

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE  
TRANSPORTE TURISMO SAN PEDRO JAMALCA S.R.L.,  
UTCUBAMBA, AMAZONAS -2020**

**Autor:**

**Bach. Tomas Alarcon Llamo**

**Asesora:**

**Mg. Erlita Llatas Becerra**

**Registro: (.....)**

**CHACHAPOYAS – PERÚ**

**2021**

# AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO DE LA UNTRM



## ANEXO 3-H

### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

#### 1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Alarcon Llamo Tomas  
DNI N°: 33827021  
Correo electrónico: 33827021@untrm.edu.pe  
Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas  
Escuela Profesional: Administración de empresas

#### Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): \_\_\_\_\_  
DNI N°: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Facultad: \_\_\_\_\_  
Escuela Profesional: \_\_\_\_\_

#### 2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo San Pedro Jamaica S.R.L.; Utcubamba, Amazonas-2020

#### 3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Alatas Becerra Erlita  
DNI, Pasaporte, C.E N°: 70974529  
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) <https://orcid.org/0000-0002-0635-9175>

#### Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: \_\_\_\_\_  
DNI, Pasaporte, C.E N°: \_\_\_\_\_  
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>)

#### 4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica- Inmunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde\_ford.html  
Ciencias Sociales- Economía, Negocios- Negocios, Administración

#### 5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

#### 6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación -RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 10 / noviembre / 2023

[Firma]  
Firma del autor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del autor 2

[Firma]  
Firma del Asesor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del Asesor 2

## **DEDICATORIA**

A mis padres Daniel y Rosalía por darme el apoyo moral y espiritual durante mi formación profesional.

A mi esposa Santa Florentina y a mis hijos Maritza Yesenia, Mariela Jhudit y Jhonatan Alexis por ser la motivación principal para concretizar mis sueños trazados.

**Tomas Alarcon Llamo.**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios fuente de inspiración y sabiduría, fortaleza y motivación en mis decisiones personales, familiares y profesionales, convirtiéndome en una persona de bien al servicio de la sociedad.

Al Dr. Policarpo Chauca Valqui Exrector de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza – Amazonas por su visión de futuro apostando por el desarrollo del país a partir de las capacidades intelectuales de las personas de la región Amazonas.

Al Mg. Cecil Wilmer Burga Campos por su acertada conducción de la UNTRM sección Utcubamba, quien amablemente nos orienta en la realización de nuestro trabajo de investigación, hasta llegar a la sustentación.

A la Mg. Erlita Llatas Becerra, por su asesoramiento brindándome el espacio necesario durante el desarrollo del presente trabajo de investigación.

**El autor.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ  
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana

**RECTOR**

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

**Vicerrector Académico**

Dra. María Nelly Luján Espinoza

**Vicerrectora de Investigación**

Mg. Cirilo Lorenzo Rojas Mallqui

**Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

## VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



**UNTRM**

**REGLAMENTO GENERAL**  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

### ANEXO 3-L

#### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (x)/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Calidad de Servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Tamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020; del egresado Tomas Alarcon Llamo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.



El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 15 de Junio de 2021

Firma y nombre completo del Asesor  
Erlita Llatas Becerra

**JURADO EVALUADOR DE LA TESIS**



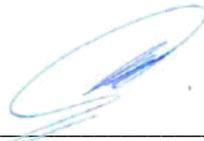
---

Mg. Fernando Rogelio Sánchez Altamirano  
PRESIDENTE



---

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar  
SECRETARIO



---

Mg. Juan Alberto Avalos Hubeck  
VOCAL

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



## ANEXO 3-Q

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Calidad de servicio de la empresa de transporte turismo  
San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas - 2020

presentada por el estudiante ( ) / egresado (X) Tomas Alarcon Llamo

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

con correo electrónico institucional 3382702151@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 16 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual ( ) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene \_\_\_\_\_ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, 18 de Agosto del 2021

  
SECRETARIO

  
PRESIDENTE

  
VOCAL

OBSERVACIONES:

Mg. Juan Alberto  
Avalos Hubeck

# ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL  
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

## ANEXO 3-S

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 17 de Septiembre del año 2021, siendo las 11:03 horas, el aspirante: Tomas Alarcon Llamo, asesorado por Mg. Erlita Llatas Becerra defiende en sesión pública presencial ( ) / a distancia (X) la Tesis titulada: Calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S:R.L, Utubamba, Amazonas - 2020, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Fernando Rogelio Sánchez Altamirano

Secretario: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Vocal: Mg. Juan Alberto Avalos Huback



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad (X)/Mayoría ( ) Desaprobado ( )

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:05 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

  
SECRETARIO

  
VOCAL

  
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:  
.....

## ÍNDICE

<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS .....</b>	<b>v</b>
<b>VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>JURADO EVALUADOR DE LA TESIS.....</b>	<b>vii</b>
<b>CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>II. MATERIAL Y MÉTODOS.....</b>	<b>24</b>
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	24
2.2. Variables y operacionalización.....	24
2.3. Población, muestra y muestreo .....	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
2.5. Métodos .....	28
2.6. Análisis de datos .....	28
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>29</b>
3.1. Análisis del cuestionario aplicado .....	29
3.2. Análisis comparativo del cuestionario aplicado .....	34
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>35</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>39</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>44</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de la variable.....	25
<b>Tabla 2.</b> Nivel de la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio .....	29
<b>Tabla 3.</b> Nivel de la dimensión seguridad.....	30
<b>Tabla 4.</b> Nivel de la dimensión capacidad de respuesta.....	31
<b>Tabla 5.</b> Nivel de la dimensión empatía.....	32
<b>Tabla 6.</b> Nivel de la dimensión intangibilidad.....	33
<b>Tabla 7.</b> Nivel comparativo de la variable calidad de servicio. ....	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Nivel de la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio.....	29
<b>Figura 2.</b> Nivel de la dimensión seguridad .....	30
<b>Figura 3.</b> Nivel de la capacidad de respuesta.....	31
<b>Figura 4.</b> Nivel de la empatía.....	32
<b>Figura 5.</b> Nivel de la dimensión intangibilidad .....	33
<b>Figura 6.</b> Nivel comparativo de la variable calidad de servicio .....	34

## RESUMEN

La investigación calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Tuvo como objetivo: determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020. La investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptiva simple, diseño no experimental. Aplicada a 82 usuarios de la empresa de transporte San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas a quienes se les administró una encuesta. El resultado obtenido considera que la calidad es buena porque todas las dimensiones se ubican en el nivel bueno sobre el 50% y las que presentan desafíos son: la dimensión capacidad de respuesta el 30.5% nivel regular, las dimensiones fiabilidad y empatía el 15.9% nivel regular, la dimensión seguridad con el 14.6% y la que menor requiere atención en la calidad de servicio es la dimensión intangibilidad al alcanzar un 9.8% nivel regular de aceptación. Concluyendo que la dimensión que requiere mayor atención por los propietarios de la empresa de transporte es la capacidad de respuesta al tener el 30.5% nivel de aceptación regular por parte de los usuarios.

**Palabras Claves:** Capacidad de respuesta, calidad de servicio, empatía y seguridad.

## ABSTRACT

The investigation. Quality of service of the tourism transport company San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Its objective was: To determine the level of service quality of the tourism transportation company San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020. Research is framed in the quantitative approach, type of simple descriptive research, non-experimental design. Applied to 82 users of the transport company San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas who were administered a survey. The result obtained considers that the quality is good because all the dimensions are located at the good level over 50% and those that present challenges are: the response capacity dimension 30.5% regular level, the reliability and empathy dimensions 15.9% level regular, the security dimension with 14.6% and the one that requires the least attention in the quality of service is the intangibility dimension, reaching a 9.8% regular level of acceptance. Concluding that the dimension that requires the most attention by the owners of the transport company is the response capacity, as it has a 30.5% level of regular acceptance by users.

**Keywords:** Responsiveness, quality of service, empathy and security.

## I. INTRODUCCIÓN

Las empresas modernas consideran la motivación como el elemento clave para el éxito en un mundo competitivo, es por ello que en transportes el propietario y el conductor representan la vida de la entidad, los mismos que tienen la responsabilidad de estimular a sus clientes para sentirse en un ambiente agradable, siendo conocedores que las estrategias motivacionales influyen para alcanzar las metas trazadas.

Las ciudades metropolitanas del mundo son ejemplos importantes en el rubro empresarial del transporte porque permiten el movimiento de transporte de la mayoría de sus pobladores, pero esta se viene realizando de manera desordenada como lo indica Carranza (2017a). México es un claro ejemplo de cómo las ciudades metropolitanas se van desarrollando de manera desordenada, se concentra el 26.3% del PBI del país (p.8).

El desempeño del país mexicano mayoritariamente radica en las zonas metropolitanas es por ello la urgente necesidad de implementar un sistema de reforma en transportes mejorando localidad y la movilidad en relación al aporte que hacen a la producción bruta, dado que concentran el 73% de la población y producen 77 pesos de cada 100 pesos (Espinosa, 2016).

En el Perú según Alzamora y Gonzales (2017), la característica de informalidad está presente en la mayoría de los sectores productivos del país, alcanzando los mayores índices con el 97.2% la agricultura, seguido de transportes y comunicaciones con el 80.5%, muy de cerca construcción con el 75.7% y comercio con el 74.3%, obteniendo como pésimo indicador que de cada 10 trabajadores 07 son informales, situación que se agrava con el estado pésimo de las carreteras del ámbito rural y su interconexión con las ciudades (p.14).

