

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS
DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO - 2015**

PRESENTADA POR:

MARIO ANIBAL LOPEZ MOLINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

TESIS
CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS
DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO - 2015

PRESENTADA POR:
MARIO ANIBAL LOPEZ MOLINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

Dr. ADOLFO DEL CONDOR Y CONDORI

PRIMER MIEMBRO

M. Sc. HERMENEGILDO CORTEZ SEGALEZ

SEGUNDO MIEMBRO

M. Sc. HUGO F. CONDORI MANZANO

DIRECTOR DE TESIS

Dr. DAVID MOSES CALISAYA ZEVALLOS

Fecha de sustentación: 13 de diciembre del 2016.

Área: Desarrollo de la actividad empresarial.
Tema: Gerencia y calidad de servicio.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho amor, cariño y respeto a mi mamá Guadalupe, por el apoyo constante y paciencia que me brindo cuando estubo a mi lado y sé que desde donde está siempre estará guiándome.

A mi papá Eduardo que es la persona que con su esfuerzo pudo brindarme una buena educación.

A mis hermanos Eduardo, William y Jorge que fueron una parte fundamental en mi crecimiento y fueron los que siempre me guiaron.

A mi esposa Patricia y a mis dos hijos Sofía y Gabriel que son los que siempre me dan fuerza para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios por haberme guiado y cuidado durante el tiempo de estudiante
- A la Escuela Profesional de Ciencias Contables, a los docentes quienes me brindaron sus enseñanzas, en el transcurso de mi formación profesional.
- A mi director DR. David M. CALIZAYA ZEVALLOS, por sus concejos revisión y orientación en la realización del presente trabajo.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	ii
Índice general.....	iii
Índice de cuadros.....	vi
Índice de gráficos.....	viii
Índice de anexos.....	ix
Índice de acrónimos.....	x
Resumen.....	xi
Introducción.....	xiii

CAPÍTULO I**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1.1. Definición del problema.....	3
1.2. Antecedentes de la investigación.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6

CAPÍTULO II**MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

2.1. Marco teórico.....	7
2.1.1. Capacidad gerencial.....	7
2.1.2. Calidad de servicio.....	11
2.2. Marco conceptual.....	20
2.3. Hipótesis de la investigación.....	23

2.3.1. Hipótesis general	23
2.3.2. Hipótesis específicas	24

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de investigación	25
3.1.1. Método inductivo	25
3.1.2. Método descriptivo	26
3.1.3. Método analítico.....	26
3.2. Nivel de investigación	27
3.3. Diseño de la investigación	27
3.4. Población y muestra	28
3.5. Técnicas para la recolección de datos	32
3.5.1. Observación.....	32
3.5.2. Encuestas	32
3.6. Técnicas para el procesamiento de la información	33
3.7. Caracterización del área de investigación	34

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Describir la capacidad gerencial en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015	39
4.2. Determinar el nivel de calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015	61
4.3. Proponer lineamientos para mejorar la calidad de servicio de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.....	65
4.3.1. Introducción	65
4.3.2. Objetivo de la propuesta	66
4.3.3. Estrategias para mejorar la calidad de servicio	66
4.4. Contrastación de hipótesis	70



4.4.1. Hipótesis específica 1	70
4.4.2. Hipótesis Específica 2	71
Conclusiones	72
Recomendaciones	74
Bibliografía	76
Webgrafia	78
Anexos.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Grado de instrucción de los gerentes de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	40
Cuadro 2. Dedicación de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.....	41
Cuadro 3. Experiencia de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.....	42
Cuadro 4. Conocimiento de los instrumentos de gestión de los gerentes de la empresa de transporte urbano 2015.....	43
Cuadro 5. Capacitación o charlas para la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.....	44
Cuadro 6. Charlas para el personal en las empresas de transporte urbano 2015.....	46
Cuadro 7. Comunicación con los socios sobre la situación del personal en las empresas de transporte urbano.....	47
Cuadro 8. Propiedad de las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.....	48
Cuadro 9. Situación laboral del personal de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.....	49
Cuadro 10. Políticas de mantenimiento y reparación en las empresas de transporte urbano 2015.....	50
Cuadro 11. Trato a los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	52
Cuadro 12. Actitud del personal para escuchar sugerencias y reclamos con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	53
Cuadro 13. Capacidad de respuesta del personal con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015. ...	54
Cuadro 14. Higiene en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	55
Cuadro 15. Comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	56
Cuadro 16. Seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	57
Cuadro 17. Honestidad en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.....	59

