

---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO  
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE: CASO  
ZAVALETA E.I.R.L. – DISTRITO DE TUMBES, 2019**

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

**AUTOR**

**SALAZAR INFANTE, MARYURI HAIDEE**

**ORCID: 0000-0002-8009-358X**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**HUARAZ – PERÚ**

**2021**

## **1. Título de la tesis**

Caracterización de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta E.I.R.L. – distrito de Tumbes, 2019

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

Salazar Infante, Maryuri Haidee

ORCID: 0000-0002-8009-358X

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

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras Y Administrativas, Escuela Profesional De  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Norabuena Mendoza, César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Lazaro Diaz, Juan Renee

ORCID: 0000-0002-0604-785X

### **3. Hoja de firma del jurado y asesor**

---

MG. Azabache Arquinio, Carmen Rosa  
Presidente

---

Mgtr. Norabuena Mendoza, César Hernán  
Miembro

---

Mgtr. Lazaro Diaz, Juan Renee  
Miembro

---

Mgtr. Escobedo Gálvez, José Fernando  
Asesor

#### **4. Agradecimiento y dedicatoria**

##### **A Dios:**

Por derramar sus bendiciones y regalarme un día más de vida para gozar de todo lo bueno que solo él sabe brindar. A la Universidad Católica “LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE” Por darme la oportunidad de estudiar.

##### **A los docentes:**

Por su esfuerzo y dedicación, quienes, con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado en mí el poder elaborar la presente investigación con éxito.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga

##### **Dedicado:**

##### **A mis padres, hija, familiares y docentes**

Con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización del presente informe de investigación.

## 5. Resumen y abstract

La presente investigación cuyo objeto principal fue Determinar las características de la calidad de Servicio de las micro y pequeñas Empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL - Distrito de Tumbes, 2019; con un enunciado de problema ¿Cuáles son las características de la calidad de Servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL – Distrito de Tumbes, 2019?. La metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental/corte transversal; se aplicó un cuestionario de 22 preguntas; población de 44 Empresas; muestra será no probabilística, y es Empresa de Transportes ZAVALETA E.I.R.L.; Concluyendo que la caracterización en las empresas del rubro transportes terrestre de personas del distrito de Tumbes se da forma intermedia, tal como se muestra en los índices de calificación obtenido de los encuestados: Fiabilidad, 0.57, terminan el servicio en el tiempo prometido; Capacidad de Respuesta, 0.63, los colaboradores muestran disposición para ayudar; Seguridad, 0.62, los usuarios se sienten seguros al hacer sus transacciones; Empatía, 0.55, horario de trabajo conveniente y Elementos Tangibles, 0.57, los colaboradores están limpio; teniendo debilidad en la región de Tumbes al no contar con terminal terrestre para embarque y desembarque de pasajeros.

***Palabras claves: Calidad de servicio, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, MYPES.***

## **ABSTRACT**

The present investigation whose main objective was to determine the characteristics of the quality of service of micro and small companies in the service sector, land transport: Zavaleta EIRL case - Tumbes District, 2019; with a problem statement. What are the characteristics of the service quality of the micro and small companies in the land transport service sector: Zavaleta EIRL case - Tumbes District, 2019?. The methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental / cross-sectional design; A 22 - question questionnaire was applied; population of 44 companies; The sample will be non-probabilistic, and it is Empresa de Transportes ZAVALETA E.I.R.L .; Concluding that the characterization of companies in the land transportation of people in the Tumbes district is intermediate, as shown in the qualification indexes obtained from the respondents: Reliability, 0.57, they finish the service in the promised time; Responsiveness, 0.63, employees show willingness to help; Security, 0.62, users feel safe when making their transactions; Empathy, 0.55, convenient work hours and Tangible Elements, 0.57, employees are clean; having weakness in the Tumbes region by not having a land terminal for passenger boarding and disembarking.

***Keywords: Quality of service, reliability, responsiveness, security, empathy, tangible elements, MYPES.***

## 6. Contenido

1.	Título de la tesis .....	i
2.	Equipo de trabajo .....	ii
3.	Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4.	Agradecimiento y dedicatoria .....	iv
5.	Resumen y abstract .....	v
6.	Contenido .....	vii
7.	Índice de tablas, figuras y cuadros .....	ix
I.	Introducción .....	1
II.	Revisión de la literatura .....	6
2.1	Antecedentes .....	6
2.1.1	Antecedentes internacionales .....	6
2.1.2	Antecedentes nacionales .....	7
2.1.3	Antecedentes locales .....	10
2.2	Bases Teóricas de la Variable .....	12
2.2.1	Calidad .....	12
2.2.2	Servicio .....	12
2.2.3	Calidad de Servicio .....	12
III.	Hipótesis .....	21
IV.	Metodología .....	22
4.1	Diseño de la investigación .....	22
4.2	Población y muestra .....	22
4.3	Definición y Operacionalización de Variables .....	26
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	27
4.5	Plan de análisis .....	27
4.6	Matriz de consistencia .....	28
4.7	Principios éticos .....	29
V.	Resultados .....	32
1.1	Resultados .....	32
1.2	Análisis de resultados .....	36
VI.	Conclusiones y recomendaciones .....	40
6.1	Conclusiones .....	40
6.2.	Recomendaciones: .....	41



Referencias bibliográficas: .....	43
ANEXOS .....	46
Anexo 1: <i>Cuestionario</i> .....	47
Anexo 2: Autorización. ....	50
Anexo 3: Figuras .....	51
Anexo 4: Turniting.....	54

## 7. Índice de tablas, figuras y cuadros

### Índice de tablas

Tabla 1 población de investigación .....	23
Tabla 2 Definición y Operacionalización de variable .....	26
Tabla 3 Matriz de consistencia .....	28
Tabla 4: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Fiabilidad.....	32
Tabla 5: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Capacidad de Respuesta.....	32
Tabla 6: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Seguridad .....	33
Tabla 7: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Empatía .....	34
Tabla 8: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Elementos Tangibles .....	34

### Índice de figuras

Figura 1: Calidad de Servicio respecto a la dimensión Fiabilidad .....	51
Figura 2: Calidad de Servicio respecto a la dimensión Capacidad de Respuesta .....	51
Figura 3: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Seguridad .....	52
Figura 4: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Empatía .....	52
Figura 5: Calidad de Servicio respecto a la dimensión de Elementos Tangibles .....	53

## **I. Introducción**

En las últimas décadas, uno de los negocios personales de autogeneración de empleo que más está en auge en los principales países tercermundistas o en vías de desarrollo es el servicio de transporte terrestre de pasajeros; y entre ellos (caso Perú) el transporte terrestre interprovincial de pasajeros, surge como una alternativa de desahogue ante la inminente falta de creación de puestos de trabajo por parte de las autoridades competentes del gobierno central, regional y local; quienes a pesar de los múltiples esfuerzos no han logrado formular políticas y proponer programas de empleo generadores de desarrollo sostenible que les permita acceder a una fuente de trabajo atendiendo aquel sector de la población económicamente activa que se encuentra desocupado, sub empleado o en busca de empleo.

Perez Ramos (2018) manifiesta que “Las micro y pequeñas empresas que están enmarcadas en el mercado, tendrán que desarrollar técnicas adecuadas de mediano y largo plazo para su funcionamiento, desarrollo y sostenibilidad, siendo uno de ellos a desarrollar un buen servicio de calidad”.

Toda empresa desarrolla actividades propias a fin de, ser reconocida en la sociedad por brindar un servicio de calidad, emplear los recursos necesarios, capacitar y motivar a los colaboradores en el área de servicio al cliente y obtener altos beneficios económicos y sociales.

Las necesidades de los clientes o usuarios día a día están aumentando y cambiando, por ello los clientes necesitan una atención cada vez más individualizada, personalizada y de calidad; Considerando que mejorando los conocimientos y pensamiento del personal que conforman la empresa se mejoraría significativamente la calidad de servicio, así como también mantener actualizada la información de la misma afín de agilizar la gestión; Utilizando adecuadamente los recursos de la empresa, es uno de los motivos fundamentales para promover la presente investigación, el mismo que

podría usar como manual de acciones diarias para modernizar o renovar el servicio que presta.

Perez Ramos (2018) manifiesta brindar un servicio de calidad u ofrecer calidad de servicio en una empresa “Es de mucha importancia para evitar que el cliente deje de visitar la empresa, más bien tratar que reciba un buen servicio, así lograr su fidelización y que este nos recomiende con otros consumidores y poder diferenciarse o destacar entre los demás competidores”.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito desarrollar la investigación titulada: “Caracterización de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019”; cuyo problema de investigación es ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL – Tumbes, 2019? cumpliendo de esta manera con el objetivo general que es: Determinar las características de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019. A través de sus objetivos específicos son: Determinar la fiabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019; Indicar la capacidad de respuesta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019; Determinar la seguridad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019; Determinar la empatía de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019 y Determinar los elementos tangibles de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL.- Tumbes, 2019.

Tal es así que la presente investigación se justifica en cuanto a su utilidad, porque permitirá abordar los aspectos teóricos de la variable calidad de servicio y las diferentes corrientes de medición calidad como son el nórdico y el americano, entre los que resaltan en esta última corriente el modelo servfperf y el modelo servqual; ambas, sintetizan entre sus diferentes dimensiones la confiabilidad y validación de la variable.