El servicio de transportes en el Perú es un claro ejemplo del poco interés de las autoridades y ciudadanos porque querer mejor y solucionar este problema social, siendo la informalidad el elemento detonante del mal servicio que se brinda, acompañado de la pésima infraestructura existente; además de la existencia de las cadenas lógicas que funcionan de manera ineficaz, con la presencia de una serie de eslabones que dificultan la gestión, incorporando el proceso burocrático, poca

voluntad de cambio, falta de planificación y pésima comunicación por la falta de capacitación a los trabajadores (Gaytán, 2019).

Para la Defensoría del Pueblo (2015a). En el Perú existe una pésima calidad de servicio de transporte, esto se evidencia día a día a través de las noticias de los diferentes medios de comunicación que nos informan la muerte de los ciudadanos por causa de accidentes en las principales carreteras, específicamente en las grandes ciudades como Lima, Piura, Arequipa, Trujillo, etc; en la Carretera Central, Panamericana Norte, Panamericana Sur, entre otras; lo más lamentable es que esto sucede en los distritos más pobres del país (p.11).

El mayor reto que el país tiene en la actualidad es disminuir las cifras de muertos por accidentes en todos los sectores sociales, específicamente en los más pobres por ser personas más vulnerables a defender sus derechos y a exponerse a la muerte por no tener el dinero suficiente para utilizar un mejor servicio, es en este contexto que los responsables del sector tiene que elaborar políticas de transporte para brindar un mejor servicio a las personas más desfavorecidas socialmente (Gamarra y Delgado, 2016).

La región Amazonas según el Ministerio de Producción (2015) no cuenta con un servicio de transporte de calidad a pesar de ser eminentemente agrícola, influyendo notablemente en la economía amazonesa por representar el 38.7% de la producción en el 2012, a pesar de que las carreteras de interconexión del campo a la ciudad están en condiciones pésimas, notándose mayor atención de las autoridades a la solución de los problemas del sector servicios y manufacturero que representa el 12.6%.

Las obras públicas que se vienen implementando en la región Amazonas está contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de los pobladores, específicamente de los pobladores que viven en los pueblos por donde pasa la eje vial IIRSA como lo es Pedro Ruíz, Corral Quemando, Bagua Grande, que se evidencia un crecimiento alto en el sector construcción con el 27.3%, la mayoría está construyendo casas de material noble, seguido de los servicios de cómputo, agua, electricidad y transportes con el 8.3% de crecimiento anual.

El servicio que brinda la empresa transporte turismo San Pedro de Jamalca S.R.L., en la actualidad es poco fiable porque los propietarios de los vehículos no toman

con seriedad la hora de salida, de llega, las entregas en las encomiendas y la cantidad de pasajeros y cargas que llevan, tampoco brinda seguridad a los pasajeros porque no cuentan con los documentos en regla y un personal de seguridad, la capacidad de respuesta es lenta dado que los vehículos son usados, existe poca empatía al evidenciarse cierto favoritismo a los amigos y familiares.

En este contexto el investigador formula la pregunta: ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas - 2020?

Las teorías que permiten la justificación científica del estudio son la teoría de la planificación para la Calidad. Según su autor Joseph Juran (citado por Meza, 2014, p.39), aporta al cambio del sistema de transporte en lo relacionado a la planificación y control. Del mismo modo lo hace La teoría calidad como estrategia competitiva. Según Reyes (2017), tiene una visión global holística del servicio que se brinda al considerar que el cambio del sector es responsabilidad de todos las áreas o departamentos de trabajo de la empresa, por lo tanto, todos los integrantes de la empresa están comprometidos con la transformación.

Socialmente se justifica porque los usuarios del servicio de transporte del distrito de Jamalca merecen un servicio de calidad, el mismo que después de la realización del estudio, tendrán un trato diferente de parte de la empresa, gozando de los siguientes beneficios: Puntualidad, amabilidad, atención y orientación; credibilidad, confiabilidad, integridad y honestidad; servicio rápido, cumplimiento a tiempo, accesibilidad y factibilidad; atención personalizada, capacidad de escucha y compromiso al cliente; sala de espera, espacios de atención, carteles publicitarios y espacios adecuados de ubicación de movilidades.

Desde el punto de vista metodológico el estudio se justifica porque el autor compartirá con los transportistas y personas interesadas del distrito de Jamalca la metodología utilizada para brindar un servicio de calidad, dando un mejor trato, la misma que les servirá para revalorar a los usuarios como seres humanos de gran valor social.

El objetivo general fue Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020. Y los

específicos fueron: Identificar el nivel de fiabilidad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020; identificar el nivel de seguridad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020; identificar el nivel de capacidad de respuesta de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020, identificar el nivel de empatía de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 e identificar el nivel de intangibilidad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020.

El estudio considera como antecedentes a los siguientes: a nivel internacional se tiene a Morocho y Plaza (2016). Desarrolló su investigación orientada a mejorar la calidad del servicio de transporte y su rentabilidad en la empresa Transfrosur Cia de Quito Ecuador, con el propósito de identificar el nivel de influencia entre la rentabilidad y la calidad del servicio de dicha empresa, teniendo como aliado la técnica SERVQUAL. Investigación desarrollada bajo las orientaciones del enfoque cuantitativo, tipo descriptiva, bibliográfica y de campo. Concluyendo que la propuesta alcanzada es factible aplicarlo en el sector transporte porque permite la mejora del servicio en el indicador costo, en TIR de 56,58%, y VAN de \$165.501,59 en dos años. El servicio de transporte es más rentable en la medida que se determine la calidad del servicio y su rentabilidad, teniendo como meta incrementar la calidad en un 52.7% en la inversión de transformación del servicio. A pesar de los gastos realizados para el pago de gastos indirectos y de choferes la compañía tiene una capacidad de soportar un incremento de 227% con una TIR positiva de 0,00% dado que si se aumentara a 250% reflejaba un TIR negativo de -7,60%.

Morán (2016), mediante el estudio urbano de análisis del servicio de buses de una empresa de transportes Esmeralda, Ecuador, con el propósito de darle mayor protagonismo al usuario y responder a sus expectativas. Investigación desarrollada bajo el enfoque cuantitativo, diseño descriptivo y tipo no experimental. Llegó a las siguientes conclusiones: La solución de los problemas de transporte radica en la comunicación asertiva entre las autoridades del sector del Municipio de Esmeraldas y los representantes de las organizaciones, la falta y/o deficiente señalización en puntos estratégicos del servicio y el desconocimiento de las señales de tránsito tanto

de los choferes como de los peatones. El 95.82% de los usuarios del servicio de transporte está insatisfecho con el trato que brindan los choferes y los trabajadores, el 79.61% se muestra insatisfecho con la limpieza y comodidad que brinda la empresa, este sentimiento de insatisfacción se reflejado en el costo y en la conducción de los buses.

Silva y Torres (2017). En su trabajo de investigación sobre la calidad de servicio del transporte urbano de la ciudad de Cuenca, con el propósito de determinar los factores preponderantes de la calidad de servicio del transporte urbano de pasajeros de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Investigación cuantitativa, tipo no experimental y diseño descriptivo simple. Concluyendo: Según el estado de arte del transporte urbano para que exista calidad en el servicio se tiene que tener en cuenta los siguientes factores: conductores y usuarios, vehículo y reguladores los mismos que se dividen en sub factores que afectan al servicio. La calidad de servicio que se brindan es mala como lo indica el 59% mientras que el 41% refiere que es buena, por las razones de contaminación ambiental, higiene, ubicación de paraderos, trato del conductor y tiempo en el viaje, dificultad para ingresar a la movilidad, irrespeto entre pasajeros e informalidad del servicio.

A nivel nacional se tiene a Modesto (2017). Desarrolló su investigación relacionada a la satisfacción y calidad de servicio de los usuarios de transporte GM Internacional de Huánuco, tuvo como propósito determinar la correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad de servicios de la empresa antes mencionada. Investigación desarrollada con enfoque cuantitativo, diseño correlacional. Llegando a las siguientes conclusiones: La mejor carta de presentación de la empresa es el trato, atención y amabilidad que los trabajadores de la empresa dan a sus clientes, permitiéndoles tener una buena percepción respecto a la calidad del servicio, determinando el valor que reciben del cliente de forma permanente. Existen deficiencias en la calidad del servicio que brindan como el recibo de equipajes y almacenamiento, orden de espera y tiempo de espera, generando un ambiente inadecuado en la administración y el servicio que brindan los trabajadores.

Díaz y Sánchez (2017). Desarrolló un estudio sobre la satisfacción del cliente y calidad de servicio que brinda la empresa de transportes Ángel Divino SAC. Chiclayo, cuyo propósito relacionar la satisfacción del cliente con la calidad de

servicio en la mencionada empresa. Investigación desarrollada mediante el enfoque cuantitativo, tipo no experimental y diseño correlacional – transeccional. Llegó a las siguientes conclusiones: Las actividades que desarrolla la empresa tienen que enmarcarse dentro de los parámetros de calidad, para que sean tomadas por los usuarios ya que cuenta con elementos tangibles favorables como la empatía que alcanzó el 69.13%, seguido por la capacidad de respuesta con el 55.8% elementos valorados por los usuarios. El nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la empresa de transportes es favorable consideran que el 97.95% se siente seguros del servicio que reciben por el confort que ofrece y las medidas tomadas para que el servicio sea bueno, del mismo modo la dimensión servicio con el 68.21% y la dimensión precio con el 66%.

