIZACIÓN ANDRÉS ARAUJO MORÁN DEL
DISTRITO DE TUMBES, AÑO 2017.

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

AUTOR

SOLANO ROMERO, GUSTAVO ADOLFO

ORCID: 0000-0002-5982-0308

ASESOR:

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Solano Romero, Gustavo Adolfo

ORCID: 0000-0002-5982-0308

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Tumbes, Perú.

ASESOR

Ezcurra Zavaleta, Ghenkis Amílcar

ORCID: 0000-0002-9894-2180

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

JURADO

Galvani Guerrero García

ORCID 0000-0003-1038-1866

Miguel Villarreyes Guerra

ORCID 0000-0001-6769-1959

Darwin Aguilar Chuquizuta

ORCID 0000-0001-6721-620X

HOJA DE FIRMA DE JURADO



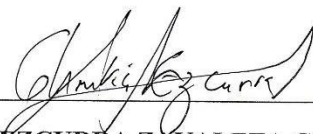
**MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA.
PRESIDENTE
ORCID 0000-0003-1038-1866**



**MGTR. LIC. MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6769-1959**



**MGTR. LIC. ADM. DARWIN AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6721-620X**



**MGTR. LIC. ADM. EZCURRA ZAVALA GHENKIS AMILCAR.
ASESOR
ORCID 0000-0002-9894-2180**

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el primero y el único, el que me fortalece, me cuida y me bendice día a día, y en quien tengo depositada toda mi fe y confianza, gracias por regalarme un día más de vida.

A mi familia, por ser la base de mi esfuerzo y dedicación; por estar siempre alentándome para no desmayar, en este duro trajinar del conocimiento.

A mi hijo Fabrizio que desde el cielo sé que me está guiando en este proyecto y a mis hijas María Alejandra y Kendra Elizabeth Por ser la fuente de inspiración.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con mucho cariño a
Mis padres que siempre estuvieron
apoyándome en todo este trajinar y a los
docentes de esta prestigiosa universidad que
contribuyo en fortalecer mi conocimiento.

A mis compañeros de clase, porque siempre
estuvieron en los momentos más difíciles y
a mi esposa que día a día estuvo pendiente
de todo este proyecto, muchas gracias.

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito saber cuál es la caracterización de la calidad del servicio de las MYPES en el sector servicios, rubro Transporte Interprovincial en la urbanización Andrés Araujo Moran en el Distrito de Tumbes, año 2019. Metodológicamente el estudio corresponde a una investigación descriptiva de tipo cuantitativo, y se enmarca dentro de un diseño no experimental de corte transversal, ya que no serán sometidas a manipulación las variables en estudio. La población estuvo constituida por 10 MYPES del sector servicio de transportes y los usuarios de dichos servicios, cuya muestra se consideró por conveniencia a las 10 MYPES y a 30 usuarios encuestados que por lo regular hacen uso de los servicios; para cuyo caso se utilizaron la técnica de la encuesta y la observación directa, de los cuales se utilizó como instrumento el cuestionario compuesto de 08 ítems para la variable Gestión de Calidad y 06 ítems para la variable competitividad. Se describieron las principales características para ambas variables en la que se obtuvo que el 37% y 27% manifestaron que es eficiente el servicio que brindan las empresas de transporte; sin embargo, el 50% y 27% expresaron el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño que brinda la empresa. Esto influye en cierta medida en la competitividad a tal punto que el 50% y 40% de las MYPES encuestadas consideran que para ser competitivo es necesario contar con elementos tangibles como nueva tecnología en cuanto a maquinaria y vehículos de transporte se refiere; más aún cuando un 40% de 10% las MYPES consideran que el contar con maquinaria semi nueva garantiza ser competitivos en el mercado.

PALABRA CLAVE: Financiamiento de capital de trabajo, nivel de ventas

ASTRABCT.

The present investigation has as purpose to know which is the characterization of the quality of the service of the MYPES in the sector services, item Interprovincial Transport in the Andrés Araujo Moran urbanization in the District of Tumbes, year 2019. Methodologically the study corresponds to a descriptive investigation of quantitative type, and is part of a non-experimental cross-sectional design, since the variables under study will not be subjected to manipulation. The population was constituted by 10 MYPES of the transport service sector and the users of these services, whose sample was considered for convenience to the 10 MYPES and 30 users surveyed who usually make use of the services; for which case the survey technique and direct observation were used, of which the questionnaire composed of 08 items for the variable Quality Management and 06 items for the competitiveness variable was used as an instrument. The main characteristics for both variables were described in which it was obtained that 37% and 27% stated that the service provided by the transport companies is efficient; however, 50% and 27% expressed the criterion of trust that should prevail over the good performance provided by the company. This has a certain influence on competitiveness to such an extent that 50% and 40% of the MSEs surveyed consider that to be competitive it is necessary to have tangible elements such as new technology in terms of machinery and transport vehicles; even more when 40% of 10% of the MYPES consider that having semi new machinery guarantees to be competitive in the market.

KEYWORD: Working capital financing, sales level

INDICE

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO.....	iv
5. DEDICATORIA.....	v
6. RESUMEN.....	vi
7. ABSTRACT.....	vii
8. CONTENIDO.....	viii
9. ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	11
III. HIPÓTESIS.....	18
IV. METODOLOGÍA.....	18
4.1 Diseño de la Investigación.....	19
4.2 Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores	19
4.3 Población y Muestra.....	21
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	21
4.5 Plan de Análisis.....	22
4.6 Matriz de Consistencia.....	23
4.7 Principios Éticos.....	24
V. RESULTADOS.....	25
5.1 Resultados.....	25

5.2	Análisis de Resultados.....	38
VI.	CONCLUSIONES.....	45
VII.	REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS.....	47
VIII.	ANEXOS.....	55

INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

<i>Tabla 01.</i> ¿Considera usted que el servicio que brinda una empresa de transportes de pasajeros es eficiente cuando realiza un buen desempeño?	25
<i>Tabla 02.</i> ¿A su criterio la confianza debe primar en el buen desempeño que brinda toda empresa de transportes de pasajeros?	26
<i>Tabla 03.</i> ¿Está usted de acuerdo con la calidad de servicio que le ofrece la empresa de transportes en su rapidez de atención?	26
<i>Tabla 04.</i> ¿A su parecer el costo juega un papel importante en la calidad del servicio que debe brindar, cada empresa de transportes de pasajeros?	27
<i>Tabla 05.</i> ¿Considera oportuno que debe existir la competencia entre la empresa de transporte público de pasajeros?	28
<i>Tabla 06.</i> ¿La imagen es importante en la fiabilidad que todo usuario debe tener en una empresa de transportes de pasajeros?	29
<i>Tabla 07.</i> ¿Considera usted que si una empresa de transportes tienen fallas en su servicio, ofrece poca fiabilidad?	30
<i>Tabla 08.</i> ¿A su parecer, es fiable una empresa de transporte de pasajeros cuando le dedica todo el tiempo disponible?	31
<i>Tabla 09.</i> ¿Considera que ser competitivo en el mercado es contar con nueva tecnología en cuanto a maquinaria o vehículos de transporte se refiere?	32
<i>Tabla 10.</i> ¿Contar con maquinaria semi nueva te garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros?	33
<i>Tabla 11.</i> ¿Considera usted que innovar o contar con un vehículo de manera le garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros?	34
<i>Tabla 12.</i> ¿Considera usted que innovar es contar con un modelo de vehículo que le ahorre combustible y le permita competir en el mercado de transporte público de pasajeros?	35
<i>Tabla 13.</i> ¿A su parecer ser competitivo exige ser flexible y estar preparado a los cambios del mercado, de transporte público de pasajeros?	36
<i>Tabla 14.</i> ¿La importancia de ser competitivos, se basa en adaptar la flexibilidad de los que ocurren en el mercado de transporte público de pasajeros?	37

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de investigación titulado “Caracterización de la calidad del servicio y competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro transporte interprovincial en la Urbanización Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, Año 2018”. Tuvo como problema de investigación ¿Cuáles son las Características de la calidad del servicio y la competitividad de las MYPES, sector servicios, rubro transporte interprovincial en la urbanización Andrés Araujo Moran en el Distrito de Tumbes, 2018?, y como objetivo general se planteó determinar la caracterización de la calidad de servicio y competitividad de las MYPES, sector servicios, rubro transporte interprovincial en la Urbanización Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, 2018? Metodológicamente la investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, cuya población estuvo conformada; por un lado, por el número de empresas dedicadas a este tipo de servicios; y por otro lado, a la población los pasajeros que a diario utilizan el servicio de transporte público de la ciudad de Tumbes hacia Aguas Verdes y viceversa; la muestra es de tipo no probabilístico ya que se tomará la cantidad de 5 MYPES para la variable competitividad y 30 pasajeros para la variable calidad del servicio. Su utilizará la técnica de la entrevista y la encuesta para ambas variables, cuyo instrumento será el cuestionario el cual estará compuesto de 08 ítems para la variable gestión de calidad y 06 ítems para la variable competitividad; los mismos que al ser procesada la información se obtuvieron los resultados

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

❖ ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Bracho, Y. (2007). En su estudio de investigación titulado: “**Gestión de calidad en las Empresas del Sector Azucarero del Occidente de Venezuela**”. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Señala como objetivo Analizar la Gestión de Calidad en las empresas del sector azucarero en el Occidente de Venezuela, con un diseño de investigación descriptivo y una población la constituyen las mediciones de calidad basadas en los ocho principios de calidad de la Norma ISO 9000; aplicadas las empresas privadas manufactureras de azúcar ubicadas en el occidente venezolano, como instrumento de copelación de datos, se concluye que en estas empresas no existe un enfoque claramente orientado hacia el cliente, aunque cuentan con un liderazgo definido, la participación del personal en sus procesos ha sido baja y en general no cuentan con un sistema de gestión de calidad definido.

Cansing (2018). En su estudio titulado: “*Análisis sobre la calidad de servicio que oferta el Hotel Olímpico de Quevedo*”, en el que se plantea como problemática ¿Cómo influye el análisis de la calidad de servicio que oferta el Hotel Olímpico Quevedo?, en este estudio se realizó un análisis sobre las metodologías o técnicas que más le convendría utilizar

esto con el objetivo de mejorar la prestaciones que oferte el hotel además de contribuir sobre un análisis de calidad de servicio que se ofrezca en el Hotel Olímpico Quevedo; la metodología que se usó en el trabajo de titulación tomó en cuenta varios aspectos metodológicos que contribuyeron de manera directa y precisa a la investigación para ello se aplicaron técnicas e instrumentos que incluyeron cada variable de investigación, para llegar después de analizar la información obtenida a concluir que lo que el cliente busca es comodidad, relax y calidad de servicio.