En cuanto a su importancia, se justifica porque de manera exploratoria permitirá describir en toda su magnitud las características de la calidad de servicio de la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, del distrito de Tumbes, de tal forma que les permita lograr su mayor participación en dicho sector y por ende el desarrollo progresivo en esta ruta a fin de poder consolidar su presencia en el mismo.

Justifica su trascendencia social, por cuanto indirectamente les va a permitir a la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, conocer las debilidades que adolece para tratar de superarlas en el más corto plazo; entendiendo de esta manera cuán importante es el usuario que hace uso del servicio y que al él se deben por ser la razón de ser de su negocio.

Contribuye a la ciencia porque permite brindar a manera de información útil y profunda, los resultados del análisis minucioso, concienzudo y progresivo, del cómo la sociedad a través de su percepción personal destella un modelo de respuesta ante ciertos estímulos provocados con la finalidad de establecer procedimientos y criterios que fundamenten la investigación realizada, la misma que permitirá a quienes se sientan interesados más adelante dar mayor profundidad a la variable de estudio.

Habiéndose elaborado utilizando una metodología de tipo cuantitativo, porque se van a recoger y analizar datos cuantitativos a través de la aplicación de la encuesta; nivel descriptivo por que se busca describir situaciones, consiste en la caracterización de un fenómeno con el fin de establecer su estructura y comportamiento; diseño no experimental y de corte transversal porque no se puede manipular la variable y la

medición se hace una sola vez; llegando a los siguientes resultados; que de los 150 encuestados sobre calidad de servicio con respecto a la dimensión fiabilidad se obtuvo un índice de calificación del 0.57, respecto a la dimensión capacidad de respuesta, se obtuvo un índice de calificación del 0.63; respecto a la dimensión seguridad, se obtuvo un índice de calificación del 0.62; respecto a la dimensión empatía, se obtuvo un índice de calificación del 0.55 y respecto a la dimensión elementos tangibles, se obtuvo un índice de calificación del 0.57

Concluyendo; Que, la calidad de servicio de las empresas del rubro transporte terrestre interprovincial del distrito de Tumbes, los usuarios perciben que en la mayoría de estas empresas prestan un servicio deficiente, debido que los empresarios no ponen en práctica las características de calidad de servicio, por lo que ofrecen el mismo sin tener terminales terrestres, flota vehicular moderna, conductores y cobradores uniformados, etc.; Sin embargo, los encuestados o usuarios de la empresa de transportes Zavaleta EIRL. – Distrito de Tumbes, manifiestan que esta Empresa ponen en práctica las cinco dimensiones de calidad de servicio de manera intermedia; es decir, en cuanto a la dimensión de fiabilidad los colaboradores como los empresarios termina el servicio en un tiempo promedio que prometen hacerlo; respecto a la dimensión capacidad de respuesta, los colaboradores casi nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas que se les formulan; respecto a la dimensión seguridad, los usuarios se sienten relativamente seguros al hacer sus transacciones (al momento de cancelar su pasaje); respecto a la dimensión empatía, la empresa tiene un horario de trabajo conveniente a todos los usuarios y respecto a la dimensión elementos tangibles, los colaboradores de la empresa tienen una apariencia limpia y cuidada; así como también que la empresa tiene materiales relacionados con el servicio que utiliza (folletos) son visiblemente atractivos; esto debido que esta empresa es una de las mejores que existen en el distrito de Tumbes. concluyo finalmente que la mayoría de los usuarios encuestados manifiestan estar

satisfechos con el servicio que brinda esta empresa de transporte terrestres; teniendo una debilidad en cuanto a que en la región de Tumbes no se cuentan con terminal terrestre adecuadamente para embarque y desembarque de pasajeros, para que el servicio sea 100% de calidad.

## **II. Revisión de la literatura**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

De la Torre (2020) en su investigación titulada: *“Calidad del servicio para la satisfacción del cliente de la Empresa Efipervig Cía. Ltda.”*. Universidad Técnica de Ambato, habiendo empleado metodología descriptiva - transversal. Objetivo general de investigación fue “Desarrollar un modelo para medir la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa EFIPERVIG CIA. LTDA”; Concluye que habiendo utilizado el modelo SERVPERF, la empresa busca satisfacer a sus clientes, EFIPERVIG, cumple con lo que promete, expresa sincero interés por resolver los problemas, a la primera vez realizan bien el servicio, su servicio manifiesta seguridad, posee modernos equipo, anuncian la conclusión del servicio, los empleados nunca están muy ocupados, brindan atención personalizada, tienen 63 instalaciones atractivas, las necesidades de los clientes son comprendidas.

Briceño (2019) en su trabajo de grado titulado: *La Calidad del Servicio en el Sistema Ferroviario “Ezequiel Zamora I” desde la perspectiva de los usuarios. Los Valles del Tuy- Estado Miranda*. Universidad Central de Venezuela. Cuyo objeto general de estudio fue: Determinar la calidad del servicio en el Sistema Ferroviario “Ezequiel Zamora I” desde la perspectiva de los usuarios. Los Valles del Tuy-Estado Miranda. La investigación combina el diseño de campo con lo documental; se enmarca en el enfoque cualitativo con lo cuantitativo, y se considera un estudio exploratorio-descriptivo. Concluyo, exigir un servicio de calidad, con lo cual se garantizará el derecho a la movilidad, el cual tiene incidencia en la productividad laboral, la seguridad ciudadana, el descongestionamiento vial, los grados de contaminación, y en términos generales, la calidad de vida de la población.



Jácome (2017) en su investigación titulada: *“Gestión administrativa y operativa para la atención del usuario en la cooperativa de transporte interprovincial de pasajeros La Maná”*. El objeto general de la investigación fue elaborar un procedimiento de gestión administrativa y operacional para la cooperativa de transporte interprovincial de pasajeros “La Maná”. Metodológicamente la investigación es de naturaleza descriptiva y analítica, utilizó el método analítico que le permitió tener una visión más amplia de la esencia estudiada y su campo de acción, el inductivo y deductivo que le favoreció en la toma de decisiones en un determinado momento que se organizó y estructuró la empresa; el estadístico que facilitó la interpretación de gráficos y figuras comparativas. Fue utilizada la técnica de la entrevista y la encuesta, y el cuestionario como instrumento, considerándose una población de 55 socios y 17 colaboradores de diferentes dependencias para la entrevista, y 93 usuarios para la encuesta, la cual constó de 10 ítems para la entrevista. Concluyó la existencia de una falta de organización acorde a esa realidad institucional y la carencia de un manual de funciones que le permitiera establecer de manera clara las actividades de cada cargo. Asimismo, hace falta un plan de capacitación e incentivos para los colaboradores. Para los usuarios la cooperativa brindó algunas ventajas como frecuencias desde tempranas horas de la mañana pasadas horas de la noche, con un parque automotor que, sin ser de punta, ofreció comodidad y confort. Sin embargo, también presentó debilidades en cuanto a la puntualidad, agilidad en los procesos administrativos, al servicio de encomiendas, los riesgos innecesarios en las vías, falta de calidez humana, entre otros.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Llantoy (2020) en su trabajo de investigación titulada: *“Calidad de Servicio en las Micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros: caso empresa*

*chasqui express S.R.L. del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019*". Cuyo objetivo general fue describir las características de la Calidad de Servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros. El trabajo de investigación es con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo diseño no experimental, corte transversal y la muestra es de 384 clientes de las 25 Mypes, se empleo un cuestionario de 15 preguntas y se obtuvo los siguientes resultados: 43.23% califican casi nunca los trabajadores de las unidades del transporte público tiene una apariencia limpia y agradable, el 46.09% califican que a veces las instalaciones físicas del transporte público son conservadas, el 42.97% califican que nunca el comportamiento de los trabajadores del transporte público le inspira confianza, el 54.17% califican que nunca los conductores no respetan la capacidad de los pasajeros parados y sentados en el transporte público de los pasajeros, el 35.94% califican que nunca están satisfechos con la atención brindada por los trabajadores de las unidades de transporte público. Se pudo llegar a la conclusion, según la mayoría de los encuestados mencionan que nunca, casi nunca estiman una calidad de servicio por parte de la empresa de transporte público Chasqui express.

Huacho (2018) en su tesis titulada: "*Calidad de Servicio y Competitividad en la Empresa de Transportes Grupo Transani E.I.R.L, Mala, Cañete, 2018*". El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la competitividad en la empresa de transportes Grupo Transani E.I.R.L., Mala, Cañete, 2018. La investigación tuvo una metodología diseño de tipo descriptivo-correlacional entre las variables calidad de servicio y competitividad. En conclusión, la empresa Grupo Transani E.I.R.L. tiene que mejorar en aspectos como la fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles, ya que los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes nos dieron como resultado datos en su mayoría negativos que por ende terminan influyendo en los diferentes aspectos relacionados a la cadena de

valor, diferenciación y selección de competidores que no permiten a la empresa ser competitiva.