Cuadro 18.	Análisis de calidad de servicio.	60
Cuadro 19.	Rendimiento percibido de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.	62
Cuadro 20.	Expectativas en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.	63
Cuadro 21.	Satisfacción en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.	64
Cuadro 22.	Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Número de encuestados.	40
Gráfico 2. Dedicación de la gerencia en las empresas de transporte urbano.....	41
Gráfico 3. Experiencia de la gerencia.	42
Gráfico 4. Conocimiento de los instrumentos de gestión de los gerentes. ...	44
Gráfico 5. Capacitación para gerentes.	45
Gráfico 6. Charlas para personal.....	46
Gráfico 7. Comunicación con los socios.	47
Gráfico 8. Situación de las unidades.	48
Gráfico 9. Situación laboral del personal.	49
Gráfico 10. Políticas de mantenimiento y reparación.....	50
Gráfico 11. Trato a los usuarios.....	52
Gráfico 12. Actitud del personal para escuchar.	53
Gráfico 14. Higiene en las unidades móviles.....	55
Gráfico 15. Comodidad en las unidades móviles.....	56
Gráfico 16. Seguridad en las unidades móviles.....	58
Gráfico 17. Honestidad en las empresas.....	59
Gráfico 18. Análisis de la calidad de servicio.....	60
Gráfico 19. Rendimiento percibido de los usuarios.....	62
Gráfico 20. Expectativas en los usuarios.....	63
Gráfico 21. Satisfacción.....	65

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	80
Anexo 2. Encuesta dirigida a los gerentes de las empresas de transporte urbano.....	81
Anexo 3. Encuesta dirigida a los usuarios o pasajeros para conocer la calidad de servicio prestado por las empresas de transporte urbano.....	84
Anexo 4. Cuadro resumen de las encuestas dirigido a los gerentes de las empresas de transporte urbano.	88

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- MOF:** Manual de Organización y Funciones.
- PYMES:** Pequeñas y Medianas Empresas
- ROF:** Reglamento de Organización y funciones.

RESUMEN

El presente trabajo fue elaborado en la ciudad de Puno donde existen gran cantidad de empresas de transporte urbano de pasajeros las cuales se dedican a prestar servicios de transporte al público en general, estas tienen debilidades en cuanto la capacidad gerencial, calidad de servicio. Es por esta razón, que se llevó a cabo el presente trabajo de investigación titulado **“Capacidad gerencial y calidad de servicio en las empresas de transporte urbano en la ciudad de Puno - 2015”**, donde se realizó el estudio de la capacidad gerencial y calidad de servicio, para conocer su actual estado. Un 43% de los gerentes encuestados cuentan con estudios secundarios, 29% con estudio superior, 29% con estudio técnico, lo cual demuestra que probablemente los gerentes no recibieron cursos de administración y de calidad de servicio, a su vez cabe resaltar que aquellos que cuentan con estudios superiores no le dedican tiempo ni atención exclusiva a las necesidades requeridas por la empresa, La gerencia de las empresas de transporte urbano en su mayoría tiene una administración empírica por lo que no cuenta con conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial, la dedicación a este cargo no es exclusiva debido a otras ocupaciones y muchas veces se olvida la operatividad de la empresa. Para lo que se considera necesario programar charlas o talleres para los gerentes de las empresas de transporte urbano, puesto que muchos de ellos no conocen realmente la responsabilidad de su cargo dejando de lado la importancia de la calidad de servicio, donde un 41% de los usuarios encuestados considera que sus expectativas son cubiertas de manera regular, 38% considera que no cubre sus expectativas calificándola como mala, 11% afirma que sus expectativas no se cubren calificándola como pésima, 6% afirma que es buena, 4% afirma que