Valdez y Saca (2018). Con su estudio orientado a mejorar la calidad del servicio de transporte a los usuarios de la provincia del Cusco, cuyo objetivo fue analizar la calidad de servicio de transportes a través del modelo SERVQUAL en cada una de sus dimensiones para mejorar el servicio urbano. Tipo de investigación descriptivo correlacional. Llegando a las siguientes conclusiones: Las dimensiones del modelo SERVQUAL influyen de manera positiva para alcanzar la calidad del servicio de transporte en la provincia del Cusco las mismas que influyen de manera lineal y multivariada representadas por cinco dimensiones. Para alcanzar el rango de calidad total es necesario que las cinco dimensiones trabajadas tengan la oportunidad de incremento manteniendo el orden establecido según el modelo SERVQUAL, dando prioridad a la dimensión fiabilidad. La sensibilidad es otra dimensión a tomarse en cuenta con preponderancia porque en la medida que incrementa la sensibilidad también aumenta la calidad del servicio, lo mismo sucede con la dimensión seguridad y la dimensión empatía, al incrementarse todo, el impacto de la calidad es mayor por parte de los usuarios.

A nivel regional se tiene a Trigos (2016), desarrolló su tesis con el objetivo de mejorar la calidad de servicio de transporte terrestre en la región Amazonas teniendo como objeto de estudio a la empresa Móvil Tours S.A. que brinda servicio a la ciudad de Chachapoyas; mediante la elaboración e implementación de un manual de procedimientos de selección de personal. Investigación descriptiva con un diseño de grupo, aplicado a 349 clientes de dicha empresa, a quienes se le aplicó

una entrevista y una encuesta relacionada a cada variable. Llegó a las siguientes conclusiones: Para alcanzar mejores niveles de calidad del servicio transporte se tiene que implementar un conjunto de actividades relacionadas a los recursos humanos entre ellos calidad, compromiso y flexibilidad empresarial relacionado al contexto donde se lleva a cabo la experiencia. La calidad de servicio es otorgada por la percepción que los clientes tienen del servicio que se brinda, es por ello que el recurso humano juega un papel fundamental y esto está relacionado con el liderazgo y el desempeño de los trabajadores.

Las bases teóricas que dan soporte al estudio son: La Teoría de la planificación para la Calidad. Según su autor Joseph Juran (citado por Meza, 2014a, p.39), considera que este tema se tiene que abordar inteligentemente, a partir del enfoque orientado a mejorar la calidad del servicio basado en la administración, priorizando la planificación y control de la calidad, conllevando a los ahorros como un aspecto significativo.

Este enfoque como lo menciona el autor también es conocido como la trilogía de la calidad porque puntualiza la planeación, el control y el mejoramiento financiero liderado por la administración. Esta decisión tomada por el enfoque en mención contempla que las acciones realizadas deben darse en el marco de una estrategia que contempla pasos denominados Mapa de planeación de la calidad” desarrollando los componentes de: Identificar clientes y conocer las necesidades y expectativas de los clientes (Meza, 2014b, p.39).

Para el autor, el cliente es la persona que siempre tiene la razón en una transacción de compra y venta es por ello que los propietarios de las empresas deben tener en consideración la opinión de los clientes, porque son ellos los que nos indican sobre la calidad del servicio o producto que se ofrece- Es en este contexto que se tienen que tener en cuenta los pasos a dar desde el planeamiento, traduciendo el lenguaje que nos indican la necesidad de cambio según las características y atributos ofertados (Meza, 2014c, p.39).

La segunda teoría que da soporte al estudio es. La calidad como estrategia competitiva. Según Reyes (2017a), alcanzar la calidad del servicio o producto que ofrece una empresa no solo es responsabilidad del propietario, gerente,

administrador, es de todos los trabajadores de la empresa, quienes deben sentirse identificados con la visión y misión institucional; para que interioricen el concepto de la calidad de servicio a alcanzar como gestión total o calidad total, es por ello que tiene que hablar el mismo lenguaje institucional a nivel de todas las áreas de trabajo y con todos los trabajadores (p.24).

Toda acción o actividad que se realice dentro de la empresa debe estar enfocada a la satisfacción del cliente tanto externo como interno, no se busca satisfacer a los usuarios también forman parte de esta satisfacción los trabajadores de la empresa, para que se sientan comprometidos con cada actividad que realizan en el marco de sus responsabilidades funcionales, es por ello que no solo se busca vender o fabricar un producto, también la calidad abarca en la formación y capacitación de los trabajadores y la mejora de sus condiciones de vida (Reyes, 2017b, p.24).

El enfoque de calidad como estrategia competitiva busca implementar la calidad en todos los niveles de la organización o empresa, todo el personal debe estar enfocado en las metas empresariales e identificado con cada una de las acciones que el plan de acción contempla para que contribuya de manera adecuada en logro de ellas, a partir del cumplimiento de las etapas evolutivas como el planeamiento, la organización, la ejecución o realización del servicio o producto con manejo de conceptos de calidad (Reyes, 2017c, p.24).

Según (Martínez, 2014a, p.13), el modelo SERVQUAL contempla las dimensiones siguientes: Fiabilidad. Es el aspecto de primer orden a considerar para alcanzar el éxito de una empresa a través de la calidad del servicio brindado, está relacionada con los valores que se fomentan y ponen en práctica durante el ejercicio de las actividades empresariales entre ellas tenemos la puntualidad tanto a la hora de entrada, salida y los descansos, la amabilidad durante la atención a los clientes y fuera de ella, la atención con capacidad de escucha para saber cuáles son sus necesidades y qué expectativas tiene con el servicio o producto que va a recibir, además de la orientación asertiva para convencer al cliente y dejarlo satisfecho. Seguridad. Todas las personas cuando van a hacer sus compras se sienten seguros cuando la empresa con anticipación a tomados las medidas y decisiones respectivas para dar a sus clientes esa seguridad que buscan, esto implica que los clientes vean a la empresa con capacidad de tomar decisiones que den credibilidad con cada una

de sus acciones que realizan dentro y fuera de las instalaciones físicas, además de confiabilidad con el cumplimiento de sus ofertas realizadas, demostración de su integridad como empresa ofertando con veracidad todo los beneficios que acarrea agenciarse del servicio o producto y, finalmente la honestidad con la que realizan las transacciones sin aprovechamiento de los usuarios por sus características que este posee. Capacidad de Respuesta. Está relacionada con la rapidez del servicio que oferta a sus clientes para de esta manera evitar las colas e incomodidades, asimismo con el cumplimiento a tiempo del servicio o producto, respetando el tiempo de los usuarios que siempre están a la expectativa que llegue a tiempo su producto, además de la accesibilidad brindando servicios extras como movilidad, refrigerio, cuando el caso lo requiere y finalmente la factibilidad ofertando siempre las cosas que son posibles cumplirlas y con la calidad que se merece. Empatía. Es la actitud que los trabajadores de la empresa toman en relación a la valoración como persona a los usuarios o clientes, poniendo en su lugar como persona con deberes y derechos, es en este contexto que se tiene que brindar una atención personalizada, demostrar que se está preparado para escucharle sus requerimientos y necesidades, con respeto y asumiendo compromisos de cambio con la finalidad que se sienta satisfecho porque recibe un producto o servicio de calidad. Intangibilidad. Está orientada al bienestar de los clientes o usuarios a través de cobertura de la implementación de la capacidad instalada de la empresa, la misma que debe contar con una sala de espera, espacios de atención, carteles publicitarios y espacios de ubicación de las movilidades.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

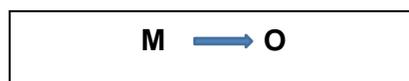
#### 2.1.1. Tipo de investigación

La literatura aportada por Hurtado (2012) considera que el estudio se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, porque el investigador analiza la información, con la finalidad de dar solución al problema según el ámbito o sector social elegido (p.20). Según su finalidad el estudio es aplicada y según su nivel descriptivo simple porque partió de una realidad problemática identificada en la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., la misma que fue medida con un instrumento de evaluación y representada en tablas y gráficos estadísticos.

#### 2.1.2. Diseño de investigación

Según Chan (2015) la presente investigación se corresponde con el diseño no experimental porque tiene una sola variable calidad de servicio y es a ella que se le va describir sus características, situaciones, actividades, costumbres y realizar predicciones, la misma que tiene en consideración para demostrarlo siguiendo cuatro pasos: definición de características, explicación de observaciones, recolección de datos e informar técnicas apropiadas y, no se manipula las variables, y según su nivel descriptivo simple porque partió de una realidad problemática identificada

El diseño seleccionado se esquematiza:



Donde:

**M** = Muestra

**O** = Observación a través del cuestionario de calidad de servicio

### 2.2. Variables y operacionalización

**Variable:** Calidad de servicio

**Tabla 1***Operacionalización de la variable*

<b>Variab</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Íte ms</b>	<b>Instrumento.</b>
<b>Calidad de servicio</b>	Fiabilidad	● Puntualidad	01	Cuestionario
		● Amabilidad	02	
		● Atención	03	
		● Orientación	04	
	Seguridad	● Credibilidad	05	
		● Confiabilidad	06	
		● Integridad	07	
		● Honestidad	08	
	Capacidad de respuesta	● Servicio rápido	09	
		● Cumplimiento a tiempo	10	
		● Accesibilidad	11	
	Empatía	● Factibilidad	12	
		● Atención personalizada	13	
		● Capacidad de escucha	14	
		● Actitud de respeto	15	
	Intangibilidad	● Compromiso con elcliente	16	
		● Sala de espera	07	
		● Espacios de atención	18	
		● Carteles publicitarios	19	
			● Espacios de ubicación delas movilidades.	
TOTAL			20	

### **2.3. Población, muestra y muestreo**

#### **2.3.1. Población**

Áreas, Villasis y Miranda (2016). Consideran que la población en un trabajo de investigación tiene que cumplir varios criterios en el marco de los protocolos de investigación, está íntimamente relacionado con el fenómeno de estudio, sus características que le conllevan a elegir la muestra. Es por ello que se tuvo que precisar

bien la población porque de ello depende los resultados que a priori se van a obtener (p. 202).