Modesto (2017) en su tesis titulada: “*Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción de los Clientes de la Empresa de Transporte Terrestre de Pasajeros Gm Internacional SAC – Huánuco 2017*”. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. La presente investigación se realizó en la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC – Huánuco. 2017, siguiendo una metodología cuantitativa, con el diseño transaccional – correlacional. El objetivo principal es determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC – Huánuco. 2017. El problema principal es: ¿Cuál es la relación entre calidad la de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, 2017? Y la hipótesis general es: Existe relación positiva entre calidad la de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, 2017. Se concluyó en lo siguiente: Se determinó la relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes terrestres de pasajeros GM Internacional SAC, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades. La muestra del presente trabajo de investigación fue 282 clientes. Los resultados de la presente investigación muestran que existen factores que contribuyen a mejorar la calidad del servicio por parte de los trabajadores de los la empresa de Transportes GM Internacional, se concluye que existen factores que contribuyen a que los clientes perciban una buena atención y se encuentren satisfechos con el servicio, así mismo existen debilidades y factores que se deben mejorar para continuar mejorando y buscando la creación y mantenimiento de una ventaja competitiva.

### 2.1.3 Antecedentes locales

Gómez (2020) en su tesis titulada: *“Caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, año 2019”*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Sede Tumbes. Cuyo objetivo de investigación fue “determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, año 2019”. Utilizó la metodología tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Concluyó que los usuarios sienten que cumple con sus necesidades, ya que ofrece habitaciones completamente acondicionadas televisor con cable, agua caliente y fría, camas Queen Side, toallas limpias y blancas, cochera y otros aspectos importantes, por lo tanto su servicio está conforme con la calidad de servicio que el huésped necesita, mostrando un alto nivel de participación de los trabajadores así como también de los huéspedes, por lo que ante cualquier inconveniente el personal de recepción y mantenimiento resuelve cada uno de los percances de manera inmediata, manifestando que brindan total orientación proporcionando así la obtención de resultados positivos para los hoteles.

Pintado (2017) en su tesis titulada: *“Caracterización de la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017”*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Sede Tumbes. En el cual se identificó el siguiente enunciado de la problemática ¿Cómo se caracteriza la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad de las MYPES, en el sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital Tumbes, 2017?, Del cual el objeto de la investigación fue determinar y describir la caracterización de la calidad del servicio al cliente y rentabilidad de las MYPES en el sector servicios, rubro restaurantes de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. Metodológicamente la investigación realizada fue considerada descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; ya que se describieron

realidades, hechos y características de datos sin ser manipulados o alterados en un solo momento. Llegó a concluir que los servicios brindados por los restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital son buenos, ya que estos empleaban adecuadamente los elementos tangibles como materiales de comunicación para ofertar sus productos a los clientes; asimismo se señaló que fueron accesible a absolución de dudas o inquietudes, contando con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando credibilidad en los tiempos y precios prometidos, además de ofrecer un buen sistema de seguridad y adecuada comunicación con los clientes, brindo atención personalizada, comprensión a sus necesidades, profesionalismo y cortesía durante la atención.

Montalvan (2016) en su tesis titulada: “*Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio en las MYPES rubro transporte de pasajeros ciudad de Tumbes, 2016*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Sede Tumbes. El objeto de la investigación fue determinar las principales características de la capacitación y la calidad del servicio en las MYPES, rubro transporte de pasajeros en la ciudad de Tumbes, 2016. Metodológicamente tipo descriptivo, con diseño no experimental. Se utilizó una muestra no probabilística, compuesta por 12 MYPES del sector de transporte interdepartamental que ofrecen sus servicios de transporte de pasajeros desde y hasta la ciudad de Tumbes, teniendo por lo tanto un estudio de población finita; además, se usó las técnicas de la entrevista y la encuesta; para el procesamiento y análisis de la información se usaron los métodos del marco lógico, inductivo, deductivo y descriptivo. Dentro de los resultados se llegó a concebir que la calidad sea el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y las expectativas de sus clientes de tal forma que le permite brindar un servicio adecuado, ágil, accesible, seguro y confiable.

## **2.2 Bases Teóricas de la Variable**

### **2.2.1 Calidad.**

La norma ISO 9000 define a la calidad como “El grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.

### **2.2.2 Servicio**

Montoya y Boyero (2013) citado por García (2016) definen “El servicio como ese conjunto de acciones que un proveedor brinda a su clientela, con el fin de lograr que ese servicio que recibe, signifique una diferenciación con el resto de las organizaciones que ofrecen servicios similares. El mismo se logra a través del mejoramiento de los distintos aspectos que participan en ese proceso para satisfacer al cliente”

Los servicios tienen las características de: “Intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad o variabilidad, perecedero o imperdurabilidad”.

### **2.2.3 Calidad de Servicio**

La calidad de servicio es satisfacer conforme a lo requerido por cada usuario, por lo cual solicitó el servicio. “El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances”. (Foretur, 2012).

Morillo y Morillo (2016) citado por De la Torre (2020) define que: “La calidad de servicio es el grado de conformidad del cliente en relación a los atributos y características de un servicio recibido respecto a las expectativas del cliente, conformado por la evaluación que el cliente realiza mediante la comparación entre la percepción y las expectativas”.

Torres & Luna (2016) citado por De la Torre (2020) manifiesta que: “Zeithaml, Berry y Parasuraman en 1988 patentaron el modelo SERVQUAL en el cual desarrollaron un cuestionario conformado por 21 ítems, dividido en cinco dimensiones: 1. elementos

tangibles 2. fiabilidad, 3. capacidad de respuesta, 4. seguridad y empatía los cuales sirven para evaluar las expectativas de los consumidores en torno al servicio recibido”.

### **2.2.3.1 Importancia**

López (2013) citado por Huacho (2018) refiere que: La calidad de servicio es cada vez más importante junto al incremento de la competitividad, ya que mientras más competencia haya en el mercado, los clientes podrán tener mayor oportunidad de decidir el lugar donde desean adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es por ello que como empresa tenemos que ir perfeccionando y adecuando nuestras estrategias a las necesidades de los clientes y sobre todo a la calidad de servicio, ya que ellos son los que tienen la última palabra.

### **2.2.3.2 Características**

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) citados por Camisón Cruz y Gonzáles (2006) citado por Huacho (2018) destacan que:

Los servicios representan una mayor problemática para su estudio, por tener cuatro características:

**Intangibilidad.** - No son objetos más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta.

**Heterogeneidad.** - Lara & Muller (2014) manifiesta que: Los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por ejemplo, cada servicio que presta un peluquero puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como

su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día. Por estos motivos, para el comprador, esta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar esta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, en consecuencia, generar mayor confiabilidad

**Inseparabilidad.** - Lara & Muller (2014) afirman que: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen; En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables; Por ejemplo, si una persona necesita o quiere un corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice; Por tanto, la interacción proveedor cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.

**Carácter perecedero.** - Los servicios se consumen al mismo tiempo que se producen. Lara & Muller (2014) se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario; Por ejemplo, los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios.



### 2.2.3.3 Modelos de Calidad del Servicio

Diversos autores concluyen, que dependiendo de la utilización de los modelos los resultados serán distintos; por lo que el modelo no es importante, “sino que las dimensiones a tener en cuenta y los ítems a evaluar correspondan a los momentos de verdad y permitan contrastar realmente las expectativas de los clientes contra el servicio prestado y/o desempeño”.

#### a) Modelo Triangulo de servicio

Uribe (2010) citado por Huacho (2018) refiere que: “El triángulo del servicio representa la interacción que se da entre la estrategia del servicio, los sistemas y la gente dentro de la organización, enfocados básicamente en el cliente” (p. 84).



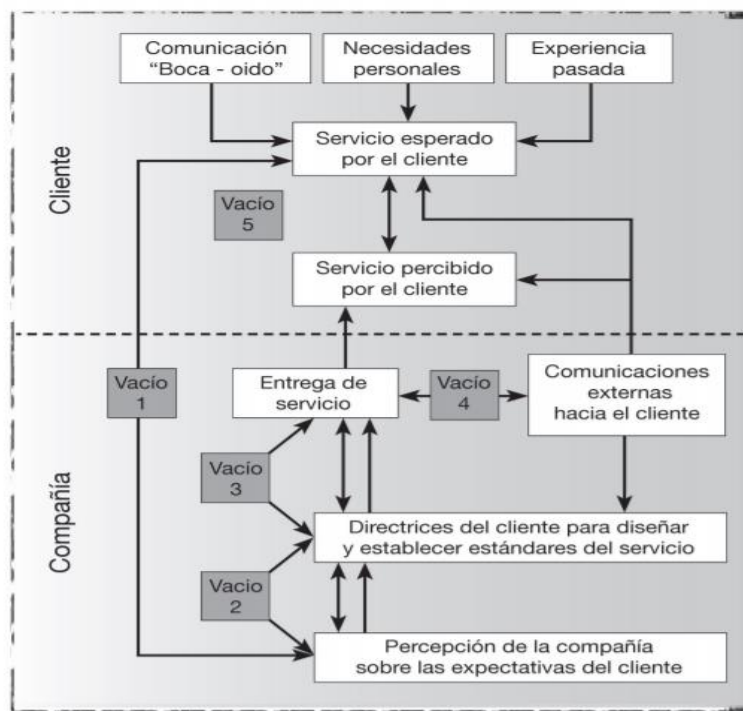
Fuente: Uribe, M. (2010)

#### b) Modelo SERVQUAL

Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) citado por Huacho (2018) no dice que: Este modelo nació por los constantes trabajos de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes centralizaron su investigación en las siguientes preguntas: ¿Cuándo un servicio es percibido de calidad?, ¿Qué dimensiones integran la calidad?, y ¿Qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad? Dando como resultado la respuesta a la primera pregunta que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que sobre él se habían formado. Por tanto, para evaluar la calidad de

servicio es necesario disponer de las expectativas y las percepciones reales de los clientes. Sin esta diferencia la calidad de servicio no se puede medir correctamente. En este sentido, los directivos deben ser hábiles en la gestión de las expectativas de sus clientes como en la gestión operativa de sus negocios. Deben comprender perfectamente los procesos de formación de éstas y procurar no crear falsas expectativas, que proporcionen clientes y resultados a corto plazo, pero no a largo plazo.