es excelente. El nivel de calidad de servicio en las empresas de transporte urbano de pasajeros es deficiente y el nivel de satisfacción del cliente es negativo con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, por tanto la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido. Por lo que se considera necesario programar charlas y talleres sobre la importancia de la calidad de servicio para el personal de la empresa, ya que estos están en contacto directo son los usuarios, mejorar la situación laboral del personal, implementar políticas de gestión (misión, visión, normas, derechos, sanciones), políticas de mantenimiento y estrategias de control. A su vez se debe revisar los aspectos de seguridad, limpieza e higiene, honestidad, trato, actitud de servicio, comodidad, comunicación, para mejorar la calidad de servicio. Para lo cual se considera necesario que la gerencia implemente políticas para mejorar la calidad de servicio y a su vez incrementar su rentabilidad de las empresas de transporte.

Palabras clave: Capacidad, servicio, gerencia, calidad, satisfacción al cliente.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO - 2015” tiene como finalidad analizar la capacidad gerencial y la calidad de servicio.

La problemática está representada por la mala organización y administración por parte de los representantes y socios de las empresas de transporte de servicio urbano, falta de capacidad para establecer metas y objetivos hacia donde se quiere llegar, falta de motivación, estímulo y trabajo en equipo del personal, los gerentes no cuentan con la experiencia necesaria para la dirección y control de la empresa, existiendo también un alto grado de desconocimiento acerca de la importancia de la calidad de servicio por parte de los conductores y cobradores, debido a la falta de capacitación y preparación, estos aspectos no permiten brindar un servicio adecuado a los usuarios, provocando la disminución de ingresos para la empresa, lo cual no permite aprovechar las oportunidades que puedan presentarse, y desarrollar estrategias que garanticen el éxito empresarial.

Para tal efecto, en él se plantea el siguiente problema: ¿Cómo incide la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?, para dar respuesta a esta interrogante se utilizó diversos métodos y técnicas.

Por lo que el primer objetivo es: Describir la capacidad gerencial en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015, el segundo objetivo: Determinar el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del

cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015. Para así luego conocer las debilidades de las empresas y poder proponer lineamientos para mejorar la calidad de servicio en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

La estructura del presente trabajo de investigación consta de cinco Capítulos: El primer capítulo el cual está referido al Planteamiento del problema, antecedentes y objetivos del trabajo de investigación, donde analizaremos la incidencia de la Capacidad Gerencial en la Calidad de servicio en las Empresas de Transporte Urbano.

En el segundo capítulo el cual está referido a las fuentes teóricas en las cuales se basó el estudio mediante el marco teórico y conceptual, formulando también las hipótesis, utilizados en el proceso del trabajo de investigación.

En el tercer capítulo hace mención de los métodos utilizados para la investigación, la población y muestra, objeto de estudio del presente trabajo.

En el cuarto capítulo se describe las características del ámbito geográfico donde se da a lugar la investigación, siendo en este caso la ciudad de Puno.

En el quinto capítulo se muestran los cuadros y gráficos elaborados en base a las encuestas realizadas a los gerentes y usuarios de las empresas de transporte, que nos sirven para conocer la capacidad gerencial y calidad de servicio prestada por las empresas de transporte, los cuales nos darán como resultado las conclusiones y recomendaciones respectivamente.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años, la calidad de servicio se ha convertido en un tema del día a día en toda empresa y con mayor intensidad, si esta se dedica a prestar servicios.

De acuerdo con estudios previos, uno de los factores externos que influyen en el éxito o fracaso de una empresa de transporte es su desempeño gerencial. Dado que existen problemas de sucesión y adaptación que impiden a las empresas perdurar en el tiempo, se hace necesaria una investigación sobre las capacidades gerenciales que influyen en el manejo de la empresa de transporte urbano en la ciudad de Puno, de manera que puedan aumentar sus probabilidades de supervivencia y continuidad.