Arreaga (2018). En su estudio de investigación denominado:

“Evaluación de la calidad del servicio en el local de ventas de la empresa Comercial Guerra, Guayaquil 2018”; en el que se planteó como problema general ¿Hasta qué punto afecta la carencia de evaluación de calidad del servicio en el mejoramiento del servicio dentro de local de ventas la empresa Comercial Guerra?; el mismo que lo llevo a plantear como objetivo general “La determinación de la calidad del servicio de la empresa Comercial Guerra”. Teniendo como guía o modelo de aplicación el patrón SERVPERF que permitió evaluar la satisfacción de la clientela partir de la identificación de las percepciones del uso del servicio. Metodológicamente la investigación fue de tipo exploratoria y descriptiva cuyo caso utilizó la habilidad de una averiguación y su herramienta el cuestionario estuvo constituido de 27 Ítems calculados a través de la valoración de la escala de Likert. Se evaluaron 5 dimensiones de las cuales el 66% y 81% de la muestra

manifestó que no tiene una buena experiencia. Concluyendo que el 60% de la evaluación salió positiva y se recomendó mejorar la infraestructura y capacitar constantemente al personal.

❖ ANTECEDENTES NACIONALES

Navarro (2016). En su tesis titulada: **“Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro del transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, provincia de Mariscal Cáceres, Región de San Martín, año 2015 – 2016”**.

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Filial Mariscal Cáceres – Región San Martín. La investigación tuvo como objeto general, determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, Región San Martín, Año 2015-2016. Metodológicamente la investigación fue no experimental debido a que no se manipularon las variables, es decir se observaron tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva, por cuanto se describieron los hechos tal y como se dieron, se utilizó la técnica de la encuesta mediante el instrumento cuestionario el cual estuvo compuesto de 20 preguntas las mismas que se les aplicó a una muestra de 12 microempresas del total de la población considerada, del cual se obtuvo los siguientes resultados: El 58 % de las MYPES tiene por conveniencia asesorar al comprador, mientras que el 42 % no lo hace.

En lo que respecta a las consultas y/o reclamos posteriores a la compra, un 42% responde con poca frecuencia y un 33% no lo hace. En cuanto al buen desempeño y competitividad de las MYPES; el 75% la desaprueba y el 25% la aprueba. En lo que respecta a la formalidad, el 83% son informales y tan solo un 17% son formales como MYPES en el rubro de transporte fluvial.

Castillo (2016). En su estudio de investigación denominado: ***“La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la Avenida Próceres de la independencia, cuadra***

10 a la 27, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015”, plantándose como objetivo la determinación de las particularidades de la variable competitividad; el estudio fue de tipo cuantitativo con un nivel descriptivo y un diseño no experimental, considero una población y muestra de 15 microempresas, en el recojo de la información utilizó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario. Concluye que no solo es suficiente el conocimiento de la competitividad sino su aplicación de la misma en el negocio, para ello considera necesario la inversión en infraestructura, tecnología y considerar la aplicación de precios accesibles, brindar cortesía a los consumidores y marcar la diferencia ante la competencia.

Armas (2017). En su tesis titulada: **“Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio, rubro**

transportes a nivel nacional en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2015 – 2016”.Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación tuvo como objeto general, analizar de qué manera influye la gestión de calidad en la formalización de las MYPES del sector transportes a nivel nacional, durante el período comprendido entre el 2015 – 2016. Metodológicamente la investigación ha empleado un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo de corte transversal. La recolección de los datos se realizó de una población constituida por 25 MYPES, para el trabajo se consideró el muestreo probabilístico sistemático; empleándose como técnica e instrumento a la encuesta y cuestionario respectivamente. El autor concluye que la constante capacitación influye positivamente en la gestión de calidad de las MYPES. Considera que dentro de las principales características es importante capacitar a las MYPES. Plantea grandes retos a los países y especialmente a las MYPES, por cuanto deben agenciarse de los medios que les permita subsistir con sus escasos recursos, siendo estas las que logran generar fuentes de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento del país. En la actualidad existe un importante crecimiento de las MYPES a tal punto que del total de empresas existentes estas representan el 98.4%; las mismas que generan aproximadamente el 42% de la producción nacional y que proporcionan el 88% del empleo privado del país. En contraposición con las medianas y grandes empresas su rendimiento y productividad es baja, ya que sólo el 1.6% (que representan a las medianas y grandes empresas) estarían

generando el 58% de la producción nacional. Por lo que señala la importancia de conocer las causas de la baja productividad y las limitaciones y dificultades que deben enfrentar para acceder a los servicios de desarrollo empresarial y tecnológico.

❖ ANTECEDENTES LOCALES

Cruz (2016). En su tesis titulada: **“Caracterización, competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016”**. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La presente investigación estableció como objetivo general, determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes 2016. Metodológicamente la investigación es de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental de corte transversal. De acuerdo a la variable competitividad y gestión de calidad tiene un impacto positivo en la comercialización del Banano Orgánico. La investigación considera una población de 81 productores cuya muestra fue de 40 personas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario el mismo que está constituido con preguntas cerradas. Previa sistematización y tabulación de la información se obtuvieron los resultados que analizados y sometidos a discusión se concluyó que el 58% de los encuestados tiene conocimiento de ideas innovadoras para aumentar su competitividad; el 42% de los mismos no lo tiene. El autor observa que el 48% de trabajadores a través de una

lluvia de ideas dan solución a sus problemas, el 45% aporta al mejoramiento de la gestión, un 33% apuesta por el mejoramiento de su infraestructura y el 23% por el mejoramiento de producción utilizada. Concluye con la importancia de tener presente los factores de competitividad para lograr una buena gestión de calidad.

Yarleque (2018). En su estudio de investigación titulado: ***“Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018”***. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Sede Tumbes. Se planteó como problema ¿Cuáles son las características de la capacitación y la calidad de servicio al Cliente de las MYPES del sector servicio rubro Restaurantes del cercado de Tumbes 2018? La investigación tuvo como objetivo, describir las características de la capacitación y la calidad de servicio a las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. Metodológicamente la investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo con un diseño no experimental, de corte transversal. Llegando a concluir que la mayoría de restaurantes del cercado de tumbes no realizan capacitaciones a sus trabajadores porque consideran que no necesitan capacitarse ya que se muestran indecorosos al tiempo de tomar decisiones y puedan mejorar su desempeño en el trabajo según sus funciones en las buenas Prácticas y en el manejo de atención al Cliente.

Dioses (2014). En su tesis titulada: *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel “boulevard”, de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014”*, se planteó como objetivo, evaluar la calidad del servicio del rubro en el hotel “boulevard”, de la provincia de Zarumilla. Metodológicamente la investigación es de tipo mixto: cualitativo y cuantitativo; se cuenta como población y muestra a todos los trabajadores y dueños del boulevard, para la recolección de los datos de la investigación se utilizó la técnica de la observación, la entrevista y la revisión documental, concluyendo lo siguiente: es necesario contar con preparación para el desempeño de sus labores llevando a cabo las capacitaciones a todo el personal que laboran y de esta manera mantener la estabilidad de la empresa.

III. HIPOTESIS

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se pueden establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis

IV. METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACION.

El estudio fue de tipo descriptivo, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

Descriptivo, porque se limita a describir las partes más relevantes de la investigación.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACION.

La investigación fue de nivel cuantitativo, por que confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal 2010).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y se presentan en la realidad. (Bernal 2010).

El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte Transversal.

3.4. VARIABLE Y OPERACIONALIZACION

3.4.1. VARIABLES

Variable independiente: Calidad de Servicio

Variable Dependiente: Competitividad

3.4.2. OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	Ítems (preguntas)	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente: Calidad del Servicio	Se entiende por calidad a la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso. Joseph Juran	Calidad es la ausencia de deficiencias que toda empresa de transportes debe de tener en cuenta como: retrasos en los servicios de transporte, trato grosero a los pasajeros, en momentos de apremio malograrse una llanta o tener el tanque de combustible vacío, etc.	Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eficiencia ▪ Confianza 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considera usted que el servicio que le brinda una empresa de transporte de pasajeros es eficiente cuando realiza un buen desempeño. ▪ A su criterio la confianza debe primar en el buen desempeño que brinda toda empresa de transportes de pasajeros. 	Nominal
			Atención	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rapidez ▪ Costo ▪ Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Está usted de acuerdo con la calidad de servicio que le ofrece la empresa de transporte en su rapidez de atención. ▪ A su parecer el costo juega un papel importante en la calidad del servicio que debe brindar, cada empresa de transporte de pasajeros. ▪ Considera oportuno que debe existir la competencia entre las empresas de transporte público de pasajeros. 	
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen ▪ Fallas ▪ Tiempo Disponible 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La imagen es importante en la fiabilidad que todo usuario deba tener de una empresa de transporte de pasajeros. ▪ Considera usted que si una empresa de transporte tienen fallas en su servicio, ofrece poca fiabilidad. ▪ A su parecer, es fiable una empresa de transporte de pasajero cuando le dedica todo el tiempo disponible. 	

Tabla 01. Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	Ítems (preguntas)	ESCALA DE MEDICIÓN
		Capacidad que tienen las empresas del sector servicio, rubro transporte interprovincial de	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementos Tangibles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nueva tecnología ▪ Semi nueva 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considera que ser competitivos en el mercados, es contar con nueva tecnología en cuanto a maquinaria o vehículos de transportes se refiere. ▪ Contar con maquinaria semi nueva le garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros. 	Nominal

Variable Dependiente Competitividad	<p>“Competitividad es la capacidad que tiene una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior promedio del sector en referencia y de forma sostenible”.</p> <p>Morales (2011, pág. 149)</p>	<p>pasajeros urbanización Andrés Araujo Morán, para alcanzar sus objetivos de manera superior a sus competidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marca ▪ Modelo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considero usted que innovar es contar con un vehículo de marca que le garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros. ▪ Considera usted que innovar es contar con un modelo de vehículo que le ahorre combustible y le permita competir en el mercado de transporte público de pasajeros.
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flexibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cambios ▪ Adaptación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A su parecer ser competitivos exige ser flexible y estar preparados a los cambios del mercado de transporte público de pasajeros. ▪ La importancia de ser competitivos, se basa en adaptar la flexibilidad de los cambios que ocurren en el mercado de transporte público de pasajeros.