La población del estudio estuvo conformada por 105 usuarios que viajan semanalmente en la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. que se movilizan diariamente en 15 movilidades, según consta en los registros de salida de los pasajeros entre hombres y mujeres debidamente identificados con su Documento Nacional de Identidad.

### 2.3.2. Muestra

Para Supo (2016). Las muestras en un trabajo de investigación se obtienen a través de la utilización de herramientas estadísticas, para darle la confianza de las características, propiedades y atributos comunes que posee con la población, convirtiéndose en una cantidad representativa de la población (p.7).

La muestra del estudio fue de 82 usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. que se movilizan diariamente en 15 movilidades, según consta en los registros de salida de los pasajeros, entre hombres y mujeres debidamente identificados con su Documento Nacional de Identidad. Obtenido mediante la aplicación de la fórmula.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula: Donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso = 0.5)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- d = precisión (5%).

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times P \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times P \times q}$$

$$n = \frac{(105) \times (3.84) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05^2) \times (105) + (3.84) \times (0,5) \times (0,5)}$$

n = 82.4539
➔
82 usuario

### **2.3.3. Muestreo**

Otzen y Manterola (2017). Manifiestan que el muestreo es una técnica que el investigador utiliza para organizar con precisión los procedimientos que va a seguir durante el desarrollo de su investigación según la muestra seleccionada.

En el caso del presente estudio la muestra elegida corresponde al muestreo aleatorio simple, porque todos los clientes o pasajeros de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. tuvieron la misma oportunidad de participar en la investigación según los procedimientos considerados por el investigador.

### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas utilizadas durante el desarrollo del presente trabajo son:

#### **A. Técnicas de gabinete.**

Fichas de resumen. Esta técnica fue utilizada durante el desarrollo de toda la investigación desde el planteamiento del problema consistió en organizar la información de manera precisa y concisa demostrada en lo que aparece en las páginas del estudio, sintetizando la información de las fuentes primarias extraídas de internet y de los libros físicos.

Fichas textuales. Estas fichas permitieron recoger la información tal cual se encontraron la observación directa e indirecta, transcribiendo de forma literal tal cual está en el texto por la importancia de la información para la investigación.

#### **B. Técnicas de trabajo de campo.**

La encuesta

Se aplicó a una muestra de 82 usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L, teniendo en cuenta las dimensiones de la variable calidad de servicio.

Instrumento de recolección de datos

Cuestionario: Es el instrumento más utilizado en las investigaciones cuantitativas por ser de carácter práctico y siempre está presente durante el desarrollo de la investigación, se elaboró teniendo en cuenta los indicadores de cada dimensión, cuatro indicadores para cada una de ellas, obteniendo una cantidad de 20 preguntas.

## 2.5. Métodos

Según Hernández et al. (2014). Son las rutas o caminos que el investigador toma en consideración para ponerlo en práctica durante el desarrollo de la investigación, la misma que responde al tipo y diseño de la investigación. Entre ellos destacan:

El **método deductivo** se desarrolló teniendo en consideración el análisis de la información de lo general a lo particular como fue la redacción del planteamiento del problema y el marco teórico.

El **método analítico** se puso en práctica durante el desarrollo del estudio al redactar el resultado de la investigación como es la representación de los datos en tablas y figuras con su respectiva interpretación.

El **método descriptivo**. Este método se utilizó durante la ejecución de la presente investigación y se realizó con mayor incidencia desde la descripción de la realidad problemática hasta el procesamiento de los datos estadísticos, dado que el diseño de investigación es descriptivo.

## 2.6. Análisis de datos

Para García (2016). Es el ejercicio que el investigador realiza con el propósito de recoger o reunir datos propios del estudio, lo realiza a través de la aplicación de diferentes instrumentos de evaluación o mediante la observación directa e indirecta.

Durante el desarrollo de la investigación los datos se procesaron teniendo en cuenta los resultados del cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Los mismos que fueron procesadas en el programa estadístico EXCEL y SPSS para luego ser procesadas en tablas y figuras estadísticas con su respectiva interpretación teniendo en cuenta las dimensiones de fiabilidad, seguridad, empatía e intangibilidad.

Los datos obtenidos del instrumento de evaluación aplicado a los clientes y pasajeros de la empresa antes mencionada se sometieron al programa estadístico SPSS para encontrar los resultados en relación a las dimensiones de la variable.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis del cuestionario aplicado

##### 3.1.1. Resultado de la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio

**Tabla 2**

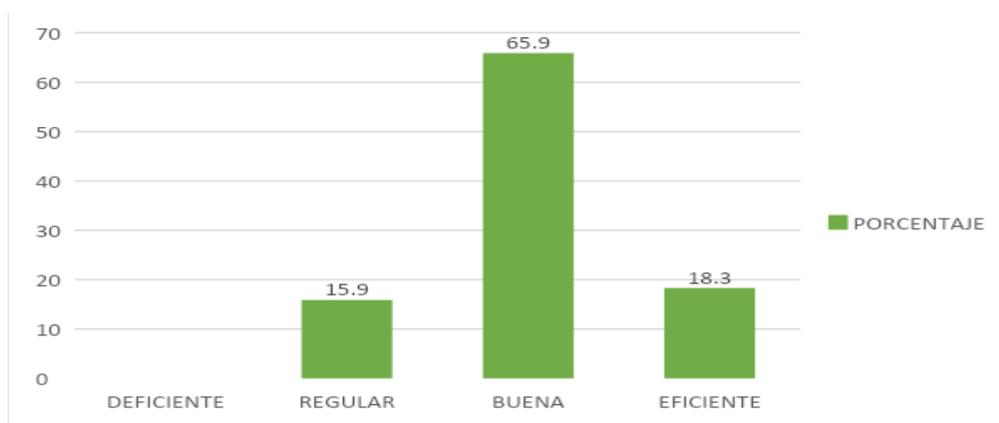
*Nivel de la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio*

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFICIENTE	0	0
REGULAR	13	15.9
BUENA	54	65.9
EFICIENTE	15	18.3
TOTAL	82	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 1**

*Nivel de la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio*



En la tabla 2 y figura 01, se constata que de los 82 usuarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba, el 65.9% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio, el 18.3% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 15.9% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. De lo que se constata que se tiene que trabajar más la dimensión fiabilidad para alcanzar la eficiencia del servicio de transporte de la empresa referida.

### 3.1.2. Resultado de la dimensión seguridad

**Tabla 3**

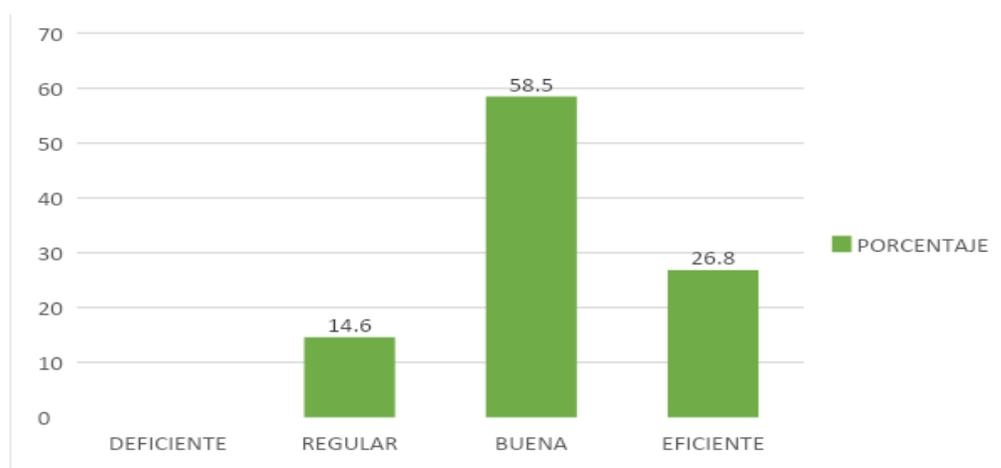
*Nivel de la dimensión seguridad*

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFICIENTE	0	0
REGULAR	12	14.6
BUENA	48	58.5
EFICIENTE	22	26.8
TOTAL	82	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 2**

*Nivel de la dimensión seguridad*



En la tabla 3 y figura 02, se constata que de los 82 usuarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba, el 58.5% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión seguridad, el 26.8% refieren recibir una eficiente calidadde servicio y el 14.6% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. De lo que se constata que se tiene que trabajar más la dimensión seguridad para alcanzar la eficiencia del servicio de transporte de la empresa referida.