En este contexto, el presente estudio contribuye a comprender la influencia de las capacidades gerenciales en el desempeño de las

empresas de transporte urbano. La ciudad de Puno cuenta con una numerosa población, dedicada a múltiples actividades socio económicas, dándose de esa manera la creación de diversas empresas prestadoras de servicios siendo una de ellas las empresas de transporte urbano de pasajeros.

La problemática está representada por la mala organización y administración por parte de los representantes y socios de las empresas de transporte de servicio urbano, falta de capacidad para establecer metas y objetivos hacia donde se quiere llegar, falta de motivación, estímulo y trabajo en equipo del personal, los gerentes no cuentan con la experiencia necesaria para la dirección y control de la empresa.

Dentro de las empresas de transporte urbano existe también un alto grado de desconocimiento acerca de la importancia de la calidad de servicio por parte de los conductores y cobradores, debido a la falta de capacitación y preparación.

Los aspectos señalados con anterioridad no permiten brindar un servicio adecuado a los usuarios, provocando la disminución de ingresos para la empresa, lo cual no permite aprovechar las oportunidades que puedan presentarse, y desarrollar estrategias que garanticen el éxito empresarial.

Por lo tanto se considera necesario desarrollar el presente trabajo, centralizado en la capacidad gerencial y calidad de servicio de las empresas de transporte para concientizar a la gerencia sobre la importancia de la calidad de servicio, conocer la situación económica

real y poder establecer retos y estrategias con responsabilidad social, para lograr la satisfacción de las necesidades y cubrir las expectativas de los usuarios.

1.1.1. Definición del problema

¿Cómo incide la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?

Esta interrogante general puede a su vez desagregarse en las siguientes interrogantes

- ¿Cómo es la capacidad gerencial en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?
- ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?
- ¿Cómo mejorar la calidad de servicio en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En los antecedentes se describen los trabajos realizados que nos ayudarán y servirán de fundamento teórico, para poder consolidar el trabajo de investigación.

Cortez (2001), llega a las siguientes conclusiones:

- Entre las principales actividades que tienen los gerentes podemos concluir que solo se avocan a representar a la empresa y dirigir

las operaciones de estas por cuanto sus actividades son muy limitadas y esto se basa principalmente por la falta de conocimiento.

- Las actividades de representación de los gerentes se hacen rutinarias, es decir solo en el aspecto documentario, olvidándose de la parte operativa, por cuanto deducimos que esto se basa principalmente a la falta de perspectivas de desarrollo y conformismo principalmente. La mayoría de los gerentes está en su cargo por más de 3 años, como mucho de ellos no labora en otras instituciones (70%) siendo esta su única actividad: y los gerentes que laboran no trabajan en centros que tengan como función principal la administración y a su vez nunca ocuparon algún cargo de dirección y así quizá teniendo un poco de mayor conocimiento con respecto a la gerencia de la empresa.

Pérez (2001), llega a las siguientes conclusiones:

- Los estudios de gerencia ayudan a orientar a las pequeñas y microempresas, permitiendo lograr un clima organizacional adecuado además todos los elementos que la conforman, estén en armonía con los objetivos de las PYMES; por otro lado que estos alcancen en un mediano plazo ciertos índices de productividad en bien del sector productivo e industrial.
- En una de las conclusiones: “la gerencia en las Pymes tiene en su mayoría una administración empírica por lo que no cuenta con

conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial esto asociado al nivel de educación y capacitación alcanzados.

- Se propone: Los empresarios deben ser sistemáticamente capacitados en las áreas de gestión, ya que el logro de niveles de productivos está asociado al nivel de educación y capacitación alcanzadas.

Conza (2015), llega a las siguientes conclusiones:

- La presencia de personal no capacitado, genera un bajo nivel de calidad en el servicio de transporte en la empresa SAMENI, siendo ésta demostrada, mediante el análisis de sus componentes tales como: grado de instrucción, capacitación, conocimiento de calidad de servicio. De este análisis realizado al personal un 29% conoce el tema de calidad de servicio, resultando un 71% carente de conocimientos, por lo que existe falta de capacitación al personal.