Fuente: Elaboración Propia

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por los pasajeros que utilizan el servicio de transporte público a la ciudad de aguas verdes en el turno diario.

3.5.2. MUESTRA

La muestra es de tipo no probabilístico ya que se tomará la cantidad de 10 MYPES para la variable competitividad y 30 pasajeros para la variable calidad de servicio, de acuerdo al criterio de la investigación.

3.6. TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.6.1. TECNICAS

En la investigación se utilizará la técnica de la encuesta además de la aplicación de la técnica de la observación directa, la cual permite identificar las características de los encuestados.

3.6.2. INSTRUMENTOS.

El instrumento a utilizar es el cuestionario el cual consta de 8 ítems de preguntas relacionadas a la variable gestión de calidad la cual me permitirá medir los resultados esperados.

3.7. PLAN DE ANALISIS

Para elaboración del proyecto se utilizarán los sistemas informativos e informáticos como son el internet, Microsoft office (power point, Word, Excel, etc.) los cuales permitirán construir cada parte de mi investigación, Word servirá para la digitalización del proyecto de investigación, Excel permitirá la elaboración de tablas y figuras en las cuales se representarán los resultados, y power point para la elaboración de la ponencia.

3.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla N° 02. Matriz de Consistencia del Proyecto de Investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES / DIMENSIONES	POBLACION Y MUESTRA	METODO Y DISEÑO	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>GENERAL ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio y la competitividad de las MYPES, del sector servicios rubro transporte interprovincial, en la urbanización Andrés Araujo Morán del Distrito de Tumbes, año 2018?</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>1. ¿De qué manera la característica de desempeño repercute en la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán, del distrito de Tumbes, año 2018?</p> <p>2. ¿De qué manera la característica de atención repercute en la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán, del distrito de Tumbes, año 2018?</p> <p>3. ¿De qué manera la característica de fiabilidad trasciende en la característica de flexibilidad de las MYPES del sector servicios, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán, del distrito de Tumbes, año 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la caracterización de la calidad del servicio y la competitividad de las MYPES, del sector servicios rubro transporte interprovincial, en la urbanización Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, año 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Establecer como las características del desempeño repercute en la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, año 2018.</p> <p>2. Determinar cómo la característica de la atención repercute en la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, año 2018.</p> <p>3. Establecer cómo la característica de la fiabilidad trasciende en la característica de flexibilidad de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial de la urbanización Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, año 2018.</p>	<p>Dicho por Fidias (2012), en todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se pueden establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	<p>Calidad de Servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desempeño ▪ Atención ▪ Fiabilidad <p>Competitividad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementos Tangibles. ▪ Innovación ▪ Flexibilidad. 	<p>POBLACION: La población de estudio está conformada 10 MYPES y 30 pasajeros que utilizan el servicio de transporte interprovincial del distrito de Tumbes.</p> <p>MUESTRA: Está conformada 10 MYPES y 30 pasajeros que utilizan el servicio de transporte interprovincial del distrito de Tumbes.</p>	<p>TIPO: Descriptivo</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION: Cuantitativa</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION: No experimental</p>	<p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Entrevista Estructurada</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>

Fuente: Elaboración Propia.

3.9. PRINCIPIOS ETICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- **Legalidad:** Se respeta la información brindada sin alterar su contenido.
- **Confidencialidad:** La información que se brinda debe ser reservada, que sólo sirva de utilidad para el investigador.
- **Búsqueda de la verdad:** forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- **Accesibilidad:** acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- **Perseverancia:** Firmeza en la consecución de los propósitos.
- **Coherencia:** Debe haber una relación entre una cosa con las otras.
- **Compromiso:** palabra dada o fe.

V. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

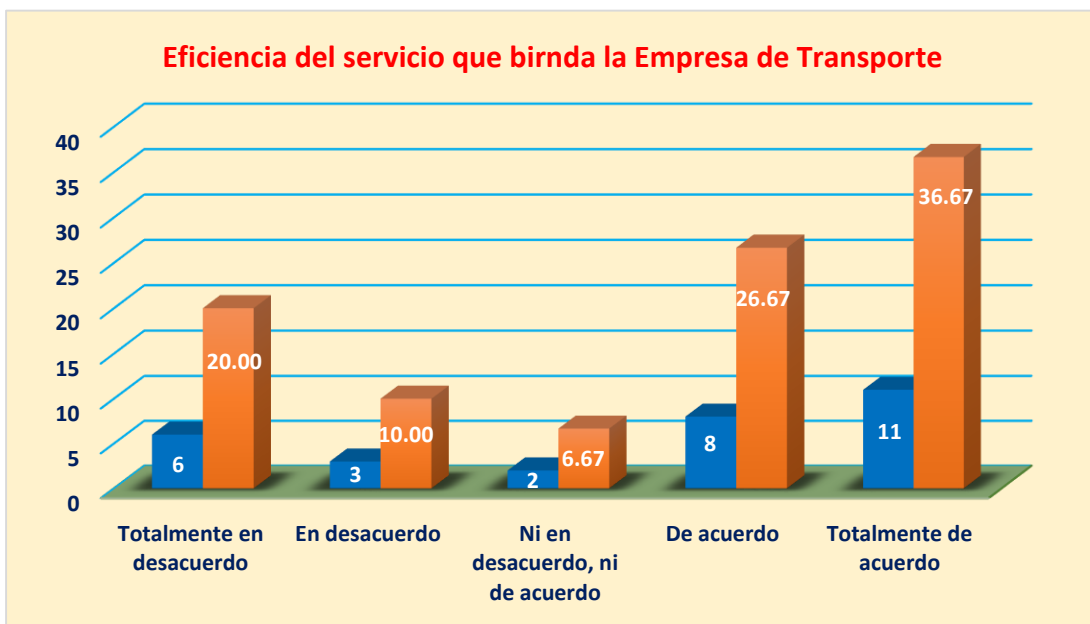
4.1.1. Según objetivo específico 01:

Tabla 1: ¿Considera usted que el servicio que le brinda una empresa de transportes de pasajeros es eficiente cuando realiza un buen desempeño?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	6	20.00
En desacuerdo	3	10.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6.67
De acuerdo	8	26.67
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>11</u>	<u>36.67</u>
<u>TOTAL</u>	<u>30</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 01



Fuente: Elaboración propia

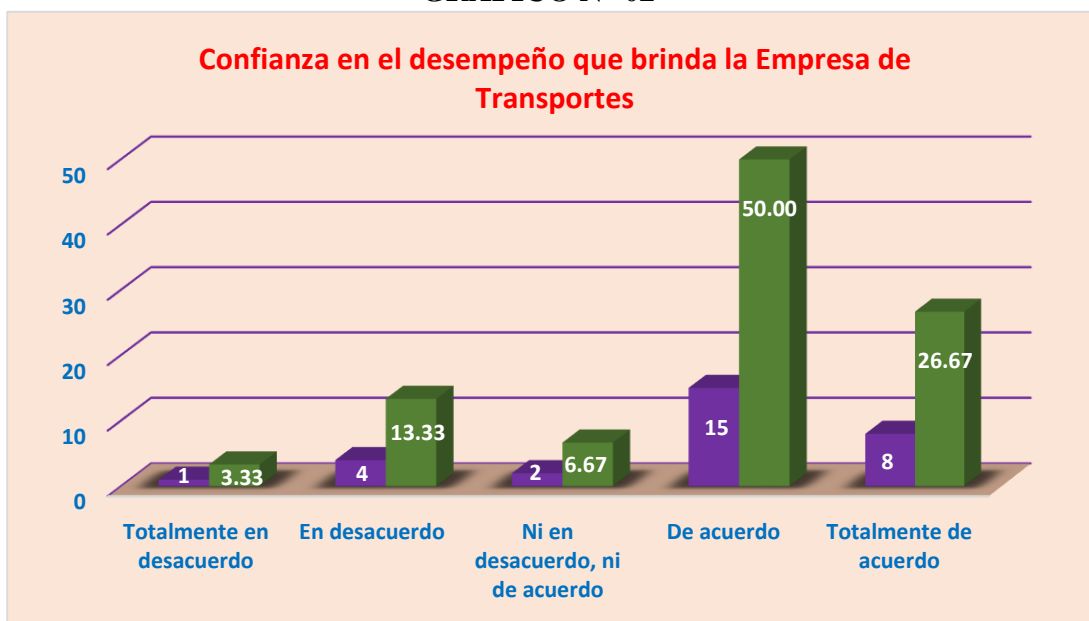
Tabla 2: ¿A su criterio la confianza debe primar en el buen desempeño que

brinda toda empresa de transportes de pasajeros?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Totalmente en desacuerdo	1	3.33
En desacuerdo	4	13.33
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6.67
De acuerdo	15	50.00
Totalmente de acuerdo	8	26.67
TOTAL	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 02



Fuente: Elaboración propia

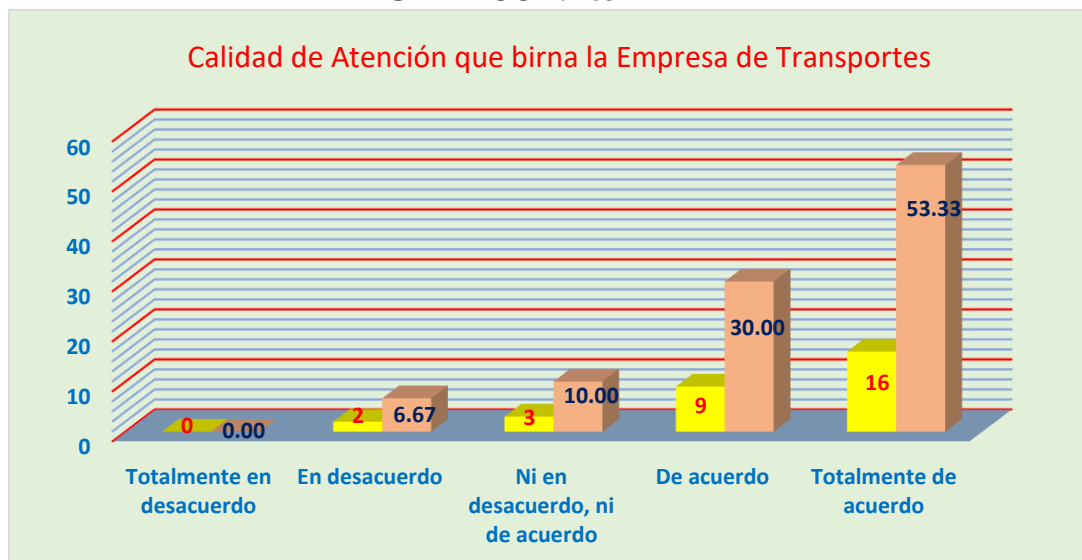
4.1.2. Según objetivo específico 02:

Tabla 3: ¿Está usted de acuerdo con la calidad de servicio que le ofrece la empresa de transportes en su rapidez de atención?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	2	6.67
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	3	10.00
De acuerdo	9	30.00
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>16</u>	<u>53.33</u>
<u>TOTAL</u>	<u>30</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 03



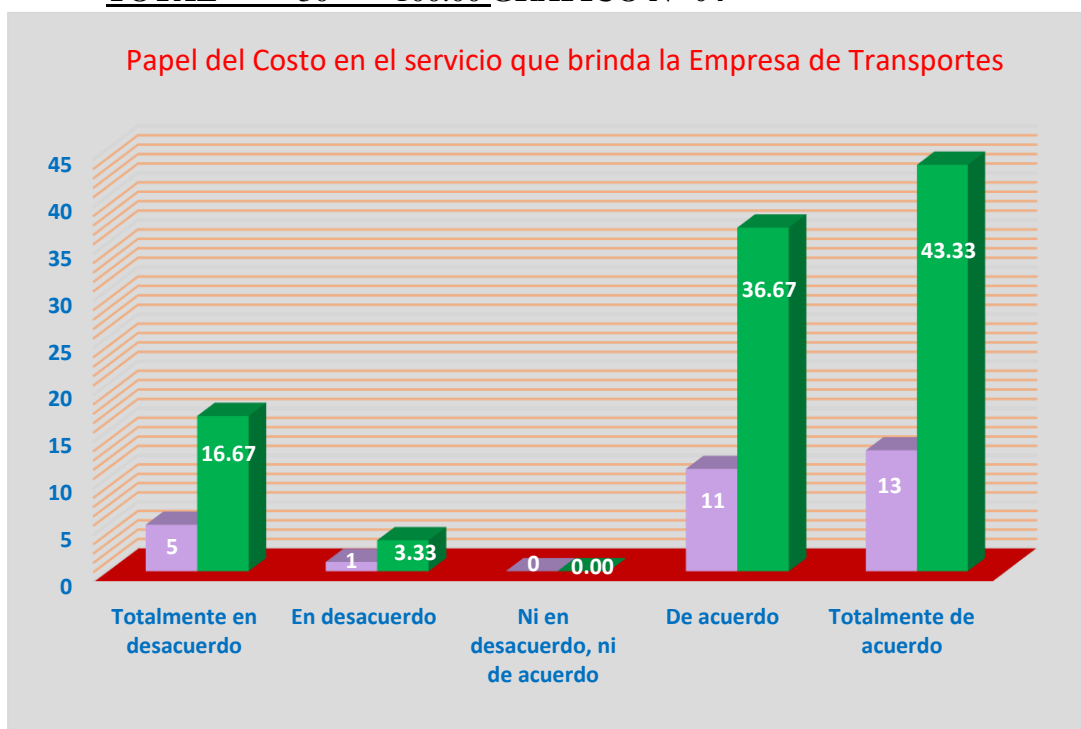
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: ¿A su parecer el costo juega un papel importante en la calidad del

servicio que debe brindar, cada empresa de transportes de pasajeros?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	5	16.67
En desacuerdo	1	3.33
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	11	36.67
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>13</u>	<u>43.33</u>

TOTAL 30 100.00 **GRAFICO N° 04**



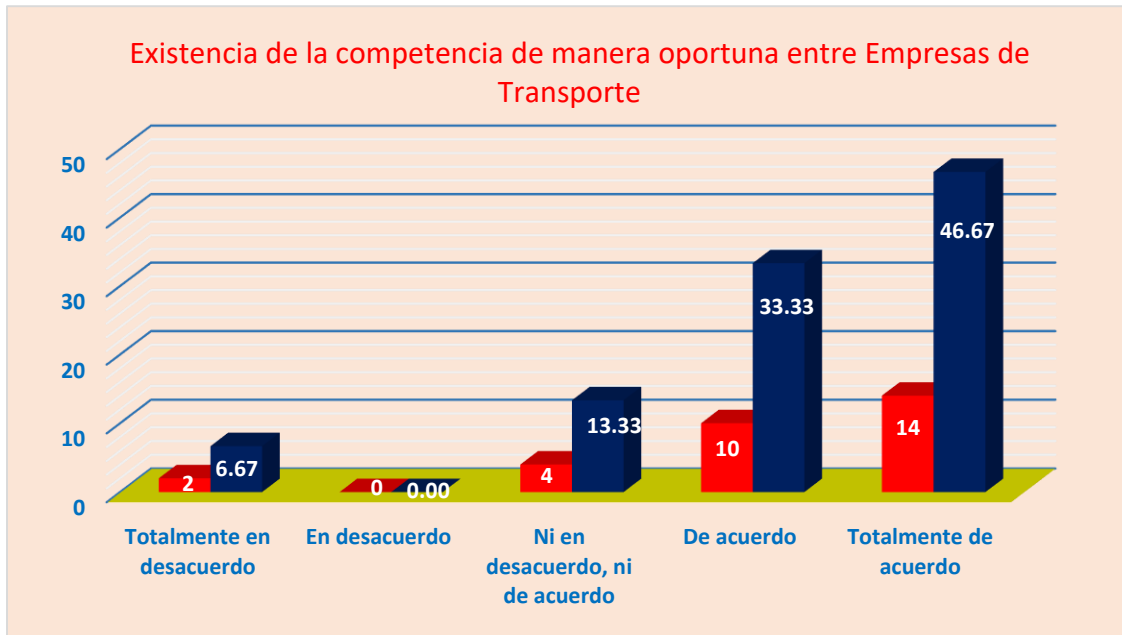
Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: ¿Considera oportuno que debe existir la competencia entre la empresa de transporte público de pasajeros?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Totalmente en desacuerdo	2	6.67
En desacuerdo	0	0.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	4	13.33
De acuerdo	10	33.33
Totalmente de acuerdo	14	46.67
TOTAL	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 05



Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Según objetivo específico 03:

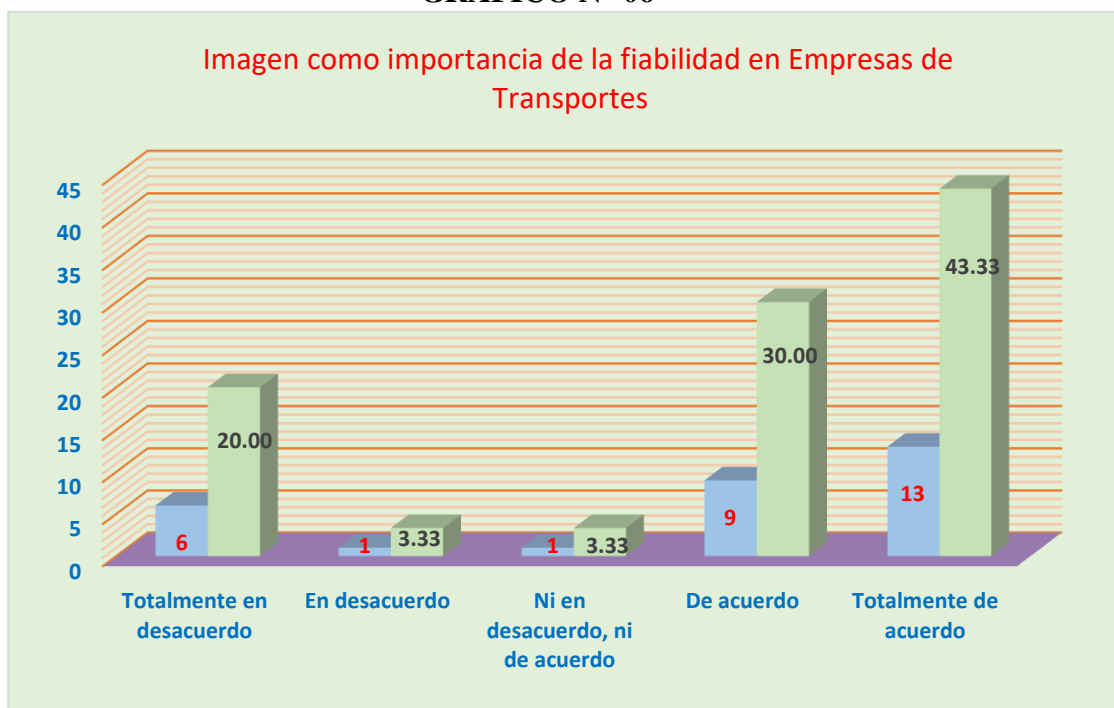
Tabla 6: ¿La imagen es importante en la fiabilidad que todo usuario debe tener

en una empresa de transporte de pasajeros?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Totalmente en desacuerdo	6	20.00
En desacuerdo	1	3.33
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3.33
De acuerdo	9	30.00
Totalmente de acuerdo	13	43.33
TOTAL	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 06