### 3.1.3. Resultado de la dimensión capacidad de respuesta

**Tabla 4**

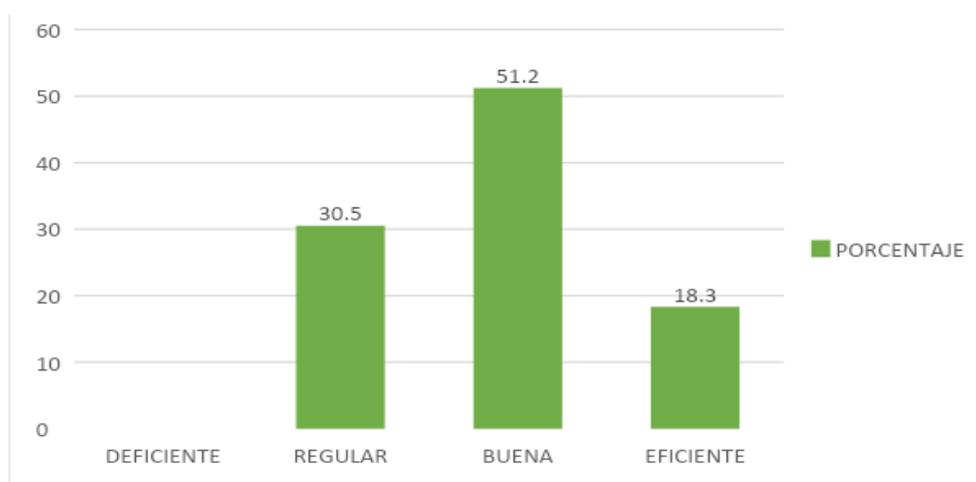
*Nivel de la dimensión capacidad de respuesta*

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFICIENTE	0	0
REGULAR	25	30.5
BUENA	42	51.2
EFICIENTE	15	18.3
TOTAL	82	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 3**

*Nivel de la capacidad de respuesta*



**Nota:** Datos obtenidos de la tabla 03

En la tabla 4 y figura 3, se constata que de los 82 usuarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba, el 51.2% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión capacidad de respuesta, el 18.3% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 30.5% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. De lo que se constata que se tiene que trabajar más la dimensión capacidad de respuesta para alcanzar la eficiencia del servicio de transporte de la empresa referida.

### 3.1.4. Resultado de la dimensión empatía

**Tabla 5**

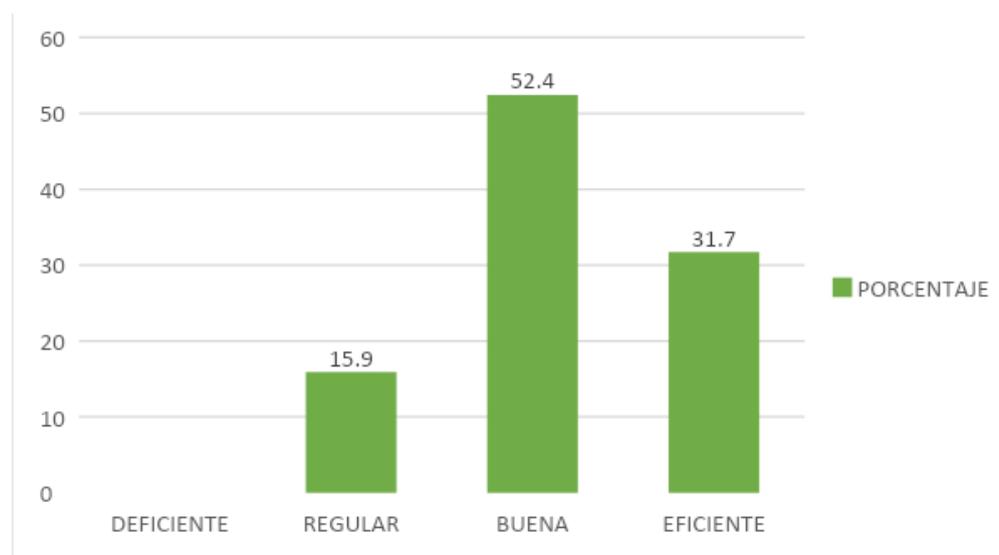
*Nivel de la dimensión empatía*

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFICIENTE	0	0
REGULAR	13	15.9
BUENA	43	52.4
EFICIENTE	26	31.7
TOTAL	82	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 4**

*Nivel de la empatía*



**Nota:** Datos obtenidos de la tabla 04

En la tabla 5 y figura 4, se constata que de los 82 usuarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba, el 52.4% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión empatía, el 31.7% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 15.9% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. De lo que se constata que se tiene que trabajar más la dimensión empatía para alcanzar la eficiencia del servicio de transporte de la empresa referida.

### 3.1.5. Resultado de la dimensión intangibilidad

**Tabla 6**

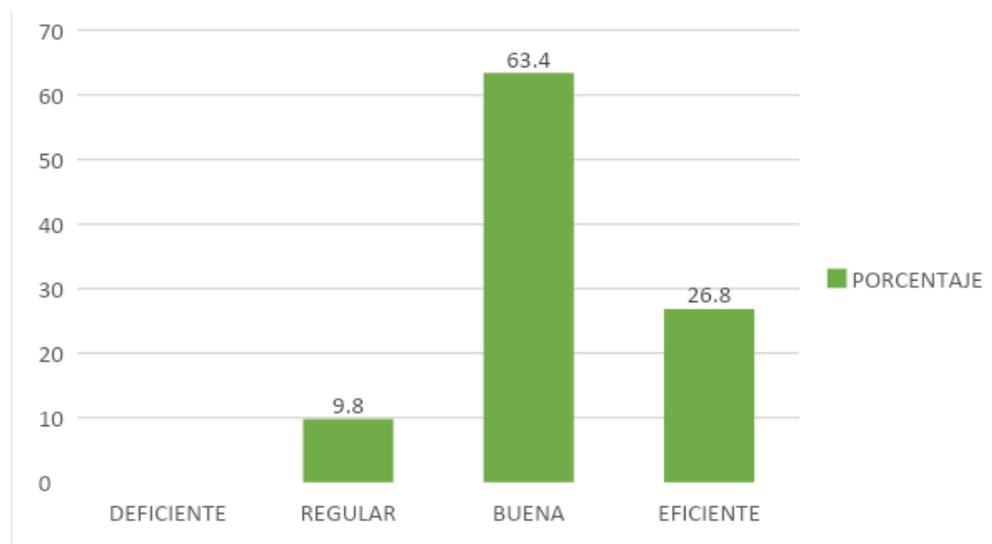
*Nivel de la dimensión intangibilidad.*

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEFICIENTE	0	0
REGULAR	8	9.8
BUENA	52	63.4
EFICIENTE	22	26.8
TOTAL	82	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 5**

*Nivel de la dimensión intangibilidad*



**Nota:** Datos obtenidos de la tabla 05

En la tabla 6 y figura 5, se constata que de los 82 usuarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba, el 63.4% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión intangibilidad, el 26.8% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 9.8% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. Delo que se constata que se tiene que trabajar más la dimensión intangibilidad para alcanzar la eficiencia del servicio de transporte de la empresa referida.

### 3.2. Análisis comparativo del cuestionario aplicado

**Tabla 7**

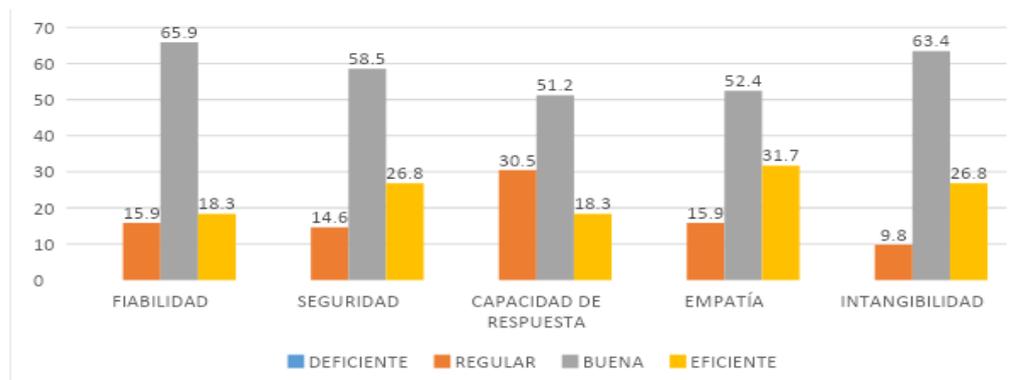
*Nivel comparativo de la variable calidad de servicio.*

NIVEL	FIABILIDAD	SEGURIDAD	CAPACIDAD DE RESPUESTA	EMPATÍA	INTANGIBILIDAD
DEFICIENTE	0	0	0	0	0
REGULAR	15.9	14.6	30.5	15.9	9.8
BUENA	65.9	58.5	51.2	52.4	63.4
EFICIENTE	18.3	26.8	18.3	31.7	26.8
TOTAL	100	100	100	100	100

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta dirigido a los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas -2020*

**Figura 6**

*Nivel comparativo de la variable calidad de servicio*



**Nota:** Datos obtenidos de la tabla 06

En la tabla 7 y figura 6, al comparar las cinco dimensiones se constata que la calidad de servicios de la empresa de transportes es buena, pero a pesar de esto hay dimensiones que requieren ser atendidos por los propietarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba es la capacidad de respuesta al tener el 30.5% nivel de aceptación regular por parte de los usuarios, seguido de las dimensiones fiabilidad y empatía que alcanzaron el 15.9% nivel regular, muy de cerca está la dimensión seguridad con el 14.6% y la que menor requiere atención en la calidad de servicio es la dimensión intangibilidad al alcanzar un 9.8% nivel regular de aceptación.