### Modelo SERVQUAL



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988 p. 26). Zeithaml y Parasuraman (2004, p. 16).

De la Torre (2020) manifiesta que: “Aplicar el modelo SERVQUAL, es complicado por cuanto determina tanto las expectativas del cliente y las percepciones, por lo tanto, es difícil aplicar dos veces el mismo instrumento a los mismos clientes, antes y después de recibir el servicio”.

### **c) Modelo SERVPERF**

Torres & Vásquez (2015) manifiesta que “El modelo SERVPERF surge a raíz de las críticas realizadas al modelo SERVQUAL, por ser considerado un modelo demasiado complejo y que toma demasiado tiempo, además sobre la dificultad de su escala para medir las expectativas”.

De la Torre (2020) manifiesta que este modelo fue diseñado por Cronin y Taylor en 1994, bajo el enfoque que el estudio de Parasuraman sobre las relaciones entre la calidad esperada y la experiencia enfocadas en el modelo SERVQUAL no es un enfoque adecuado para la evaluación de la calidad, como propuesta el SERVPERF mide la calidad como una actitud, no como satisfacción. Sin embargo, utiliza una idea de calidad de servicio percibida que conduce a la satisfacción. Pero va más allá y conecta la satisfacción con otras intenciones de compra, por lo tanto, SERVPERF es una modificación de SERVQUAL y utiliza las mismas categorías para evaluar la calidad de servicio.

#### **2.2.3.4 Dimensiones**

##### **1. Fiabilidad:**

Ramezani & Baharun (2012) citado por De la Torre (2020) la define como: “Las habilidades para generar un servicio de forma fiable, eficiente y cuidadosa, para lo cual indica que la empresa cumple con las entregas, suministro del servicio y soluciona los problemas de los clientes”.

##### **2. Capacidad de respuesta:**

Duque & Rodríguez (2011) citado por De la Torre (2020) manifiesta que: “Es la capacidad de generar un servicio rápido y adecuado, también enfoca los resultados de la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas o solucionar problemas”.

Orgambídez & Almeida (2015) citado por De la Torre (2020) define también

como: “La voluntad de ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido, esta dimensión enfatiza la atención y la rapidez en el tratamiento de las solicitudes, preguntas, quejas y problemas de los clientes. La capacidad de respuesta es el tiempo que tienen que esperar para recibir asistencia, respuestas a preguntas o atención a problemas, la capacidad de respuesta también captura la noción de flexibilidad y capacidad de personalizar el servicio a las necesidades del cliente”.

### **3. Seguridad:**

Shahin (2019) citado por De la Torre (2020) manifiesta que: “Esta dimensión se refiere al conocimiento y la cortesía de los empleados de la empresa y su capacidad para inspirar confianza y confidencialidad para el cliente”.

### **4. Empatía:**

De la Torre (2020) manifiesta que: “La empatía es una ventaja adicional que aumenta la confianza de los clientes y al mismo tiempo aumentan la lealtad. En este mundo competitivo los requisitos del cliente aumentan día tras día y las obligaciones de las empresas son las máximas para satisfacer las demandas de los clientes, de lo contrario, los clientes que no reciben atención individual buscarán en la competencia”.

### **5. Elementos Tangibles:**

Kumar (2013) citado por De la Torre (2020) dice que: “Elementos tangibles son las instalaciones físicas, apariencia del personal, herramientas o equipos utilizados para proporcionar el servicio”.

Llantoy (2020) manifiesta que: “En esta dimensión se considera la infraestructura de las instalaciones físicas de la empresa, equipos, el aspecto personal, y materiales de comunicación, un resultado a favor de elemento invita al cliente a realizar un servicio”.

#### **2.2.4 Definición de (MYPE) micro y pequeña empresa**

La Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial” tiene como objetivo principal buscar la promoción, el desarrollo y el crecimiento de la MYPES con la finalidad que en el futuro estas sean más competitivas dentro del mercado interno y logren Posesionarse en el mercado extranjero, con esta ley se busca regular el aspecto laboral, los problemas administrativos y seguridad social. (Congreso de la República del Perú, 2013).

Emprendedor (2019) “Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

##### **2.2.4.1 Beneficios a los que están sujetas las MYPES**

Según, Emprendedor (2019), “El estado otorga beneficios a las MYPES, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dictando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas unidades empresariales”.

##### **2.2.4.2 Importancia de la MYPES**

Las MYPES son importantes porque ayudan al despegue económico y social de la empresa, dado que resultan ser una fuente de generación de empleo y ayudan a dar mayor dinamismo al mercado, aportan al PBI donde según ASEP, contribuyen con el 40% del PBI, tienen un nivel de participación decisiva en los índices de pobreza e inclusión social.

#### **2.2.5 Definición de transporte terrestre**

Palma (2019) conceptualiza que “El transporte hace referencia al desplazamiento de personas y mercancías mediante medios motorizados, entre los que se encuentra el transporte público”. Así como también “Puede entenderse como un concepto intermedio

entre la noción tradicional de tránsito, que hace referencia básicamente a la circulación vial de vehículos motorizados (con énfasis en el transporte interprovincial) y aquella más amplia de movilidad”.

Republica (2018) Ley N° 30900 define al Servicios de transporte terrestre de personas “Como la actividad económica que consiste en el traslado de personas por vía terrestre dentro de un territorio urbano continuo, a cambio de una retribución”.

Justicia (2015) Ley N° 27181 define: “Transporte Terrestre: desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías”.

### **III. Hipótesis**

La investigación de título: “Caracterización de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019”, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva. Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática (Hernandez, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014)

## **IV. Metodología.**

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

El tipo de Investigación es cuantitativa ya que en la recolección de datos y presentación de resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición (Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, 2014).

El nivel de la presente investigación es descriptivo. Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar como son y cómo se manifiestan. Asimismo, son la base de estudios correlacionales (Hernandez, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

El diseño de la investigación es no experimental por qué no se va a experimentar con personas solo es observar para luego analizar y de corte transversal por que los datos se obtienen en un tiempo determinado El nivel de la presente investigación es descriptivo. Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar como son y cómo se manifiestan. Asimismo, son la base de estudios correlacionales (Hernandez, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

### **4.2 Población y muestra**

#### **4.2.1. Población**

La población estuvo representado por las cuarenta y cuatro (44) Empresas de Transporte Interprovincial de Pasajeros Tumbes – Aguas Verdes y viceversa, según (DRSTC - 2019) que se encuentran ubicada en el Distrito de Tumbes, delimitada los usuarios de este servicio (pasajeros de 28 a 60 años de edad), pero el objetivo es aplicar la encuesta aplicando el instrumento ServPerf para ver el tipo de calidad de servicio que se le brinda a los pasajeros nacionales o extranjeros que utilizaron este servicio de transportes; las mismas que a continuación se detallan:



**Tabla 1.***Población de investigación*

N°	Empresas de Transporte Interprovincial de Personas del Distrito Tumbes	Clase
1	Semife SRL	M2
2	Jaime Pardo Troncos	M2
3	Carrucho EIRL	M2
4	Andrés Araujo SRL	M2
5	Felicita	M2
6	Echevarría	M2
7	San Jhoelica SRL	M2
8	San Carlos EIRL	M2, M3
9	Sunción EIRL	M2
10	Magu SRL	M2
11	Joshua	M2 – A VENCIDA
12	Merino SRL	M2
13	Villar EIRL	M2
14	Anita EIR	M2
15	Cruz de Chalpon EIRL	M2
16	Peña EIR	M2
17	Leonardo EIR	M2
18	Medina EIRL	M2
19	Made In Trans	M2
20	Corazón de Jesús EIRL	M2
21	Santa Clarita SR	M2

Empresas de Transporte Interprovincial de		Clase
N°	Personas del Distrito Tumbes	
22	Cornejo SRL	M2
23	Zavaleta EIRL	M2
24	Arcángel EIRL	M2
25	Quinde EIRL	M2
26	García SRL	M2
27	Cristo Viene SRL	M2
28	Sol y Mar SRL	M2, M3
29	Sergetur SRL	M2, M3
30	Entratur SRL	M2, M3
31	Tahuantinsuyo	M2
32	Feibas SRL	M2
33	Jananpa Castillo EIRL	M2
34	Alipio Rosales Camacho SRL	M2
35	Stali N EIRL	M2
36	Roly EIRL	M2
37	Los Casiteños SAC	M2
38	Calinga SRL	M2
39	Tratur EIRL	M2
40	Espinoza	M2
41	Velotaxi SRL	M2
42	Etrapaprovo	M2
43	Emittur S Y S	M2
44	San Antonio SRL	M2

#### 4.2.2 Muestra

La muestra será no probabilística para población infinita y está formada por los 150 usuarios de la empresa de transportes y servicios Zavaleta E.I.R.L., según la siguiente fórmula:

$$h = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

$$h = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.08^2}$$

$$h = 150$$

### 4.3 Definición y Operacionalización de Variables

**Tabla 2.**

*Operacionalización de Variable*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala valorativa
<b>Calidad de Servicio</b>	La calidad en el servicio se define como el grado de discrepancia entre las expectativas de los clientes en el servicio y su percepción de la prestación del servicio. Según (Parasuraman, Zeithaml y Berry)	Aplicación del instrumentó de medición SERVPERF	<b>Fiabilidad</b>	1. Eficiente 2. Cuidadosa 3. Solución de problemas	1. Totalmente en desacuerdo
			<b>Capacidad de Respuesta</b>	1. Disposición de ayuda. 2. Puntualidad	2. En desacuerdo
			<b>Seguridad</b>	1. Conocimientos 2. Cortesía 3. Confianza	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
			<b>Empatía</b>	1. Atención personalizada 2. Comunicación	4. De acuerdo
			<b>Elementos Tangibles</b>	1. Instalaciones. 2. Equipos. 3. Personal.	5. Totalmente de acuerdo
			Implica las habilidades para generar un servicio de forma fiable, eficiente y cuidadosa, para lo cual indica que la empresa cumple con las entregas, suministro del servicio y soluciona los problemas de los clientes.		
			Representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido, puntual y oportuno.		
			Se refiere al conocimiento y la cortesía de los empleados de la empresa y su capacidad para inspirar confianza y confidencialidad para el cliente.		
			Es el grado de atención personalizada, cortesía, comunicación y comprensión que ofrecen las empresas a sus clientes.		
			Representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio.		