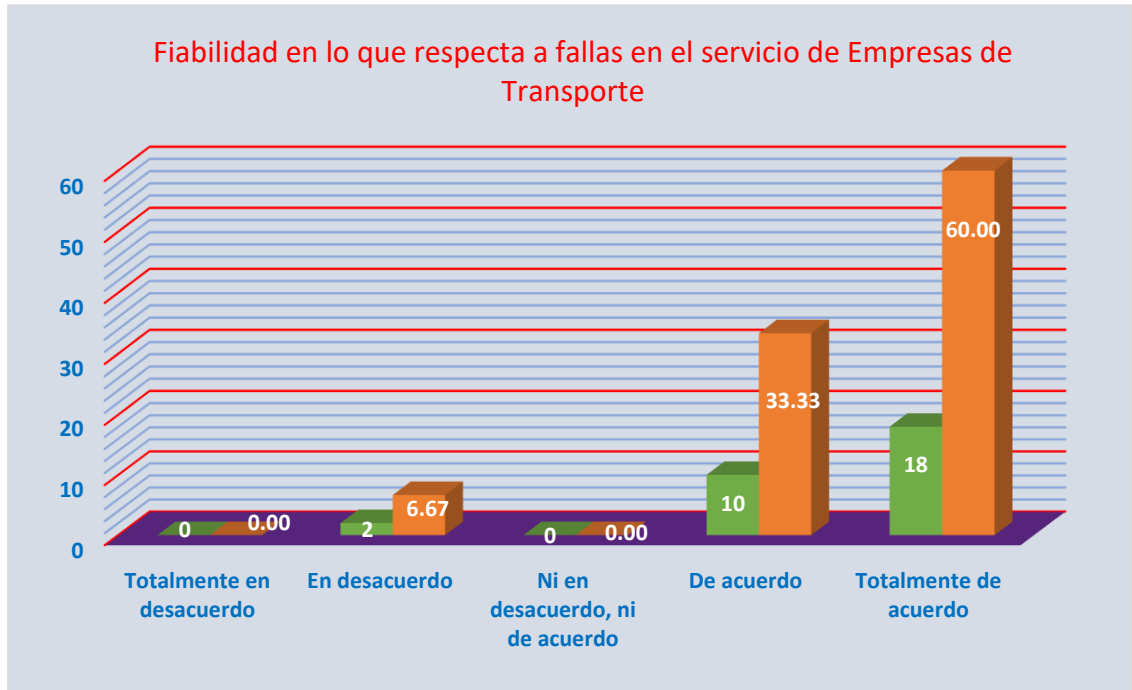
Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: ¿Considera usted que si una empresa de transportes tienen fallas en su servicio, ofrece poca fiabilidad?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	2	6.67
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	10	33.33
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>18</u>	<u>60.00</u>
<u>TOTAL</u>	<u>30</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 07



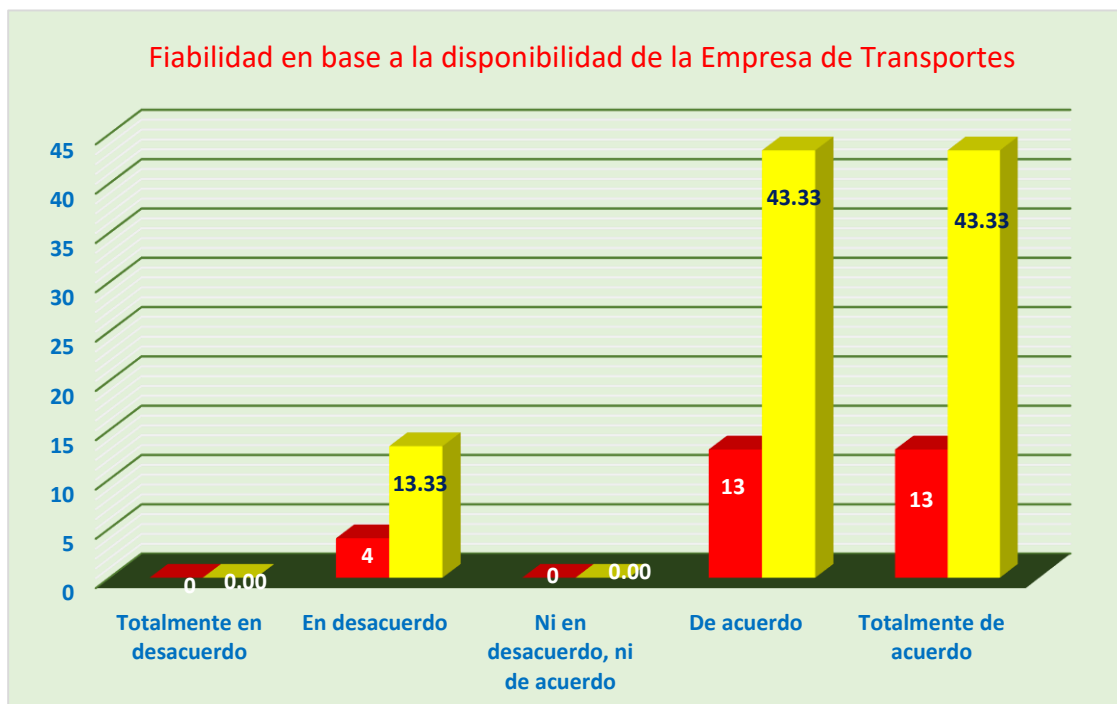
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: ¿A su parecer, es fiable una empresa de transporte de pasajeros cuando le dedica todo el tiempo disponible?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	4	13.33
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	13	43.33
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>13</u>	<u>43.33</u>
TOTAL	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 08



Fuente: Elaboración propia

4.2 RESULTADOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

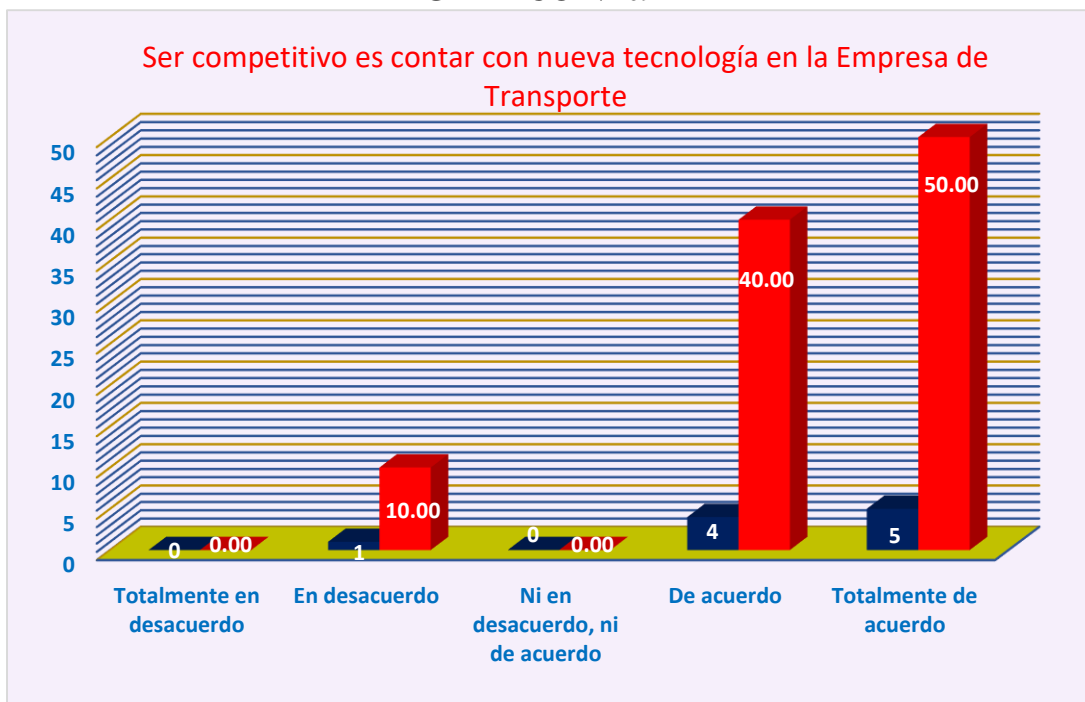
4.2.1 Según objetivo específico 01, 02 y 03:

Tabla 9: ¿Considera que ser competitivo en el mercado es contar con nueva tecnología en cuanto a maquinaria o vehículos de transporte se refiere?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	1	10.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>5</u>	<u>50.00</u>
<u>TOTAL</u>	<u>10</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 09



Fuente: Elaboración propia

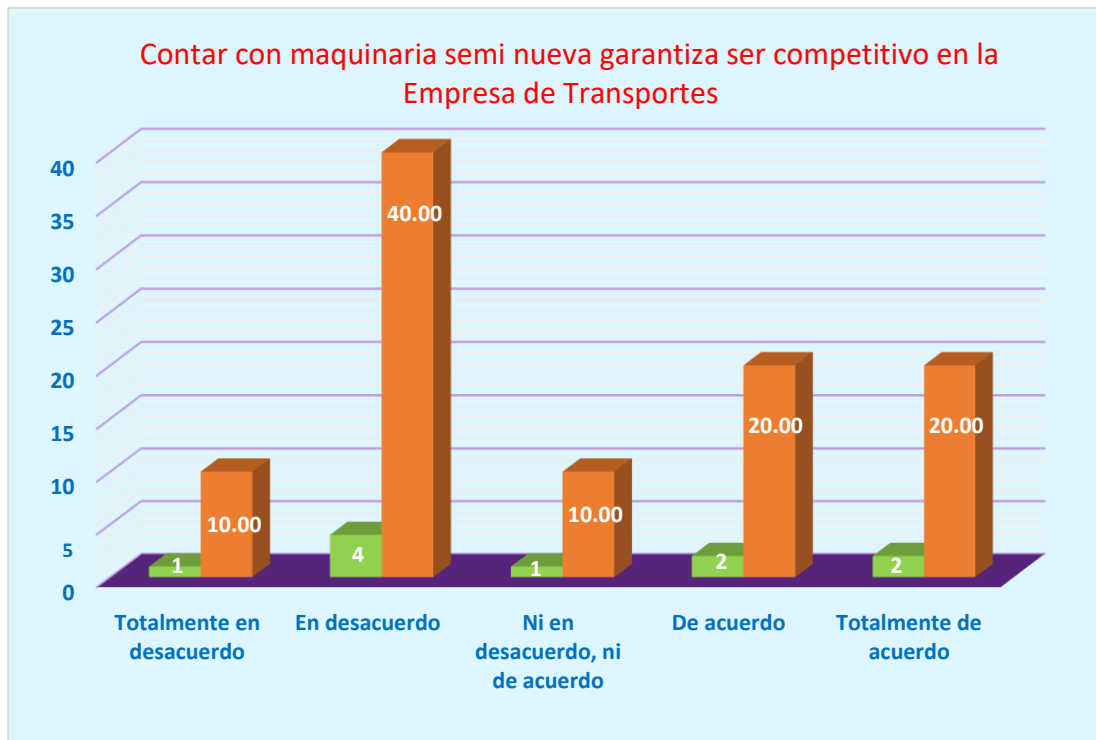
Tabla 10: ¿Contar con maquinaria semi nueva te garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Totalmente en desacuerdo	1	10.00
En desacuerdo	4	40.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	10.00
De acuerdo	2	20.00
Totalmente de acuerdo	2	20.00
TOTAL	10	100.00