Salomón (2010), llega a las siguientes conclusiones:

- En el presente estudio se concluye que las capacidades gerenciales sí influyen sobre el desempeño de la empresa familiar. Las empresas familiares viven una situación ambigua: experimentan la necesidad de dar prioridad a la negociación de intereses, de separar estamentos (empresa y familia), de terminar con derechos de familia, de profesionalizar, entre otros (vínculos impersonales); pero, al mismo tiempo, persisten “el valor

personal” (antes que el derecho) y la jerarquía (antes que la igualdad), fundados en el trato personalizado y familiar (vínculo de familiaridad).

- Las capacidades gerenciales de las empresas familiares peruanas en estudio sí influyen en el desempeño, ya que las capacidades gerenciales dan una solución (exitosa o no) al dilema existente entre los vínculos impersonales exigidos para el manejo eficiente de la empresa y los vínculos de familiaridad que se dan en la empresa familiar.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Analizar la incidencia de la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir la capacidad gerencial en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015.
- Determinar el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.
- Proponer lineamientos para mejorar la calidad de servicio en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Capacidad gerencial

“Capacidad gerencial es la habilidad para utilizar en forma efectiva el saber, los conocimientos, técnica y los atributos mentales propios, o se dice que es la destreza, la precisión, la iniciativa e ingenio del gerente o los gerentes directivos, con el fin de alcanzar el objetivo propuesto y los objetivos que se ha plasmado la organización”.

“Capacidad Gerencial es la capacidad para dirigir personas logrando buenos resultados, creando estabilidad organizativa y cambio y mejora”.
(Cardona, 2006)

“Capacidades gerenciales: consisten en los conocimientos, habilidades o actitudes que de manera general y por el nivel de responsabilidad, deberán tener los servidores públicos de carrera para el desempeño de sus funciones”. (Secretaria de funcion publica, 2003)

Carencia de capacidad gerencial

“Normalmente lo que suele ocurrir es que el empresario de la pequeña y mediana empresa está tan concentrado en el día a día, en situarse en el medio de la rueda operativa de su negocio que pierde la perspectiva sobre lo que realmente está ocurriendo con su empresa, con el mercado que atiende su empresa y fundamentalmente con todas las fuerzas del contexto que lo están afectando. Un gran economista argentino, el Doctor Juan Carlos De Pablo, dijo alguna vez que "en nuestro país el producto bruto interno no crece porque los empresarios están tan ocupados que no tienen tiempo para trabajar". Considero que esas palabras son la mejor descripción de lo que le sucede al empresario pyme en este momento de la evolución de su empresa. Está tan ocupado "haciendo" que por eso mismo, pierde la capacidad de "ver" lo que debe hacer y por qué.

Pierde la perspectiva de poder "leer" en qué aspectos de su negocio se genera el valor para el cliente y la capacidad de acompañar los cambios en sus necesidades. Hoy en día, los clientes exigen de sus proveedores una ecuación de costo/beneficio que no se la reemplaza por la "cantidad de años que hacen negocios juntos". La lealtad es hacia su propio cliente y no hacia sus proveedores de siempre (cuando éstos últimos no se adecuan a los estándares de precio y calidad del mercado).

Como consecuencia de esa actitud, el máximo líder de la organización, se convierte en un integrante más del grupo operativo, comienza a producirse una serie de problemas fruto de la falta de decisión sobre el

modelo que la empresa debería adoptar para mantener su posición y su salud económico financiera y competitiva recuperando así, la capacidad de dar respuesta a las actuales demandas del mercado. (Valencia, 2005)

2.1.1.1. Gerencia

“La gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos”. (Freeman, 1995, pág. 64)

“En una empresa siempre se da la necesidad de una buena gerencia y para ello se nos hace necesario la formulación de dos tipos de preguntas claves tales como ¿por qué y cuándo la gerencia es necesaria?