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica e instrumento de recolección de datos para este trabajo de investigación fue la encuesta; específicamente el instrumento para medir la calidad de servicio ServPerf el cual es un cuestionario de 22 preguntas y serán medidos a través de la escala de Likert que tiene la escala de 5 puntos, siendo 1: totalmente en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: neutral; 4: de acuerdo; 5: totalmente de acuerdo y para la captación de clientes se hará la revisión bibliográfica según fuente DTSTC (2019), para determinar qué Empresa de Transportes tiene más ingreso de nuevos usuarios a través de la cantidad de usuarios que tienen cada mes.

Y para medir la captación de usuarios, lo realizaremos a través de la DRSTC sobre la cantidad de pasajeros de las Empresas de Transportes de nuestro estudio en el año 2019

#### **4.5 Plan de análisis.**

El procesamiento, implicara un tratamiento después de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleará las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas aplicando el método ServPerf para la calidad de servicio de la Mypes. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio y como herramienta informática el Excel.

## 4.6 Matriz de consistencia

**Tabla 3**

*Matriz De Consistencia*

Titulo	Problema	Objetivos	Variable	Metodología y diseño	Instrumento y procesamiento
<p>Caracterización de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL – Tumbes, 2019.</p>	<p>¿Cuáles son las características de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: Caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las características de la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar la fiabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019.</li> <li>2. Indicar la capacidad de respuesta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019.</li> <li>3. Determinar la seguridad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019.</li> <li>4. Determinar la empatía de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes - Año 2020, 2019.</li> <li>5. Determinar los elementos tangibles de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso Zavaleta EIRL - Tumbes, 2019.</li> </ol>	<p>Calidad de servicio</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental</p> <p><b>Población:</b> Como población se obtiene a las 44 MYPES de Transporte Terrestre Interprovincial. DRSTC (2020).</p> <p><b>Muestra:</b> 150 clientes de la Empresa de transporte terrestre Zavaleta EIRL</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

#### **4.7 Principios éticos**

Para desarrollar esta investigación se tomó observancia de los principios éticos que rigen la investigación en la universidad Uladech católica:

***Principio de protección a las personas***, la persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determina de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio el cual se cumple con el acuerdo del consentimiento informado, el que fue similar para todas las personas que participaron como muestra de esta investigación. Mediante del consentimiento informado, se explicó claramente el motivo de la investigación, que consiste en determinar las características de la calidad de servicio de la empresa de servicio transporte terrestre Zavaleta EIRL y se les manifestó que cada uno de ellos puede retirarse siempre de la investigación sin sesgos ni prejuicios, o también poder abstenerse de abordar cualquiera de las investigaciones, se les informó asimismo de que la información recopilada será accesible para futuras exploraciones, así como para artículos de exploración; no se consideró menores de edad en esta investigación. Cabe destacar que esta investigación tiene como muestra a los usuarios de la Empresa de servicio transporte terrestre Zavaleta.

***Principio de beneficencia y no maleficencia***, la presente investigación por su naturaleza no representa riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador, durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se busca es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

***Principio de justicia***, los efectos posteriores en esta investigación serán accesibles después de la finalización de esta investigación, si las personas que serán importantes para nuestro ejemplo están interesadas en los resultados que se aplicarán a sus

organizaciones o para completar posteriores investigaciones, serán proporcionados con tales datos por los métodos que requieran. Éstos pueden ser mensajes o inversión en funciones donde se introducen resultados de la exploración. Del mismo modo, todas las personas que se interesen en esta investigación recibirán un tratamiento similar de consideración, pensamiento y datos de lo que necesitan.

***Principio de integridad científica***, se tuvo siempre presente que los datos de identidad de los participantes de esta investigación son confidenciales y anónimas, también se les informó de ello a los participantes. No fue necesario en esta investigación el uso de equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, por ello no se establecerán protocolos de seguridad para el uso de estos equipos; también se dio a conocer a los participantes que la información recogida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo serán usados exclusivamente para esta investigación. No se realizará técnicas de recolección de datos distintos al cuestionario, por ello los participantes no conocerán la información que brindó otro participante de la investigación.

***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, antes del surtido de datos, se mencionó explícitamente el consentimiento informado con respecto a cada miembro, Asimismo, se pidió a los participantes que presenten cada una de sus inquietudes o preguntas con respecto a la investigación para que se le absuelva de manera ideal y para mantener una distancia estratégica de cualquier percance durante o después de la investigación.

***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***, la presente investigación no tiene ni tuvo como muestra criaturas, plantas o aplicaciones en el clima, ni se influirá en la biodiversidad como característica de la investigación, posteriormente no se detallan los daños, peligros o ventajas esperados que pudieran tener sobre ellos. La



muestra de estudio fueron los usuarios de la empresa de servicio transporte terrestre  
Zavaleta EIRL.

## V. Resultados

### 1.1 Resultados

**Tabla 4.**

*Calidad de servicio respecto a la fiabilidad en la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019*

Calificación	Dimensión Fiabilidad
P1	0.49
P2	0.54
P3	0.64
P4	0.63
P5	0.57
<hr/>	
Calificación de la Dimensión	0.57

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios de la empresa Zavaleta - 2019

#### **Interpretación:**

De la tabla 4 y figura 1 se observa: Que de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.57 referente a la dimensión de Fiabilidad, de lo cual se puede apreciar que las preguntas que obtuvieron mayor calificación fueron las preguntas N° 3 y N° 4, mostrándose de la siguiente manera: 0.64 los usuarios opinaron que esta empresa siempre realiza bien su servicio y un 0.63 opinaron que esta empresa termina el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.

**Tabla 5**

*Calidad de servicio respecto a la capacidad de respuesta en la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019*

Calificación	Dimensión Capacidad de Respuesta
P1	0.61
P2	0.61
P3	0.63
P4	0.65
<hr/>	
Calificación de la Dimensión	0.63

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios de la empresa Zavaleta - 2019

**Interpretación:**

De la tabla 5 y figura 2 se observa: Que de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.63 referente a la dimensión de Capacidad de Respuesta, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 4 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.65 opinaron que los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas que formulan los usuarios.

**Tabla 6**

*Calidad de servicio respecto a la seguridad en la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, Distrito de Tumbes - 2019*

Calificación Dimensión Seguridad	
P1	0.61
P2	0.64
P3	0.61
P4	0.63
Calificación de la Dimensión	0.62

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios de la empresa Zavaleta – 2019

**Interpretación:**

De la tabla 6 y figura 3 se observa: Que de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.62 referente a la dimensión de Seguridad, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 2 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.64 opinaron que en esta empresa se sienten seguros al hacer sus transacciones (al momento de cancelar su pasaje).

**Tabla 7**

*Calidad de servicio respecto a la empatía en la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, Distrito de Tumbes - 2019*

Calificación Dimensión Empatía	
P1	0.52
P2	0.57
P3	0.55
P4	0.56
P5	0.58
Calificación de la Dimensión	0.55

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios de la empresa Zavaleta – 2019

**Interpretación:**

De la tabla 7 y figura 4 se observa: Que de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.55 referente a la dimensión de Empatía, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 5 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.57 opinaron que la empresa tiene un horario de trabajo conveniente a todos los usuarios.

**Tabla 8**

*Calidad de servicio respecto a los elementos tangibles en la empresa de transportes y servicio Zavaleta EIRL, Distrito de Tumbes - 2019*

Calificación Elementos Tangibles	
P1	0.52
P2	0.57
P3	0.60
P4	0.58
Calificación de la Dimensión	0.57

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios de la empresa Zavaleta – 2019

**Interpretación:**

De la tabla 8 y figura 5 se observa: Que de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.57 referente a la dimensión de Elementos Tangibles, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 3 mostrándose

de la siguiente manera: en un 0.60 opinaron que los empleados de esta empresa tienen una apariencia limpia y cuidada y en un 0.58 opinaron que la empresa tiene materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa (folletos) son visiblemente atractivos.