#### IV. DISCUSIÓN

Al identificar el nivel de fiabilidad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Se constató que los usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas - 2020 tienen una percepción buena y regular de la calidad de servicio que brinda dicha empresa en la dimensión fiabilidad al manifestar el 65.9% que perciben una calidad de servicio buena, el 18.3% refieren que es eficiente y el 15.9% mencionan que el servicio es regular. De lo que se deduce que los propietarios están realizando los esfuerzos necesarios para satisfacer a los usuarios, teniendo desafíos que cumplir para revertir la cantidad de usuarios insatisfechos que perciben como regular el servicio y alcanzar la eficiencia del mismos.

La literatura que da soporte a dicha dimensión se relaciona con el aporte de Díaz y Sánchez(2017) menciona que para que los usuarios consideren a una empresa fiable tiene que enmarcar su servicio en los parámetros de calidad, mencionando que los elementos tangibles de la empatía hacen que genere confianza en los usuarios, seguido de la capacidad de respuesta, como lo demuestra en su estudio sobre satisfacción del cliente y calidad de servicio que brinda la empresa de transportes Ángel Divino SAC. Chiclayo.

Al identificar el nivel de seguridad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020, se constató, que el 58.5% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión seguridad, el 26.8% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 14.6% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. De lo indicado se deduce que la empresa antes indicada requiere de mayor atención para mejorar la seguridad y que se tiene que trabajar al respecto.

De lo analizado se deduce que se tiene que mejorar la dimensión seguridad, al respecto se asume el aporte teórico de Modesto (2017). Quien hace referencia que para alcanzar una alta calidad del servicio de transporte se tiene que mejorar como prioridad la dimensión de seguridad seguido de la atención, el trato y la amabilidad, porque las políticas de planeamiento estratégico les corresponden a los directivos y son ellos los llamados mantener un ambiente adecuado para crear sinergias de cambio en las actividades empresariales.

Al identificar el nivel de capacidad de respuesta buena y regular de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Se constata que el 51.2% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión capacidad de respuesta, el 18.3% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 30.5% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular. Los datos nos indican que la empresa en mención se está posicionando progresivamente en percepción de los usuarios, la mayoría tiene una percepción buena y regular, lo que implica asumir mayores desafíos a los propietarios de dicha empresa.

La literatura que da soporte a dicha dimensión es la de Valdez, Saca, Guevara y Aybar (2018). Quienes nos manifiestan que todas las dimensiones de forma independiente influyen de manera positiva en la calidad total percibida por el usuario, pero la capacidad de respuesta es fundamental ante la percepción del usuario. Para mejorar la calidad de servicio y/o producto que se ofrece a los clientes o usuarios se tiene que trabajar simultáneamente las cinco dimensiones propuestas por el modelo teniendo en cuenta la secuencialidad y orden de las dimensiones

Al identificar el nivel de empatía buena y eficiente de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Se constató que el 52.4% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión empatía, el 31.7% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 15.9% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular.

La literatura que da soporte a esta dimensión es tomada de Trigos (2016). Quien considera que el aspecto ético de las personas ayuda en las prácticas integradas de gestión de recursos humanos, y este es capaz de mejorar el desempeño de los administradores y los trabajadores porque se sienten más identificados con la empresa y se constituyen en los elementos claves para alcanzar la calidad del servicio que se oferta y los usuarios o clientes lo reconocen como tal.

Al identificar el nivel de intangibilidad de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020. Se constató que el 63.4% manifiestan recibir una buena calidad de servicio en la dimensión intangibilidad, el 26.8% refieren recibir una eficiente calidad de servicio y el 9.8% consideran que el servicio que brinda la empresa es regular.

La literatura que da soporte a esta dimensión es tomada de Morocho y Plaza (2016) quien sostiene la rentabilidad de la empresa de transporte tiene una relación directa con la calidad de servicio que se brinda y que en la actualidad cuenta con un soporte de incremento a pesar del pago que se realiza en gastos directos y pago a choferes, es por ello que en la actualidad los propietarios y socios se proyectan una nueva inversión teniendo en cuenta los criterios de calidad y las dimensiones trabajadas.

Con respecto al objetivo general determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L., Utcubamba, Amazonas - 2020. Se constató que la calidad de servicio que tiene la empresa es buena pero hay dimensiones que requieren mayor atención por los propietarios de la empresa de transporte Turismo San Pedro Jamalca, S.R.L. Utcubamba es la capacidad de respuesta al tener el 30.5% nivel de aceptación regular por parte de los usuarios, seguido de las dimensiones fiabilidad y empatía que alcanzaron el 15.9% nivel regular, muy de cerca está la dimensión seguridad con el 14.6% y la que menor requiere atención en la calidad de servicio es la dimensión intangibilidad al alcanzar un 9.8% nivel regular de aceptación.

La literatura que da soporte a la variable calidad de servicio son la Teoría de la planificación para la Calidad. Según Joseph Juran (citado por Meza, 2014, p.39), para el autor, el cliente es la persona que siempre tiene la razón en una transacción de compra y venta es por ello que los propietarios de las empresas deben tener en consideración la opinión de los clientes, porque son ellos los que nos indican sobre la calidad del servicio o producto que se ofrece- Es en este contexto que se tienen que tener en cuenta los pasos a dar desde el planeamiento, traduciendo el lenguaje que nos indican la necesidad de cambio según las características y atributos ofertados.

## V. CONCLUSIONES

La calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 es buena en la dimensión fiabilidad porque el 65.9% refiere que son puntuales, amables, atienden bien y orientan oportunamente a sus usuarios.

La calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 es buena en la dimensión seguridad, el 58.5% manifiestan que la empresa muestra credibilidad, confiabilidad, honestidad e integridad en el servicio.

La calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 es buena en la dimensión capacidad de respuesta el 51.2% manifiestan que demuestran un servicio rápido, cumplimiento a tiempo, accesibilidad y factibilidad en el servicio.

La calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 es buena en la dimensión empatía, el 52.4% manifiestan brindan una atención personalizada, capacidad de escucha, actitud de respeto y compromiso al cliente.

La calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020 es buena en la dimensión intangibilidad, el 63.4% manifiestan que cuentan con sala de espera, espacios de atención, carteles publicitarios y espacios de ubicación de las movilidades.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A los socios propietarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020, tener en consideración los resultados alcanzados en la presente investigación y poner en práctica las sugerencias alcanzadas según los resultados obtenidos.

A las autoridades de transporte de la Municipalidad distrital de Jamalca, socializar la información obtenida en la presente investigación para poner en marcha un programa de mejora de la calidad de servicio de transporte a nivel distrital.

A la Dirección Regional de Transportes de Amazonas, tomar en consideración el aporte de la investigación para implementar cambios en el transporte a la zona rural basado en la experiencia de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. Utcubamba, Amazonas -2020.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzamora y Gonzales, J. (2017). *Diagnóstico de la gestión de transporte de colaboradores de servicio de una empresa de energía y automatización mediante la adaptación del modelo de calidad EFQM*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Lima. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9792/ALZAMORA\\_GONZALES\\_DIAGNOSTICO\\_DE\\_LA\\_GESTION\\_DEL\\_TRANSPORTE\\_DE\\_COLABORADORES\\_DE\\_SERVICIO\\_EN\\_UNA\\_EMPRESA\\_DE\\_ENERGIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9792/ALZAMORA_GONZALES_DIAGNOSTICO_DE_LA_GESTION_DEL_TRANSPORTE_DE_COLABORADORES_DE_SERVICIO_EN_UNA_EMPRESA_DE_ENERGIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Áreas, Villasis y Miranda. (2016). *La población de estudio y el protocolo de investigación*. Lima, Perú. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Arellanos, A. (2018). *El transporte público en el área Metropolitana de Guadalajara: Agenda, proyectos y gatopardismo*. 20. <file:///C:/Users/Mera/Downloads/DialnetElTransportePublicoEnElAreaMetropolitanaDeGuadalaj-6941561.pdf>
- Carranza, H. (2017). *Diagnóstico, análisis y propuesta sobre el transporte público del área metropolitana de Monterrey*. Tesis, Universidad Politécnica de Cataluña, México, Monterrey. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/111731/CARRANCA\\_TESIS\\_MASTER.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/111731/CARRANCA_TESIS_MASTER.pdf)
- Castro, F. (2015). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Lima, Perú.
- Chan, E. (2015). *Diseño de investigaciones descriptivas*. Lima, Perú. <https://explorable.com/es/disenos-de-investigacion>
- Defensoría del Pueblo. (2015). *El transporte urbano en Lima metropolitana: Un desafío en defensa de la vida*. Lima, Perú. Obtenido de [https://content/uploads/2018/05/informe\\_137.pdf](https://content/uploads/2018/05/informe_137.pdf)