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N°

10



Fuente: Elaboración propia

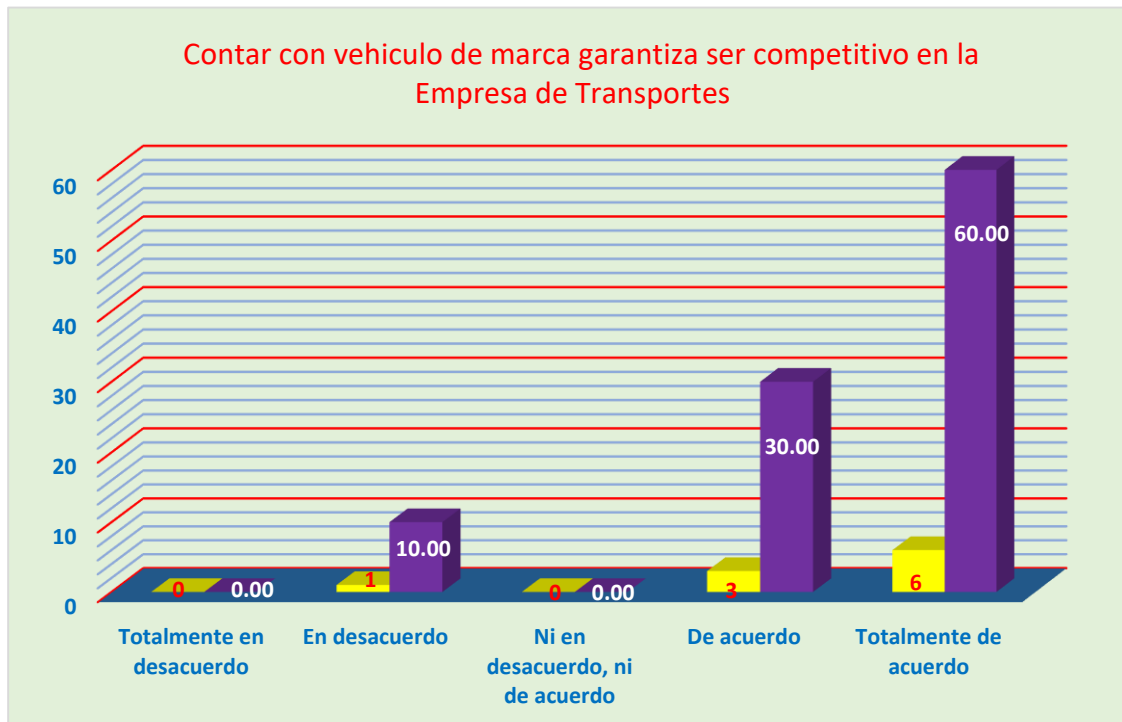
Tabla 11: ¿Considera usted que innovar o contar con un vehículo de marca le garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	1	10.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	30.00
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>6</u>	<u>60.00</u>
<u>TOTAL</u>	<u>10</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N°

11



Fuente: Elaboración propia

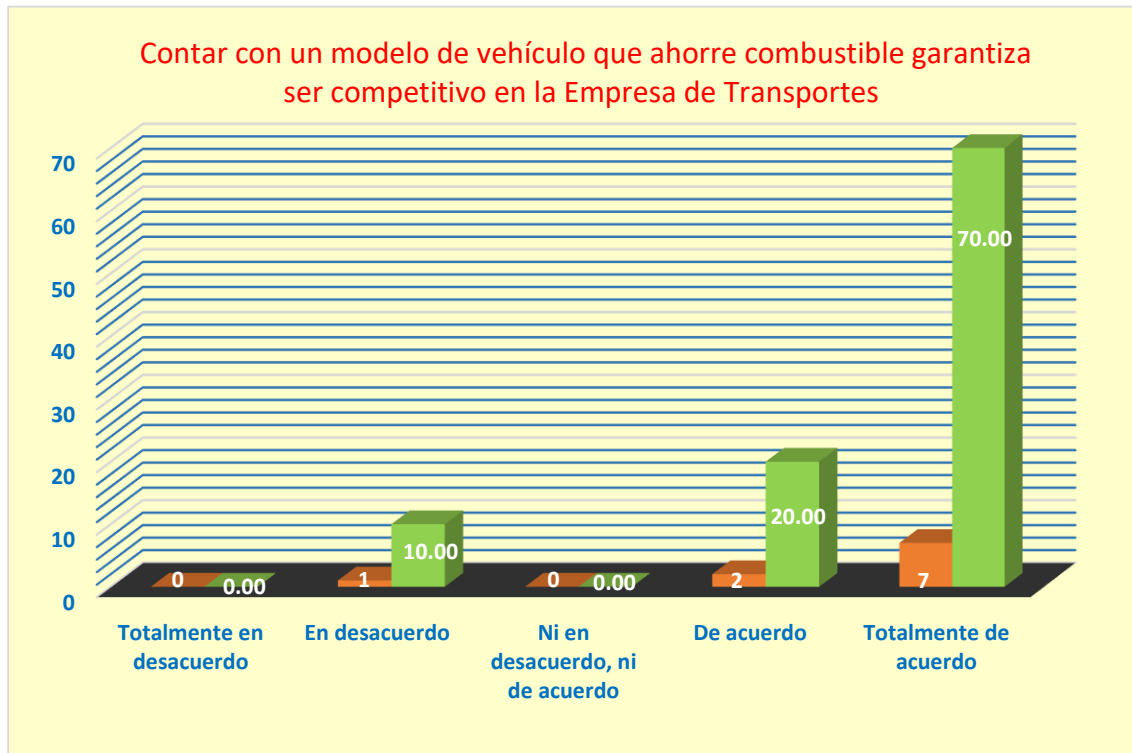
Tabla 12: ¿Considera usted que innovar es contar con un modelo de vehículo que le ahorre combustible y le permita competir en el mercado de transporte público de pasajeros?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	1	10.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	20.00
Totalmente de acuerdo	7	70.00
<u>TOTAL</u>	<u>10</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N°

12



Fuente: Elaboración propia

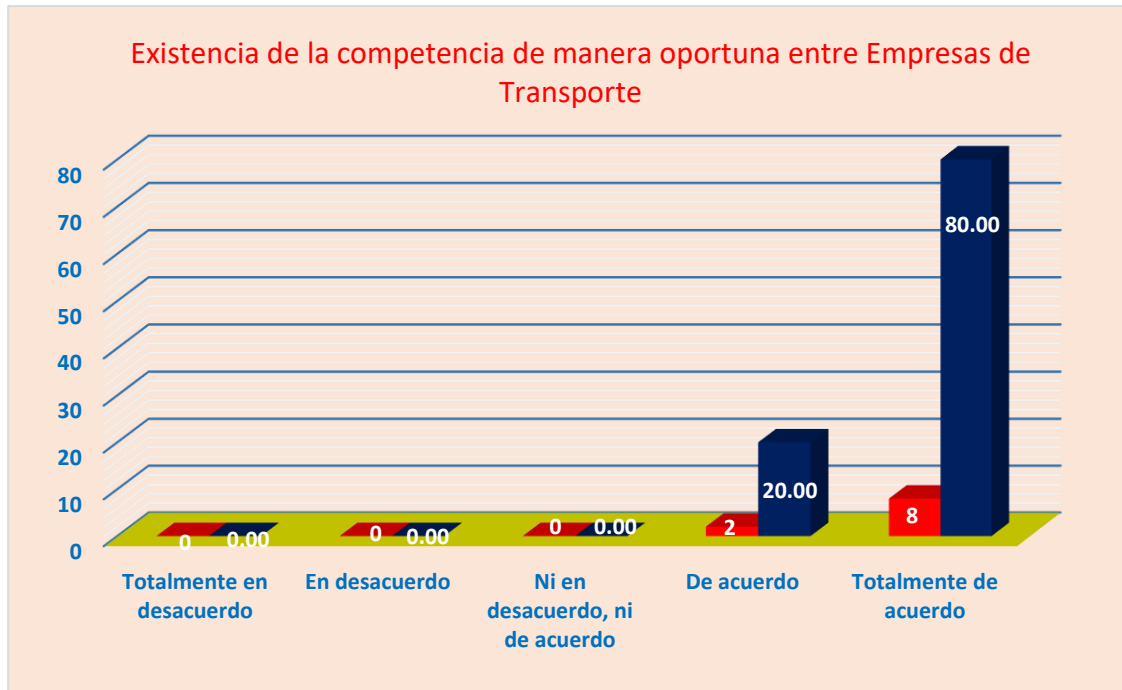
Tabla 13: ¿A su parecer ser competitivo exige ser flexible y estar preparado a los cambios del mercado, de transporte público de pasajeros?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	2	20.00
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>8</u>	<u>80.00</u>
<u>TOTAL</u>	<u>10</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N°

GRAFICO N° 13



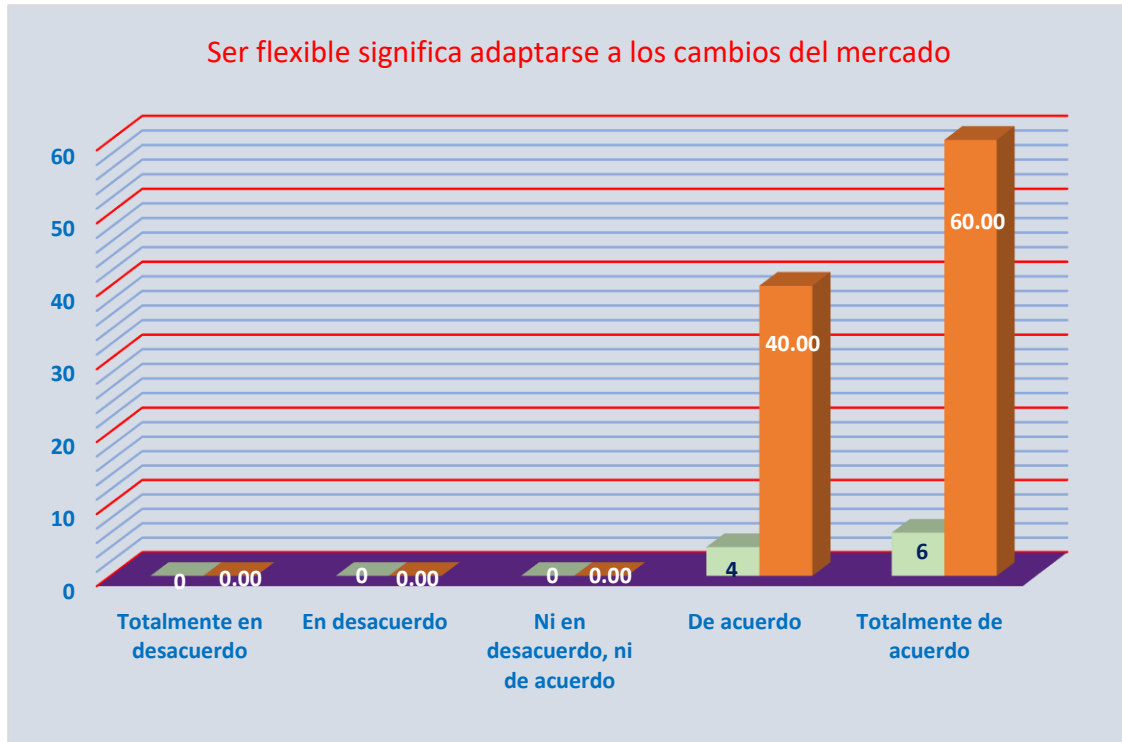
Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: ¿La importancia de ser competitivos, se basa en adaptar la flexibilidad de los cambios que ocurren en el mercado de transporte público de pasajeros?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	40.00
<u>Totalmente de acuerdo</u>	<u>6</u>	<u>60.00</u>
<u>TOTAL</u>	<u>10</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 14