## 1.2 Análisis de resultados

**Con relación al primer objetivo específico 1**, que es determinar la fiabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte terrestre: caso: Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019; **brindo** la descripción detallada de las interpretaciones del análisis realizado:

Conforme a la figura 1, de los 150 encuestados, se obtuvo un índice de calificación del 0.57 referente a la dimensión de Fiabilidad, de lo cual se puede apreciar que las preguntas que obtuvieron mayor calificación fueron las preguntas N° 3 y N° 4, mostrándose de la siguiente manera: un 0.64 los usuarios opinaron que esta empresa siempre realiza bien su servicio y un 0.63 opinaron que esta empresa termina el servicio en el tiempo que prometen hacerlo (Ver Tabla 4, p.32), **en comparación** a lo que manifiesta Jácome (2017) dentro de una de sus conclusiones fue: presentó debilidades en cuanto a la puntualidad, agilidad en los procesos administrativos, al servicio de encomiendas, los riesgos innecesarios en las vías, falta de calidez humana, entre otros. No Existe relación entre ambas investigaciones dado que fiabilidad es “La habilidad que tiene la organización o empresa para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante”.

**Con relación al segundo objetivo específico 2**, que es indicar la capacidad de respuesta de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019; **brindo** la descripción detallada de las interpretaciones del análisis realizado:

Conforme a la figura 2, de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.63 referente a la dimensión de capacidad de respuesta, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 4 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.65 opinaron que los empleados nunca están demasiado

ocupados para responder a las preguntas que formulan los usuarios (Ver Tabla 5, p.32), en comparación a lo que manifiesta Pintado (2017) dentro de sus conclusiones fue: sus empleados son accesibles a absolución de dudas o inquietudes es decir cuenta con buena capacidad de respuesta en la atención y entrega de pedidos, mostrando credibilidad en los tiempos y precios prometidos. Existe relación entre ambas investigaciones dado que “capacidad de respuesta representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido”.

**Con relación al tercer objetivo específico que es 3,** determinar la seguridad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019; brindo la descripción detallada de las interpretaciones del análisis realizado:

Conforme a la figura 3, de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.62 referente a la dimensión de seguridad, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 2 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.64 opinaron que en esta empresa se sienten seguros al hacer sus transacciones (al momento de cancelar su pasaje) (Ver Tabla 6, p.33), en comparación a lo que manifiesta De la Torre (2020) quien concluyó que la evaluación de los factores relacionados a la calidad del servicio permitirá determinar la forma en cómo se originan los procesos relacionados a la generación del servicio de seguridad y cuál es el nivel de satisfacción del cliente. Existe relación entre ambas investigaciones dado que “seguridad, son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad”.

**Con relación al cuarto objetivo específico 4,** que es determinar la empatía de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta

EIRL, distrito de Tumbes - 2019; brindo la descripción detallada de las interpretaciones del análisis realizado:

Conforme a la figura 4, de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.55 referente a la dimensión de empatía, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 5 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.57 opinaron que la empresa tiene un horario de trabajo conveniente a todos los usuarios. (Ver Tabla 7, p.34), en comparación a lo que manifiesta Modesto (2017) quien concluye que existen factores que contribuyen a que los clientes perciban una buena atención (personalizada) y se encuentren satisfechos con el servicio. Existe relación entre ambas investigaciones dado que “Empatía es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes”.

**Con relación al quinto objetivo específico 5**, que es determinar los elementos tangibles de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes - 2019; brindo la descripción detallada de las interpretaciones del análisis realizado:

Conforme a la figura 5, de los 150 encuestados se obtuvo un índice de calificación del 0.57 referente a la dimensión de Elementos Tangibles, de lo cual se puede apreciar que la pregunta que obtuvo mayor calificación fue la pregunta N° 3 mostrándose de la siguiente manera: en un 0.60 opinaron que los empleados de esta empresa tienen una apariencia limpia y cuidada y en un 0.58 opinaron que la empresa tiene materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa (folletos) son visiblemente atractivos. (Ver Tabla 8, p.34), en comparación a lo que manifiesta Briceño (2019) quien concluyo que los usuarios (huéspedes) están satisfechos porque se cumple con sus necesidades, ya que las habitaciones están completamente aptas “Cuentan con televisor con cable, agua fría y caliente, camas Queen Side, toallas blancas, cochera entre otros aspectos



importantes”, así como también los trabajadores presentan compromiso de alto nivel de participación hacia los huéspedes, es preciso decir que ante cualquier problema que se presentara el personal de recepción y mantenimiento lo resuelve de inmediata. Existe relación entre ambas investigaciones dado que los “Elementos tangibles representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio”.

## **VI. Conclusiones y recomendaciones**

### **6.1 Conclusiones**

Se concluye que, la calidad de servicio en las empresas del rubro transporte terrestre interprovincial del distrito de Tumbes lo prestan de manera inadecuado, debido que la mayoría de los empresarios desconocen las características de calidad de servicio, poniendo en práctica estas características de manera empírica, ofreciendo el servicio con una flota vehicular en regular estado, sin contar con terminales terrestres (paraderos informales), conductores y cobradores regularmente uniformados, etc. Sin embargo, los encuestados o usuarios de la empresa de transportes Zavaleta EIRL, distrito de Tumbes tienen la siguiente percepción:

Se concluye que la dimensión fiabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes, tiene un porcentaje de calificación intermedia, ya que tanto los colaborados como los empresarios ponen en práctica esta dimensión, es decir la empresa termina el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.

Se concluye que la capacidad de respuesta en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes, tiene un porcentaje de calificación intermedia ya que tanto los colaborados como los empresarios ponen en práctica esta dimensión, es decir los encuestados opinaron que los colaboradores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas que se les formulan.

Se concluye que la dimensión seguridad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes tiene un porcentaje de calificación intermedia ya que tanto los colaborados como los empresarios ponen en práctica esta dimensión, es decir los encuestados opinaron que en

esta empresa se sienten seguros al hacer sus transacciones (al momento de cancelar su pasaje).

Se concluye que la dimensión empatía en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes tiene un porcentaje de calificación intermedia ya que tanto los colaborados como los empresarios ponen en práctica esta dimensión, es decir los encuestados opinaron que la empresa tiene un horario de trabajo conveniente a todos los usuarios.

Se concluye que la dimensión elementos tangibles en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transportes terrestre: caso Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes tiene un porcentaje de calificación intermedia ya que tanto los colaborados como los empresarios ponen en práctica esta dimensión, es decir los encuestados opinaron que los colaboradores de la empresa tienen una apariencia limpia y cuidada.

## **6.2. Recomendaciones:**

Recomendando que los empresarios MYPES del rubro transporte terrestre interprovincial, mejoren la calidad de servicio, poniendo en práctica las cinco dimensiones de calidad de servicio, ya que es un servicio de vital importancia porque éste transporta vidas humanas; asimismo que los empresarios se organicen para que soliciten a las autoridades Regionales y/o Locales la construcción de terminales terrestres, mejoras en la señalización horizontal y vertical de tránsito; y de esa manera evitar que los usuarios expresen su malestar o quejas por el mal servicio que prestan la mayoría de estas empresas, quejas que son expresadas también en los medios de comunicación

Se recomienda que el gerente de la empresa de transportes Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes identifique los inconvenientes del porque no se cumple al 100% esta dimensión, ya que en muy pocas ocasiones no siempre se termina el servicio en el tiempo prometido; trayendo como consecuencia el desvío de la ruta (dilatación de tiempo).

Se recomienda que el gerente de la empresa de transportes Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes, capacite a su personal (Choferes, cobradores) para que respondan adecuadamente a las consultas o preguntas que formulan los pasajeros, ya que en algunas oportunidades algunos no lo hacen; así como también se debe crear un método de interacción entre los Gerentes con los usuarios afín de poder estar pendientes de sus quejas y consejos.

Se recomienda que el gerente de la empresa de transportes Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes considere en colocar cámaras de seguridad así como también realice bien el proceso de selección de sus colaboradores, es decir debe seleccionar colaboradores que poseen valores positivos de tal manera que brinden seguridad a los pasajeros, a fin de que estos se sientan al 100% seguros al momento en que realicen sus transacciones.

Se recomienda que la empresa de transportes Zavaleta del distrito de Tumbes implemente horario nocturno ya que actualmente solo presta el servicio en el horario de mañana y tardes, a fin de que el usuario este al 100% conforme con esta dimensión, es decir sienta que la empresa tenga horarios convenientes para todos los usuarios.

Se recomienda que el gerente de la empresa de transportes Zavaleta EIRL del distrito de Tumbes que realice las coordinaciones correspondientes con las autoridades de turno para que esta Región cuente con terminar terrestre de embarque y desembarque de pasajeros, asimismo que toda su flota vehicular sea moderna ya que posee algunos vehículos un poco antiguos, también debe proporcionar a todos sus colaboradores uniformes, no a algunos nada solamente; también se debe distribuir afiches para promocionar su servicio; a fin de evitar que los usuarios o pasajeros opten por solicitar el servicio a la competencia.