- Díaz y Sánchez, O. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino SAC. Chiclayo*. Tesis, Universidad César Vallejo, Lambayeque, Chiclayo.  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4226/Diaz%20Vasquez%20-%20Sanchez%20Bustamante%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinosa, E. (2016). *La planeación en los sistemas de transporte público como base de la movilidad urbana: Caso de estudio de la municipalidad de Zinacantepec, estado de México*. Tesis, Universidad Autónoma del Estado de México, México, Zinacantepec.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/55533029.pdf>
- Espinoza, F. (2018). *La hipótesis en la investigación*. Lima, Perú.  
[https://www.researchgate.net/publication/322701262\\_La\\_hipotesis\\_en\\_la\\_investigacion](https://www.researchgate.net/publication/322701262_La_hipotesis_en_la_investigacion)
- Gamarra y Delgado, J. (2016). *Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco*. Tesis, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Cusco.  
<http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/98/253T20160004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, J. (2016). *La técnica de recolección de datos y análisis de los mismos*. Lima, Perú. <https://es.slideshare.net/JuanSebastianGarciaM/las-technicas-de-recoleccion-de-datos>
- Gaytán, K. (2019). *Calidad del servicio de transporte urbano basado en percepciones de los usuarios, Trujillo*. Tesis, Universidad César Vallejo, La Libertad, Trujillo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32729/Gaytan\\_rk.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32729/Gaytan_rk.pdf?sequence=1)
- Heredia, J. (2015). *Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrado variables latentes*. Tesis, Universidad Nacional de Colombia, Colombia, Medellín.  
<http://bdigital.unal.edu.co/50005/1/1128278231.2015.pdf>

- Hernández, Fernández y Baptista. (2016). *Metodología de la investigación*. México, México.
- Hurtado, J. (2012). *Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia*. Bogotá, Colombia.  
<https://dariososafoula.files.wordpress.com/2017/01/hurtado-de-barrera-metodologicc81a-de-la-investigaciocc81n-guicc81a-para-la-compensiocc81n-holicc81stica-de-la-ciencia.pdf>.
- Martínez, J. (2014). *Cinco dimensiones de la calidad de servicio*. Lima, Lima.
- Meza, B. (2014). *Programa de mejoramiento continuo de la calidad de servicio del transporte de carga ASRÁN, C.A Municipio Valencia, Estado de Carabobo*. Tesis, Universidad de Carabobo, Venezuela, Carabobo.  
<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1008/M.Blanc a.pdf?sequence=1>
- Ministerio de Producción. (2015). *Estudio de diagnóstico de crecimiento de la región Amazonas*. Lima, Perú.  
[http://demi.produce.gob.pe/Content/files/EstRegionales/InformeFinal\\_Amazonas\\_PxP.pdf](http://demi.produce.gob.pe/Content/files/EstRegionales/InformeFinal_Amazonas_PxP.pdf)
- 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*. Tesis, Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote, Huánuco, Huánuco.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4154/CALIDAD%20DE%20SERVICIO\\_MODESTO\\_%20ANDRES\\_DISNELA\\_%20YANELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4154/CALIDAD%20DE%20SERVICIO_MODESTO_%20ANDRES_DISNELA_%20YANELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Morán, G. (2016). *Análisis de la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador, Esmeraldas.  
[https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLA\\_FUERTE%20%20GABRIEL.pdf](https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLA_FUERTE%20%20GABRIEL.pdf)

- Morocho y Plaza, M. (2016). *Influencia de la calidad del servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica servqual. Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda.* Tesis, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, Guayaquil.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6804/1/T-UCSG-ECO-ADM-325.pdf>
- Otzen y Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población de estudio.* Lima, Perú.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Reyes, M. (2017). *Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transportes EMTRUBAPI SAC.* Tesis, Universidad Nacional de Piura, Piura, Piura.  
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1084/ADM-REY-PAL-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silva y Torres, C. (2017). *Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de Cuenca.* Tesis, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador, Cuenca.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14263/1/UPS-CT007011.pdf>
- Supo, J. (2016). *Metodología del trabajo de investigación.* Arequipa, Perú.
- Trigoso, J. (2016). *Manual de procedimiento de selección de personal para mejorar la calidad de servicio en la empresa de transporte Móvil Tours de la ciudad de Chachapoyas Región Amazonas.* Tesis, Universidad César Vallejo, Amazonas, Chachapoyas.  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20819/Trigoso\\_PJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20819/Trigoso_PJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Valdez, Saca, Guevara y Aybar, J. (2018). *Calidad en el servicio al cliente en el transporte público urbano en la provincia del Cusco.* Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú, Cusco, Cusco.

## ANEXOS

### Anexo 1: ENCUESTA

Estimado sr(a): A continuación, se presentará una serie de preguntas con la finalidad de conocer sobre la “**Calidad de Servicio que Brinda la Empresa de Transportes TurismoSan Pedro Jamalca SRL**”. Sus respuestas serán totalmente confidenciales y de carácter anónimo, por lo que se le pide responda con total sinceridad.

#### Datos Generales:

##### Edad:

- a. De 20 a 29 años
- b. De 30 a 39
- c. De 40 a 50
- d. De 50 a más

**Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Estado Civil:** Soltero ( ) Casado ( ) Viudo ( ) Divorciado ( ) Conviviente ( )

**Grado de Instrucción:** Sin Instrucción ( ) Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( )

**Lugar De Residencia:** \_\_\_\_\_

**Ocupación:** \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Lea detenidamente el enunciado de cada pregunta y marque con una (x) la respuesta que considere conveniente.

Dimensiones		Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
<b>Fiabilidad</b>					
1	Muestra puntualidad respecto al horario de salida, y también de llegada.				
2	Los conductores de las movilizaciones muestran atención amable al usuario.				
3	La atención que brindan los propietarios y conductores está acorde a las exigencias de los usuarios.				

4	Los propietarios y conductores orientan a los usuarios acerca de las medidas de seguridad para iniciar el viaje				
5	Muestra credibilidad a los usuarios; las acciones que realiza.				
6	Muestra confiabilidad en el servicio de conservación y cuidado de sus pertenencias y/o encomiendas.				
7	Los propietarios y conductores de la empresa priorizan la integridad física y moral de sus usuarios.				
8	Los propietarios y conductores de la empresa muestran honestidad con sus usuarios devolviendo lo olvidado en la unidad móvil y respetando la integridad del producto.				
9	Los propietarios y conductores de la empresa se preocupan por dar un servicio rápido a sus usuarios.				
10	El servicio que brinda la empresa, se realiza a tiempo según lo programado.				
11	El costo del servicio que brinda la empresa es accesible a todos los usuarios				
12	El servicio que brinda la empresa es factible porque está acorde con los beneficios establecidos				
13	La empresa brinda una atención personalizada respetando los derechos de las personas.				
14	Los propietarios y conductores muestran capacidad de escucha al reclamo o requerimiento del usuario.				
15	Los propietarios y conductores muestran actitudes de respeto a los usuarios.				

16	Los propietarios y conductores muestran compromiso con los usuarios durante todo el recorrido del viaje				
17	La empresa adecúa una sala de espera para la comodidad del usuario.				
18	La empresa define espacios de atención adecuada que dan privacidad al usuario.				
19	La empresa establece carteles publicitarios que facilitan la información del servicio brindado				
20	Las empresas establecen un espacio de ubicación de embarque y desembarque.				

**MUCHAS GRACIAS**

## Anexo 2: Ficha técnica.

### I. Nombre:

Encuesta

### II. Autor:

Tomás Alarcón Llamo

### III. Objetivo:

Determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca SRL. Utcubamba, Amazonas – 2020.

### IV. Usuarios:

82 usuarios de la empresa de transporte turismo San Pedro Jamalca S.R.L. que se movilizan diariamente en 15 movilidades, según consta en los registros de salida de los pasajeros.

### V. Modo de aplicación.

El presente instrumento está estructurado en base a 20 ítems, que responde a dos dimensiones: Dimensión fiabilidad, dimensión seguridad, dimensión capacidad de respuesta, dimensión empatía y dimensión de intangibilidad

### VI. Estructura:

	Ítem	Indicadores	Valoración			
			Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
Dimensión : Fiabilidad	1	Puntualidad				
	2	Amabilidad				
	3	Atención				
	4	Orientación				
Dimensión : Seguridad	5	Credibilidad				
	6	Confiabilidad				
	7	Integridad				
	8	Honestidad				
	9	Servicio rápido				

Dimensión: Capacidad de respuesta	10	Cumplimiento a tiempo				
	11	Accesibilidad				
	12	Factibilidad				
Dimensión: Empatía	13	Atención personalizada				
	14	Capacidad de escucha				
	15	Actitud de respeto				
	16	Compromiso con el cliente				
Dimensión: Intangibilidad	17	Sala de espera				
	18	Espacios de atención				
	19	Cartel publicitario				
	20	Espacio de ubicación de las movilidades				

## VII. Escala.

### Escala general:

Escal a	Puntaj e	Rango	Condición
<b>Nunca</b>	<b>(1)</b>	<b>(01 – 20)</b>	<b>Deficiente</b>
<b>Casi nunca</b>	<b>(2)</b>	<b>(21 – 40)</b>	<b>Regul ar</b>
<b>Casi siempre</b>	<b>(3)</b>	<b>(41 – 60)</b>	<b>Buena</b>
<b>Siempre</b>	<b>(4)</b>	<b>(61 – 80)</b>	<b>Eficiente</b>

**Escala parcial.** Dimensión fiabilidad, dimensión seguridad, dimensión capacidad de respuesta, dimensión empatía y dimensión intangibilidad.

<b>Escala</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Rango</b>	<b>Condición</b>
<b>Nunca</b>	<b>(1)</b>	<b>(01 – 04)</b>	<b>Deficiente</b>
<b>Casi nunca</b>	<b>(2)</b>	<b>(05 – 08)</b>	<b>Regular</b>
<b>Casi siempre</b>	<b>(3)</b>	<b>(09 – 12)</b>	<b>Buena</b>
<b>Siempre</b>	<b>(4)</b>	<b>(13 – 16)</b>	<b>Eficiente</b>

### **7.1. Validación:**

Por juicio de expertos y a través de software estadístico alfa de Cronbach alcanzandouna puntuación superior a 0.800, lo que lo ubica en una prueba de muy alta confiabilidad.