Fuente: Elaboración propia

4.3 ANALISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos por cada variable se ha procedido analizar los mismos teniendo en cuenta los objetivos específicos considerados en la investigación; así tenemos que:

4.3.1 PARA LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

4.3.1.1 Según el objetivo específico 01.

De acuerdo a la tabla y gráfico N° 01; el cual considera si es eficiente el servicio que brinda una empresa de transportes de pasajeros cuando realiza un buen desempeño; del total de 30 encuestados, el 37% que representa a 11 encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo en que es eficiente el servicio que brinda la empresa de transportes, un 27% de encuestados que representan a 8 de ellos, consideran que están

de acuerdo con que es eficiente el servicio que brinda la empresa de transportes; sin embargo, un 20% que representa a 6 encuestados, considera que está totalmente en desacuerdo que es eficiente el servicio que brinda la empresa de transporte de pasajeros; un 10% que representa a 03 encuestados sostiene que está en desacuerdo en que es eficiente el servicio que brinda la empresa de transportes y 7% que representa a 02 encuestados manifiesta no estar de acuerdo ni en desacuerdo en lo que respecta a la eficiencia del servicio que brinda la empresa de transportes. Por otro lado, en cuanto al criterio de confianza que debe primar en el buen desempeño que brinda toda empresa de transportes de pasajeros; tal y como lo reflejan la tabla y gráfico N° 02, se tiene que; del total de 30 encuestados el 50% (15 de ellos) manifestaron estar de acuerdo con el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño que brinda la empresa de transportes; un 27% que representa a 08 encuestados considera estar totalmente de acuerdo con el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño; un 13% y 3% que representan a 04 y 01 de ellos consideran estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño y un 7% que representa a 2 encuestados considera no estar de acuerdo ni en desacuerdo sobre el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño de la empresa de transportes.

4.3.1.2 Según el objetivo específico 02.

En la tabla y gráfico N° 03, se muestra el comportamiento que tuvieron los encuestados al preguntárseles si estaban de acuerdo con la calidad de

servicio que les ofrecen las empresas en su rapidez de servicio de atención, tal es así que del total de 30 personas encuestadas; el 53% que representa a 16 encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo con la calidad de servicio que le ofrece la empresa en su rapidez de atención; un 30% que representa a 09 encuestados, señala estar de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la empresa en su rapidez de atención; un 10% y 7% que representan a 03 y 02 encuestados consideran esta ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo con la calidad de servicio que ofrece la empresa en su rapidez de atención.

Por otro lado, la tabla y gráfico N° 4 señala la importancia que juega el costo en la calidad del servicio que brinda cada empresa de transportes; tal es así que, del total de 30 encuestados el 43% y 37% que representan a 13 y 12 de ellos manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el costo juega un papel importante en la calidad de servicio que brindan las empresas de transportes; mientras que un 17% y 3% que representan a 05 y 01 encuestados, señalaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo en que el costo juega un papel importante en la calidad del servicio que brindan las empresas de transportes.

Y, en cuanto a considerar oportuno la existencia de la competencia entre las empresas de transporte público de pasajeros, la tabla y gráfico N° 05 muestra los resultados obtenidos; tal es así que, de un total de 30 pasajeros encuestados el 47% y 33% que representan a 14 y 10 encuestados, sostuvieron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo

en que es oportuno de que exista competencia entre las empresas de transporte público de pasajeros; mientras que un 13% y 7% consideran ni estar en desacuerdo ni de acuerdo y totalmente en desacuerdo en que exista competencia entre las empresas de transporte público de pasajeros.

4.3.1.3 Según el objetivo específico 03.

La tabla y gráfico N° 06, señalan la importancia de la fiabilidad que todo usuario debe tener producto de la imagen que refleja toda empresa de transportes de pasajeros; tal es así que, de un total de 30 pasajeros encuestados; el 43% y 30% que representan a 13 y 9 de ellos, manifiestan que están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que es importante la imagen que toda empresa de transportes debe reflejar para que el usuario sea fiable hacia ella o crea en ella; mientras que un 20% y 3% que representan a 06 y 01 encuestado, sostienen que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo en que es importante la imagen que toda empresa debe reflejar para que el usuario sea fiable hacia ella; es importante señalar también que existe un 3% que representa a 01 encuestado que manifiesta ni estar de acuerdo ni en desacuerdo en considerar como importante a la imagen que toda empresa debe reflejar para que el usuario sea fiable hacia ella.

Sin embargo, la tabla y gráfico N° 07 expresan el grado de fiabilidad que tienen los usuarios respecto a las fallas del servicio de transportes que una empresa puede tener; tal es así que, del total de 30 pasajeros encuestados; el 60% y 33% que representan a 18 y 10 de ellos, señalan

estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que si toda empresa tiene fallas en su servicio, ofrece poca fiabilidad; mientras que un 7% que representa a 02 encuestados está en desacuerdo en que si una empresa tiene fallas en su servicio ofrece poca fiabilidad.

Por otro lado, la tabla y gráfico N° 08 señala la fiabilidad que debe tener cada pasajero cuando una empresa de transportes le dedica todo el tiempo disponible; tal es así que, del total de 30 pasajeros encuestados, el 43% de ellos que representan a 13 encuestados, para ambos casos como totalmente de acuerdo y de acuerdo, consideran que una empresa de transportes es fiable cuando dedica todo su tiempo disponible; mientras que un 13% que representa a 04 encuestados manifiestan estar en desacuerdo que una empresa es fiable cuando dedica todo su tiempo disponible.

4.3.2 PARA LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

4.3.2.1 Según objetivo específico 01

De acuerdo a la tabla y gráfico N° 09; el cual considera que ser competitivo es contar con elementos tangibles como nueva tecnología en cuanto a maquinaria y vehículos de transporte se refiere; tal es así que, del total de 10 MYPES consultadas el 50% y 40% que representan a 5 y 4 empresas encuestadas consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que para ser competitivo es necesario contar con nueva tecnología en cuanto a maquinaria y vehículos de transporte se refiere; mientras que el 10% que representa a 01 MYPE considera estar en

desacuerdo en que para ser competitivo es necesario contar con nueva tecnología en cuanto a maquinaria y vehículos de transporte se refiere.

Asimismo, la tabla y gráfico N° 10 señala la garantía de cada MYPE de ser competitiva en el mercado de transporte público de pasajeros al contar con maquinaria semi nueva; tal es así que, del total de 10 MYPES encuestadas, el 40% que representa a 4 MYPES consideran estar en desacuerdo que el contar con maquinaria semi nueva garantiza ser competitivo en el mercado; mientras que el 20% que representa a 02 MYPES para ambos casos, manifiestan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en considerar que contar con maquinaria semi nueva garantiza ser competitivo en el mercado; y un 10% que representa a 01 MYPE encuestada, para ambos casos totalmente en desacuerdo y ni en desacuerdo ni de acuerdo en considerar que contar con maquinaria semi nueva garantiza ser competitivo en el mercado.

4.3.2.2 Según objetivo específico 02

La tabla y gráfico N° 11; la cual considera que innovar o contar con un vehículo de marca le garantiza ser competitivo en el mercado de transporte público de pasajeros; tal es así que, del total de 10 MYPES encuestadas el 60% y 30% que representan a 6 y 3 empresas encuestadas consideran que innovar o contar con un vehículo de marca le garantiza ser competitivo en el mercado; mientras que el 10% que representa a 01 MYPE considera estar en desacuerdo que innovar o contar con un vehículo de marca le garantiza ser competitivo en el mercado.

Del mismo modo, la tabla y gráfico N° 12; la cual considera que innovar es contar con un vehículo que le ahorre combustible y le permita competir en el mercado de transporte público de pasajeros; tal es así que, del total de 10 MYPES encuestadas el 70% y 20% que representan a 7 y 2 empresas encuestadas consideran que innovar es contar con un vehículo que le ahorre combustible y le permita ser competitivo en el mercado; mientras que el 10% que representa a 01 MYPE considera estar en desacuerdo que innovar es contar con un vehículo que le ahorre combustible y le permita ser competitivo en el mercado.

4.3.2.3 Según objetivo específico 03

La tabla y gráfico N° 13; señala el parecer de cada MYPE en cuanto a ser competitivo exige ser flexible y estar preparado a los cambios del mercado; tal es así que, del total de 10 MYPES encuestadas el 80% y 20% que representan a 8 y 2 empresas encuestadas manifiestan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en señalar que ser competitivo exige ser flexible y estar preparado a los cambios que exige el mercado.

Finalmente, la tabla y gráfico N° 14; señala la importancia que tiene cada MYPE de ser competitiva adaptándose a la flexibilidad de los cambios que ocurren en el mercado donde desarrolla su actividad; tal es así que, del total de 10 MYPES encuestadas el 60% y 40% que representan a 6 y 4 empresas encuestadas manifiestan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en señalar que es importante adaptarse y ser flexible a los cambios que exige el mercado.