## Referencias bibliográficas:

- Briceño, N. (2019). *La calidad del servicio en el sistema ferroviario “Ezequiel Zamora I” desde la perspectiva de los usuarios. Los Valles del Tuy-estado Miranda* [Universidad Central de Venezuela].  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- De la Torre, C. D. (2020). “Calidad del servicio para la satisfacción del cliente de la empresa Efiervig Cía. Ltda.” [Universidad Técnica de Ambato]. In *Repo.Uta.Edu.Ec.*  
[https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31166/1/603 O.E..pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31166/1/603%20O.E..pdf)
- Emprendedor, S. (2019). *¿Qué beneficios tengo? | Emprendedor Sunat.* Sunat.  
<http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Foretur. (2012). *Calidad de Servicio y Atención al cliente en Hostelería* (p. 59).  
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18(3), 381–398. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Gómez, E. D. (2020). *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15834/CALIDAD\\_MYPES\\_-GOMEZ\\_MASIAS\\_EMMA\\_DANITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15834/CALIDAD_MYPES_-GOMEZ_MASIAS_EMMA_DANITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernandez, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación; 6ta. Edición.*
- Huacho, G. I. (2018). *Calidad de servicio y competitividad en la empresa de transportes Grupo Transani E.I.R.L, Mala, Cañete, 2018.*  
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/865>
- Jácome, K. (2017). *Gestión administrativa y operativa para la atención del usuario en la cooperativa de transporte interprovincial de pasajeros La Maná* [Universidad regional autónoma de los Andes].

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6234/1/TUQADM006-2017.pdf>

Justicia, M. de. (2015). *LEY 27181*.

Lara, J. N., & Muller, A. J. (2014). *Casa del arte y la buena comida Y LA BUENA COMIDA “La A Wayunka” en el centro poblado menor de Muruhuay–Tarma* [Universidad Nacional del Centro del Peru]. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2018/LaaraJimenez.pdf?isAllowed=y&sequence=1>

Llantoy, V. (2020). Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros: caso empresa Chasqui Expres S.R.L. del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019 [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19661>

Modesto, D. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros gm internacional sac – Huánuco. 2017*. [Universidad Católica Los Angeles De Chibote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4154/CALIDAD DE SERVICIO\\_MODESTO\\_ ANDRES\\_DISNELA\\_YANELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4154/CALIDAD_DE_SERVICIO_MODESTO_ANDRES_DISNELA_YANELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Montalvan, M. (2016). Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio en las MYPES rubro transporte de pasajeros ciudad de Tumbes, 2016 [UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE]. In *Universidad Católica los Angeles de CHimbote*. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2978/CAPACITACION\\_CALIDAD\\_MONTALBAN\\_MORETO\\_MARIA\\_JANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2978/CAPACITACION_CALIDAD_MONTALBAN_MORETO_MARIA_JANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Palma, T. P. (2019). *Régimen laboral especial de los conductores de transporte terrestre interprovincial* [Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15313>

Perez Ramos, D. (2018). *Gestion de calidad bajo el enfoque en atencion al cliente en las*

*micro y pequeñas empresas del sector servicio en el rubro de taxi en el distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017. Caso: Flores Taxi.*  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18894>

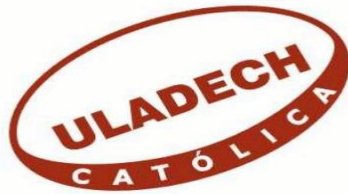
Pintado, D. (2017). *Caracterización de la calidad del servicio al cliente y la rentabilidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017.*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD\\_DEL\\_SERVICIO\\_AL\\_CLIENTE\\_RENTABILIDAD\\_PINTADO\\_ALBERCA\\_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3942/CALIDAD_DEL_SERVICIO_AL_CLIENTE_RENTABILIDAD_PINTADO_ALBERCA_DORIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Republica, C. de la. (2018). *ley que crea la autoridad de transporte urbano para Lima y Callao (ATU).* <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-crea-la-autoridad-de-transporte-urbano-para-lima-y-c-ley-n-30900-1727064-7/>

## **ANEXOS**



**Anexo 1: Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CUESTIONARIO**

Sr./ Sra./ Srta.:

La presente escala de actitud es parte de una investigación cuyo objetivo es determinar la calidad de servicio que brinda la Empresa de Transporte y Servicio Zavaleta EIRL. La información que me proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial.

El cuestionario de la medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México; utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (dimensión elementos tangibles = 4 preguntas; dimensión fiabilidad = 5 preguntas; dimensión empatía = 5 preguntas; dimensión capacidad de respuesta = 4 preguntas; y dimensión seguridad = 4 preguntas), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno). Estas variables fueron re categorizadas mediante baremación por percentiles clasificados en tres categorías: (a) Alto, entre 83 – 110 puntos; (b) Medio, entre 53 – 82 puntos y (c) Malo, entre 22 – 52. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016). Le solicitamos atentamente su comprensión y apoyo contestando las siguientes preguntas.

**Información General:**

**Instrucciones:**

**Sexo:**

Masculino

Femenino

**Edad:** .....

**Información Específica:**

**Instrucciones:** Marque con una “X” la opción de su preferencia, una sola respuesta por pregunta por favor, asegúrese que no quede ninguna pregunta sin responder.

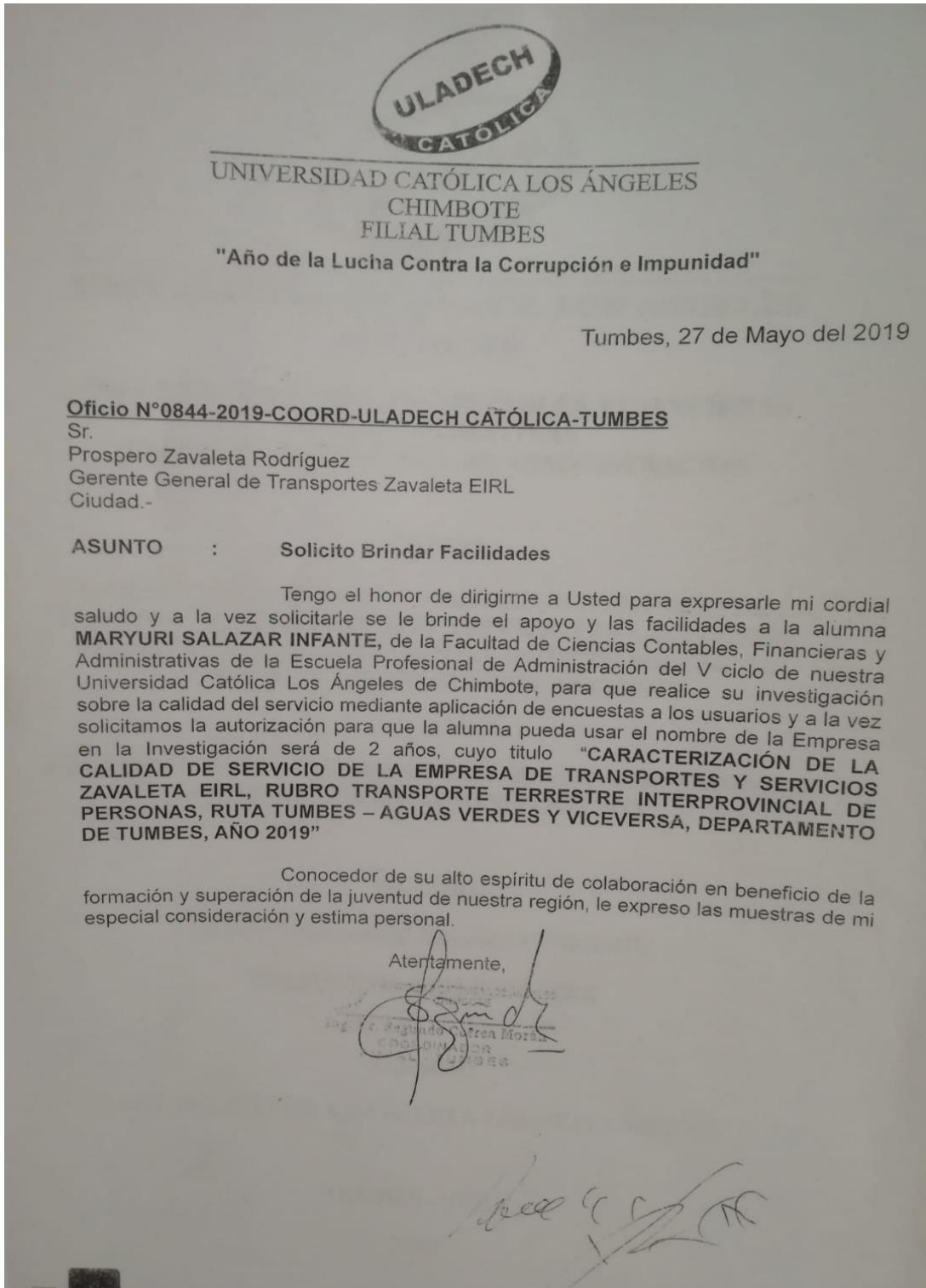
A continuación, se muestra la leyenda donde se explica la escala de medición:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEM	PREGUNTAS	VALORACIONES				
		1	2	3	4	5
<b>FIABLES</b>						
1	¿Cuándo en la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hacen?					
2	¿Cuándo usted tiene un problema en la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, muestran un sincero interés en solucionarlo?					
3	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, siempre realizan bien su servicio?					
4	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo?					
5	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, insisten en mantener registros exentos de errores?					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
6	¿Los Empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, informan con precisión a los usuarios de cuando concluirá cada servicio?					
7	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, le sirven con rapidez?					
8	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, siempre se muestran dispuestos a ayudar?					
9	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, nunca están demasiados ocupados para responder a sus preguntas?					
<b>SEGURIDAD</b>						
10	¿El comportamiento de los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, le transmiten confianza?					
11	¿Usted se siente seguro en sus transacciones (al momento de cancelar su pasaje) en la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL?					
12	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, son siempre amables con usted?					
13	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, tiene conocimientos suficientes para contestar las preguntas que se les hace?					
<b>EMPATÍA</b>						
14	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, le dan una atención individualizada?					
15	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, tienen horario de trabajo conveniente para todos sus usuarios?					
16	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZVALETA EIRL, le dan una atención personalizada?					