**Anexo 3:**

**Ficha de validación a juicio de expertos.**

**Experto 1**

**Título de la tesis:** Competencias empresariales y el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad de la Carrera Administración de Empresas, Sección - Utcubamba, Amazonas – 2020.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones y/o recomendaciones
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad de servicio	Fiabilidad	Puntualidad	1. Muestra puntualidad respecto al horario de salida, y también de llegada.	X		X		X		X		
		Amabilidad	2. Los conductores de las movildades muestran atención amable al usuario.	X		X		X		X		
		Atención	3. La atención que brindan los propietarios y conductores está acorde a las exigencias de los usuarios.	X		X		X		X		
		Orientación	4. Los propietarios y conductores orientan a los usuarios acerca de las	X		X		X		X		

			medidas de seguridad para iniciar el viaje									
	seguridad	Credibilidad	5. Muestra credibilidad a los usuarios; las acciones que realiza.	X		X		X		X		
		Confiabilidad	6. Muestra confiabilidad en el servicio de conservación y cuidado de sus pertenencias y/o encomiendas.	X		X		X		X		
		Integridad	7. Los propietarios y conductores de la empresa priorizan la integridad física y moral de sus usuarios.	X		X		X		X		
		Honestidad	8. Los propietarios y conductores de la empresa muestran honestidad con sus usuarios devolviendo lo olvidado en la unidad móvil y respetando la integridad del producto.	X		X		X		X		
	Capacidad de respuesta	Servicio rápido	9. Los propietarios y conductores de la empresa se preocupan por dar un servicio rápido a sus usuarios.	X		X		X		X		

		Cumplimiento a tiempo	10. El servicio que brinda la empresa, se realiza a tiempo según lo programado.	X		X		X		X		
		Accesibilidad	11. El costo del servicio que brinda la empresa es accesible a todos los usuarios	X		X		X		X		
		Factibilidad	12. El servicio que brinda la empresa es factible porque está acorde con los beneficios establecidos	X		X		X		X		
	Empatía	Atención personalizada	13. La empresa brinda una atención personalizada respetando los derechos de las personas.	X		X		X		X		
		Capacidad de escucha	14. Los propietarios y conductores muestran capacidad de escucha al reclamo o requerimiento del usuario.	X		X		X		X		
		Actitud de respeto	15. Los propietarios y conductores muestran actitudes de respeto a los usuarios.	X		X		X		X		

	Compromiso con el cliente	16. Los propietarios y conductores muestran compromiso con los usuarios durante todo el recorrido del viaje	X		X		X		X		
Intangibilidad	Sala de espera	17. La empresa adecúa una sala de espera para la comodidad del usuario.	X		X		X		X		
	Espacios de atención	18. La empresa define espacios de atención adecuada que dan privacidad al usuario.	X		X		X		X		
	Cartel publicitario	19. La empresa establece carteles publicitarios que facilitan la información del servicio brindado	X		X		X		X		
	Espacio de ubicación de las movilidades	20. Las empresas establecen un espacio de ubicación de embarque y desembarque.	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto (a) Dr. HENRY ARMANDO MERA ALARCÓN.



Firma del experto (a)

**Ficha de validación a juicio de expertos.  
Experto 2**

**Título de la tesis:** Competencias empresariales y el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad de la Carrera Administración de Empresas, Sección - Utcubamba, Amazonas – 2020.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones y/o recomendaciones
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad de servicio	fiabilidad	Puntualidad	1. Muestra puntualidad respecto al horario de salida, y también de llegada.	X		X		X		X		
		Amabilidad	2. Los conductores de las movi- lidades muestran atención amable al usuario.	X		X		X		X		
		Atención	3. La atención que brindan los propietarios y conductores está acorde a las exigencias de los usuarios.	X		X		X		X		
		Orientación	4. Los propietarios y conductores orientan a los usuarios acerca de las medidas de seguridad para iniciar el viaje	X		X		X		X		
	seguridad	Credibilidad	5. Muestra credibilidad a los usuarios; las acciones que realiza.	X		X		X		X		

		Confiabilidad	6. Muestra confiabilidad en el servicio de conservación y cuidado de sus pertenencias y/o encomiendas.	X		X		X		X		
		Integridad	7. Los propietarios y conductores de la empresa priorizan la integridad física y moral de sus usuarios.	X		X		X		X		
		Honestidad	8. Los propietarios y conductores de la empresa muestran honestidad con sus usuarios devolviendo lo olvidado en la unidad móvil y respetando la integridad del producto.	X		X		X		X		
	<i>Capacidad puesta</i>	Servicio rápido	9. Los propietarios y conductores de la empresa se preocupan por dar un servicio rápido a sus usuarios.	X		X		X		X		
		Cumplimiento a tiempo	10. El servicio que brinda la empresa, se realiza a tiempo según lo programado.	X		X		X		X		
		Accesibilidad	11. El costo del servicio que brinda la empresa es accesible a todos los usuarios	X		X		X		X		

	Factibilidad	12. El servicio que brinda la empresa es factible porque está acorde con los beneficios establecidos	X		X		X		X		
<i>Empatía</i>	Atención personalizada	13. La empresa brinda una atención personalizada respetando los derechos de las personas.	X		X		X		X		
	Capacidad de escucha	14. Los propietarios y conductores muestran capacidad de escucha al reclamo o requerimiento del usuario.	X		X		X		X		
	Actitud de respeto	15. Los propietarios y conductores muestran actitudes de respeto a los usuarios.	X		X		X		X		
	Compromiso con el cliente	16. Los propietarios y conductores muestran compromiso con los usuarios durante todo el recorrido del viaje	X		X		X		X		
<i>Intan gib</i>	Sala de espera	17. La empresa adecúa una sala de espera para la comodidad del usuario.	X		X		X		X		

	<i>ilidad</i>	Espacios de atención	18. La empresa define espacios de atención adecuada que dan privacidad al usuario.	X		X		X		X		
		Cartel publicitario	19. La empresa establece carteles publicitarios que facilitan la información del servicio brindado	X		X		X		X		
		Espacio de ubicación de las movilidades	20. Las empresas establecen un espacio de ubicación de embarque y desembarque.	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto: Mg. Jorge Bautista Nuñez

Firma del experto (a)

**Ficha de validación a juicio de expertos.**

**Experto 3**

**Título de la tesis:** Competencias empresariales y el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad de la Carrera Administración de Empresas, Sección - Utcubamba, Amazonas – 2020.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones y/o recomendaciones
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad de servicio	<i>Fiabilidad</i>	Puntualidad	1. Muestra puntualidad respecto al horario de salida, y también de llegada.	X		X		X		X		
		Amabilidad	2. Los conductores de las movilidades muestran atención amable al usuario.	X		X		X		X		
		Atención	3. La atención que brindan los propietarios y conductores está acorde a las exigencias de los usuarios.	X		X		X		X		
		Orientación	4. Los propietarios y conductores orientan a los usuarios acerca de las medidas de seguridad para iniciar el viaje	X		X		X		X		
	<i>Seguridad</i>	Credibilidad	5. Muestra credibilidad a los usuarios; las acciones que realiza.	X		X		X		X		

		Confiabilidad	6. Muestra confiabilidad en el servicio de conservación y cuidado de sus pertenencias y/o encomiendas.	X		X		X		X		
		Integridad	7. Los propietarios y conductores de la empresa priorizan la integridad física y moral de sus usuarios.	X		X		X		X		
		Honestidad	8. Los propietarios y conductores de la empresa muestran honestidad con sus usuarios devolviendo lo olvidado en la unidad móvil y respetando la integridad del producto.	X		X		X		X		
	<i>Capacidad de respuesta</i>	Servicio rápido	9. Los propietarios y conductores de la empresa se preocupan por dar un servicio rápido a sus usuarios.	X		X		X		X		
		Cumplimiento a tiempo	10. El servicio que brinda la empresa, se realiza a tiempo según lo programado.	X		X		X		X		
		Accesibilidad	11. El costo del servicio que brinda la empresa es accesible a todos los usuarios	X		X		X		X		

		Factibilidad	12. El servicio que brinda la empresa es factible porque está acorde con los beneficios establecidos	X		X		X		X		
	<i>Empatía</i>	Atención personalizada	13. La empresa brinda una atención personalizada respetando los derechos de las personas.	X		X		X		X		
		Capacidad de escucha	14. Los propietarios y conductores muestran capacidad de escucha al reclamo o requerimiento del usuario.	X		X		X		X		
		Actitud de respeto	15. Los propietarios y conductores muestran actitudes de respeto a los usuarios.	X		X		X		X		
		Compromiso con el cliente	16. Los propietarios y conductores muestran compromiso con los usuarios durante todo el recorrido del viaje	X		X		X		X		
	<i>Intangibilidad</i>	Sala de espera	17. La empresa adecúa una sala de espera para la comodidad del usuario.	X		X		X		X		

	Espacios de atención	18. La empresa define espacios de atención adecuada que dan privacidad al usuario.	X		X		X		X		
	Cartel publicitario	19. La empresa establece carteles publicitarios que facilitan la información del servicio brindado	X		X		X		X		
	Espacio de ubicación de las movilidades	20. Las empresas establecen un espacio de ubicación de embarque y desembarque.	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto (a) : Mg. Luis Alberto Navarro Díaz



Firma del experto (a)