VI. CONCLUSIONES.

A manera de conclusiones se puede indicar que:

1. El 37% y 27% del total de 30 pasajeros encuestados que representan a 11 y 8 de ellos, manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en señalar que es eficiente el servicio que brindan las empresas de transporte; sin embargo, el 50% y 27% (15 y 12 de ellos) expresaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con el criterio de confianza que debe primar por el buen desempeño que brinda la empresa.

Esto influye en cierta medida en la competitividad a tal punto que el 50% y 40% de las MYPES encuestadas consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo que para ser competitivo es necesario contar con elementos tangibles como nueva tecnología en cuanto a maquinaria y vehículos de transporte se refiere; más aún cuando un 40% de 10% las MYPES consideran estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo que el contar con maquinaria semi nueva garantiza ser competitivos en el mercado.

2. El 53% y 30% del total de personas encuestadas que representan a 16 y 9 de ellas manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con la calidad de servicio que les ofrecen las empresas por su rapidez de atención; por otro lado, el 43% y 37% de los encuestados que representan a 12 y 13 de ellos manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el costo juega un papel importante en la calidad del servicio que brindan las empresas de transportes; y en cuanto a considerar oportuno la competencia entre empresas de transporte público de pasajeros, el 47% y 33% que representan a 14 y 10 de

ellos señalaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que es oportuno que exista competencia de transporte público de pasajeros. Esto influye en cierta medida en la competitividad toda vez que un 60% y 30% de las MYPES encuestadas consideran que innovar o contar con vehículos de marca garantiza ser competitivo en el mercado; y el 70% y 20% consideran que innovar es contar con un vehículo que le ahorre combustible y le permita ser competitivo en el mercado.

3. El 43% y 30% del total de personas encuestadas que representan a 13 y 9 de ellas manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que es importante la imagen que toda empresa de transportes debe reflejar para que el usuario sea fiable hacia ella o crea en ella; por otro lado, el 60% y 33% de los encuestados que representan a 18 y 10 de ellos señalaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en que si toda empresa tiene fallas en su servicio, ofrece poca fiabilidad; asimismo, el 43% que representan a 13 encuestados para ambos casos como totalmente de acuerdo y de acuerdo consideran que una empresa de transportes es fiable cuando dedica todo su tiempo disponible. Esto influye en cierta medida en la competitividad toda vez que un 80% y 20% de las MYPES encuestadas consideran que ser competitivo exige ser flexible y estar preparado a los cambios que exige el mercado; y el 60% y 40% manifiestan que es importante adaptarse y ser flexible a los cambios que exige el mercado.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANZIL (2008). *Concepto de competitividad*. Extraído de la página Web:
<http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>.

ARANA (2015). En su investigación "*La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción – rubro panaderías, de la urbanización Previ, Distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, período 2015*". (Pág. 153) Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1084/COMPE_TITIVIDAD_MYPE_ARANA_CRUZADO_HERMELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ARREAGA NARVÁEZ, S. B. (2018). Evaluación de la calidad del servicio en el local de ventas de la empresa Comercial Guerra, Guayaquil 2018. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28992?mode=full>

BRACHO DE GRATEROL (2007). "*Gestión de la calidad en las empresas del sector azucarero del occidente de Venezuela*". Universidad Dr. Rafael Bellosso Chacin.

BLOGSPOT (2012). Beneficios de la gestión de calidad.

CASING PÉREZ, M. S. (2018). "*Análisis de la calidad de servicios que oferta el Hotel Olímpico, Quevedo*". (Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en Hotelería y Turismo), Universidad De Guayaquil, Quevedo. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27612>

CASTILLO (2016). En su investigación "*La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la Avenida Próceres de la independencia, cuadra 10 a la 27, Distrito de San Juan de*

Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015”
(Pág. 102). Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1086/COMPE_TITIVIDAD_MYPE_CASTILLON_GUTIERREZ_EDUARDO_MOISES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CRUZ (2016). “Caracterización, competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico den Tumbes, 2016”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Tumbes.

CEBREROS (1993). *Definición de competitividad*.

Extraído de la página Web:<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>

DIOSES (2014). En su investigación: “Evaluación de la calidad del servicio del hotel “boulevard”, de la Provincia de Zarumilla, departamento de tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014”. (Pág.127) Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/850/CALIDAD_BUENAS_PRACTICAS_DIOSES_GUERRERO_TAHIS_ELIANA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

EMBED (2013). *La Calidad en las Pymes*. Extraído de la página Web:
<http://www.een.edu/blog/la-calidad-en-las-pymes.html>.

ES.SCRIB (2013). *Ventajas y desventajas de la gestión de calidad*. Extraído de la página Web: <https://es.scribd.com/doc/68382538/Ventajas-y-desventajas-deun-Sistema-de-Gestion-de-Calidad>

FAJARDO (2016). En su investigación *“Caracterización de la competitividad y calidad de las MYPES rubro colegios privados en Tumbes, 2016”*.

(Pag103).Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/992/COMPETENCIA_CALIDAD_EDUCATIVA_FAJARDO_ATOCHE_SANDRITA_YUSBELLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

FIGUEROA (2015). En su investigación *“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque lean manufacturing de las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro elaboración de productos de panadería del Distrito de Huaraz, 2015”*. (pág. 99). Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1062/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_FIGUEROA_ROBLES_YOSELYN_MELISSA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

GARCIA (2014) *Ventaja de la competitividad*. Extraído de la página Web:

<https://blogbvelearning.wordpress.com/2013/07/23/ventaja-competitiva-enla-empresa/>

GATTU (2010); en su investigación *“La importancia de la calidad y su relación en el desempeño de las Pymes industriales de la Argentina”* (Pág.).

Universidad Nacional de San Martín. Extraído de la página Web:

<https://www.inti.gob.ar/incalin/pdf/tesis/SebastianGatti.pdf>

GESTIÓN (2016) *“Adaptación de ISO 9001 para elevar calidad de mi pyme peruana”*.

Extraído de la página Web: <https://gestion.pe/empresas/inacal-adapta-iso->

9001-elevar-calidad-mipymes-peruanas-2153989

GOMEZ (2014). *Definición de gestión de calidad*. Extraído de la página Web:

<http://www.imf-formacion.com/blog/corporativo/calidad/la-importancia-de-la-calidad-en-la-gestion-empresarial/> <http://abc-calidad.blogspot.pe/2010/04/beneficio-que-aporta-un-sistemade.html>.

JOUBERT (2014). En su investigación "*Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*".(pág.). Universidad Nacional de Quilmes-Argentina.

Extraído de la página Web:

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBERT.pdf?sequence=1>

MANTILLA, VILCACUNDO & RUIZ (2012): en su investigación "*La innovación tecnológica y la competitividad de las pymes manufactureras del Cantón Ambato*". (pág.) Universidad Técnica de Ambato.

Extraído de la página Web:

<http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/La%20innovacion%20tecnologica%20y%20la%20competitividad%20de%20las%20pymes%20manufactureras.pdf>

MARTICORENA (2012). En su investigación "*El servicio de guiado, la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos*". (pág. 112) Universidad Nacional De Tumbes.

Extraído de la página Web:

<http://www.monografias.com/trabajos94/servicio-guiado-competitividad->

ysostenibilidad-destinos-turisticos/servicio-guiado-competitividad-
ysostenibilidad-destinos-turisticos2.shtml#ixzz4uOOckBVk

MENDOZA (2017). *Principios de la gestión de calidad*.

Extraído de la página Web: <https://prezi.com/6jdlrfed4kp4/principios-degestion-de-la-calidad/>

MERINO (2016). En su investigación “*Caracterización competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro banano orgánico en Tumbes, 2016*” (pág. 144). Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/590/CRUZ_MERINO_YOSELYN_FAVIOLA_COMPETITIVIDAD_GESTION_CALIDAD_BANANO_ORGANICO.pdf?sequence=1

NAVARRO (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, provincia de Mariscal Cáceres región San Martín, año 2015 – 2016*”.

OROPEZA (2016). En su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del Distrito de Huaraz, 2016*”. (pág. 133) Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_OROPEZA_PARIAMACHI_NANCY_MARGARITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PARRA (2013). Desventajas de la competitividad. y tipos de la competitividad.

Extraído de la página Web: <http://anjeyol.blogspot.pe/2010/05/ventajas-y-desventajas-competitividad.html>.

PMEX (2010). “*Cómo mejorar la competitividad de las MYPES*”.

Extraído de la página Web:

<https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/como-mejorar-lacompetitividad-de-las-pymes>.

PORTER (1998). *Tipos de estrategias competitivas y los factores de la competitividad*.

Extraído de la página Web:

<https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>

QUIROZ (2010). En su investigación: “*Sistema de gestión de la calidad en el área socio – educativa, perteneciente a la casona de la universidad de oriente – núcleo bolívar, mediante la aplicación de la norma ISO 9001-2008*”. (pág.)
Universidad De Oriente Núcleo De Bolívar.

Extraído de la página Web:

<http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/1497/1/104-Tesis-Sistema%20de%20Gestion%20de%20la%20Calidad.pdf>

RAMOS & ROMERO (2016). En su investigación “*Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de Tumbes- 2016*”. (pág. 109). Universidad Nacional de Tumbes.

Extraído de la página Web:

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/92/TESIS%20-%20RAMOS%20Y%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

RIQUELME (2015). Concepto e importancia de la gestión de calidad y elementos de la gestión de calidad. Extraído de la página Web:

<https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>,

<https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/>

SALAZAR (2016). En su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del Distrito de Huaraz, 2016*”, (pág. 164). Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Extraído de la página Web:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/MYPE_PROMOCION%20DE%20VENTAS_%20SALAZAR_SANTILLAN_%20DELIA_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VERGARA (2009). *Importancia de la competitividad*.

Extraído de la página Web:

<http://mejoratugestion.com/mejora-tugestion/importancia-de-la-gestion-empresarial-y-profesional-en-mejora-tugestion/>

YARLEQUE (2018). caracterizacion de capacitacion y de la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector sevicio,rubro del cercado de tumbes 2018. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8262>

Sallenvae, J. (2016). “Gerencia y planeación estratégica”. La empresa moderna requiere tanto conocimientos técnicos como la comprensión de los factores estructurales, socios y políticos que le dan forma. Ediciones María del Mar Revassa – Bogotá.

Porter, M. (1990). "Ventaja Competitiva". Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental, S. A. de C.V. México. D.F.

VIII. ANEXOS