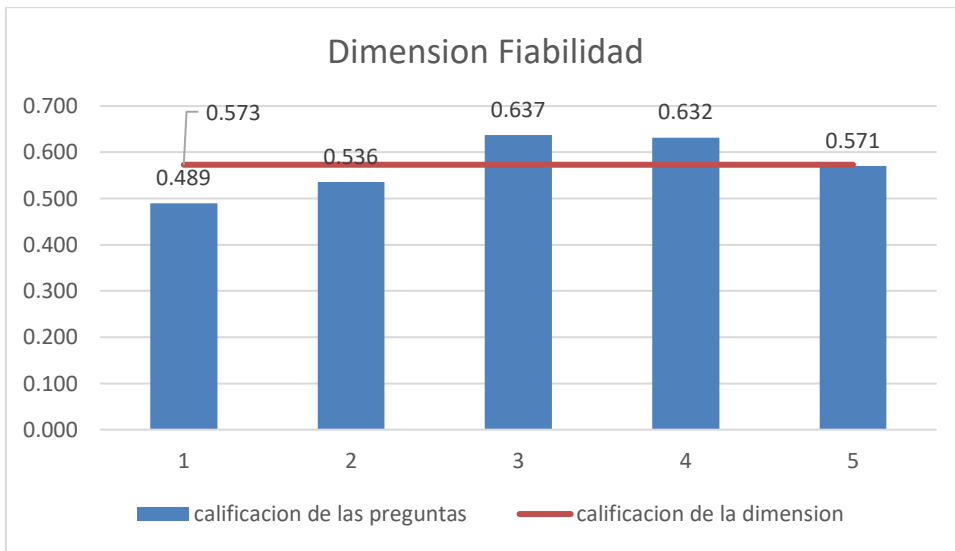
<b>17</b>	¿En la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL, se preocupan por sus intereses?					
<b>18</b>	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL, comprenden sus necesidades específicas?					
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>						
<b>19</b>	¿Los vehículos de la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL Tienen la apariencia de ser modernos?					
<b>20</b>	¿Las instalaciones físicas de la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL, son visualmente atractivas?					
<b>21</b>	¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL tienen una apariencia limpia y cuidada?					
<b>22</b>	¿Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la Empresa de Transportes y Servicios ZAVALETA EIRL (folletos, estados de cuenta, etc) son visualmente atractivos?					

**Anexo 2: Autorización.**



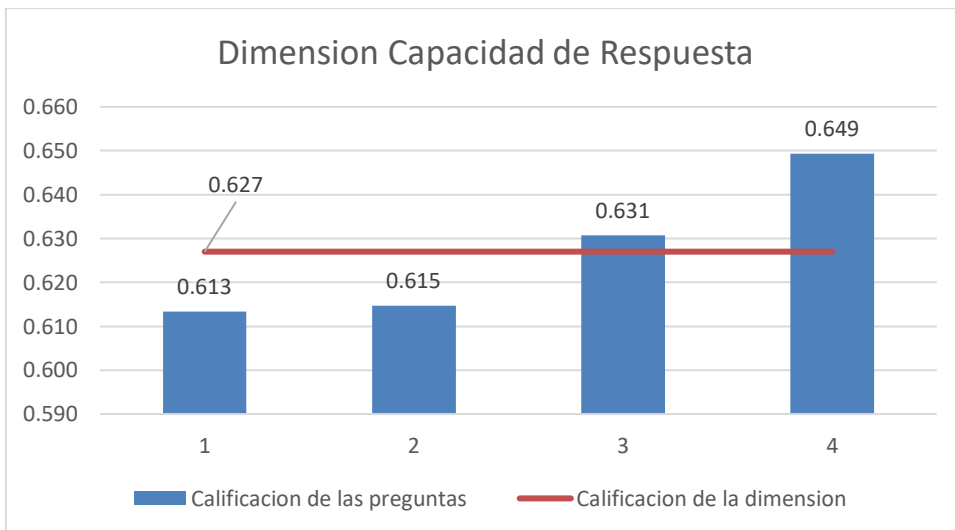
### Anexo 3: Figuras

**Figura 1**



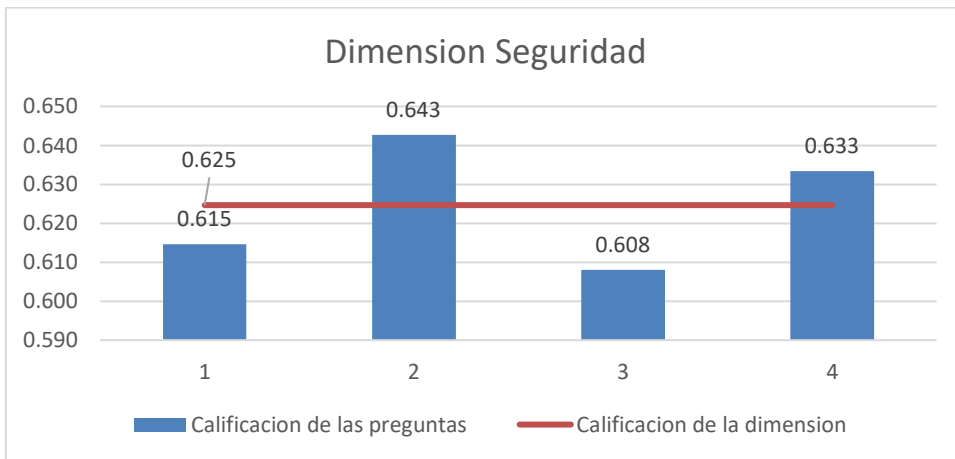
Fuente: Tabla 4

**Figura 2**



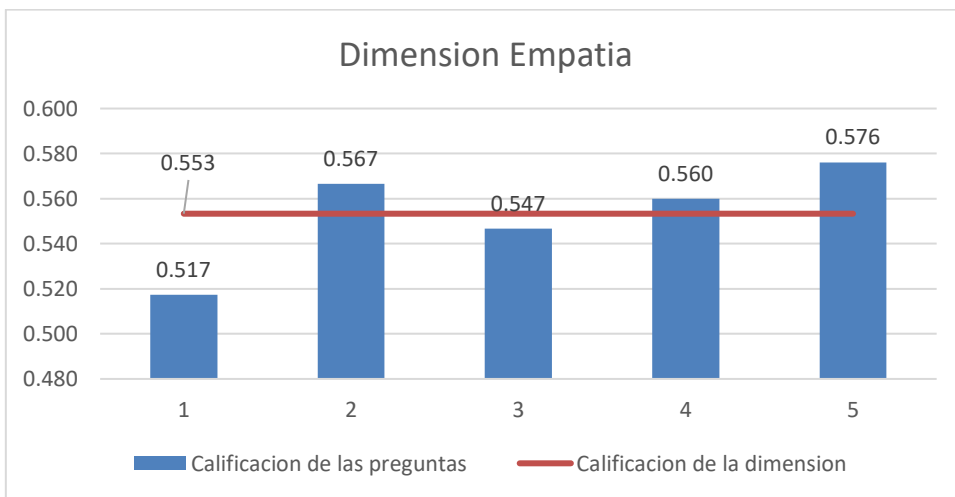
Fuente: Tabla 5

**Figura 3**



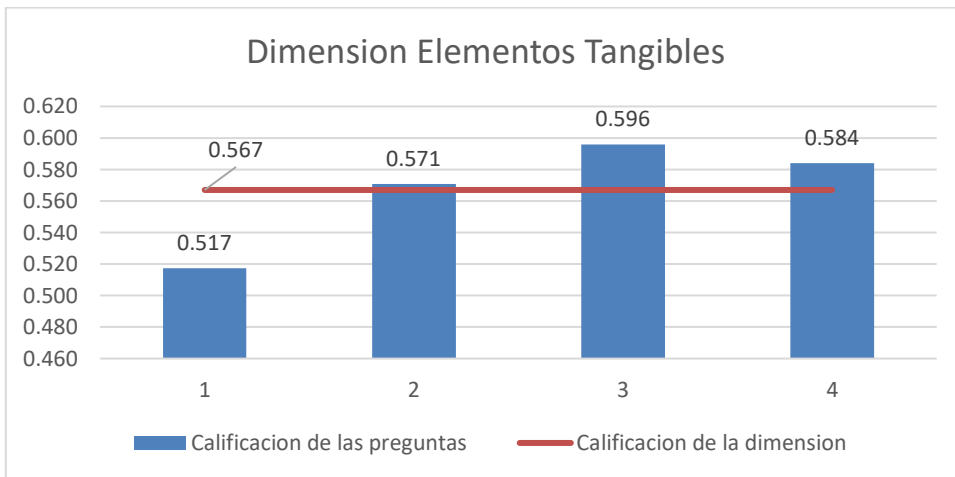
**Fuente:** Tabla 6

**Figura 4**



**Fuente:** Tabla 7

**Figura 5**



**Fuente:** Tabla 8

## Anexo 4: Turniting.

66 / 66

### Proyecto Final

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>0</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		