La respuesta a esta pregunta define, en parte, un aspecto de la naturaleza de la gerencia: La gerencia es responsable del éxito o el fracaso de un negocio. La afirmación de que la gerencia es responsable del éxito o el fracaso de un negocio nos dice por qué necesitamos una gerencia, pero no nos indica cuándo ella es requerida.

La base fundamental de un buen gerente es la medida de la eficiencia y la eficacia que éste tenga para lograr las metas de la organización. Es la capacidad que tiene de reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización (hacer las cosas bien) y la capacidad para determinar los objetivos apropiados (hacer lo que se debe hacer).

El gerente para poder lograr sus objetivos debe saber cómo usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de sus seguidores, en distintas formas, sin olvidar que es lo que se quiere lograr y hacia dónde va.

Entonces gerenciar y liderizar son elementos que se deben combinar para el logro de su fin común, que permiten el aprendizaje de diferentes técnicas que permitan a la persona tener su desarrollo personal indispensable para que todos entiendan formas de cooperación con eficacia y eficiencia para obtener el léxico común. (Drucker, 1979)

2.1.1.2. Objetivos de la gerencia

“Nombrando algunos de los objetivos de la gerencia tenemos los siguientes:

1. Posición en el mercado
2. Innovación
3. Productividad
4. Recursos físicos y financieros
5. Rentabilidad (rendimientos de beneficios)
6. Actuación y desarrollo gerencial
7. Actuación y actitud del trabajador
8. Responsabilidad social (Senlle, 1992)

2.1.2. Calidad de servicio

“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”. (Neyra, 2002)

“El servicio de calidad es una poderosa arma competitiva que apenas estamos empezando a descubrir, quienes viajan al extranjero se sorprenden con la rapidez y calidad de la atención, y cuando regresan comprueban que somos “buena gente” pero lentos y poco eficaces. El servicio de calidad depende sobremanera de capacitar y motivar al personal para mejorar el trato al público reiteremos que no basta ser amable, también hay que darle al cliente lo que espera en información, calidad del producto, puntualidad, etc.”. (Montesinos, 2004)

“En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

La calidad no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde

el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico están comprometidos con los objetivos empresariales. (Cardona, 2006)

“De manera somera calidad significa “calidad del producto o servicio”. Mas específico, calidad de trabajo calidad del servicio, calidad en la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad en la compañía, calidad de objetivos, etc. ”calidad es hacer las cosas bien y a la primera”, cumpliendo satisfactoriamente las características y expectativas del cliente acerca del producto o servicio que va a recibir.

Una definición más explícita sería: La calidad es la resultante de las características del producto y/o servicio en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento por medio de las cuales el producto o servicio en uso satisficará las expectativas del cliente.”

“La capacidad de satisfacer al cliente da como resultado la calidad en el servicio. Definir la calidad es diseñar un producto o servicio con el cual complazca al cliente. Este producto o servicio debe estar bien hecho y comportarse de la mejor manera aún después de ser adquirido.

Cada cliente tiene requisitos específicos, deseos y expectativas, el saciar cada uno de estos puntos nos puede dar su preferencia. Ofrecer un trabajo de calidad da a la empresa un progreso continuo, la falta de ella la conduce al fracaso”. (Valencia, 2005)

“En resumen, podemos decir que calidad es: Cumplir con los requerimientos del cliente con un mínimo de errores y defectos”

“Para definir los parámetros de calidad de servicio es necesario conocer cuáles son los componentes del sistema de transporte público urbano, el subsistema de transporte público urbano comprende lo relativo a la prestación del servicio, el cual engloba la infraestructura (vías), los equipos complementarios (vehículos), las organizaciones operadoras, las autoridades de tutela, los usuarios, las relaciones entre ellos y el marco legal, entre otros”.

“Su funcionamiento se realiza de la siguiente manera: los ciudadanos necesitan movilizarse para desplazarse a sus sitios de trabajo, educación, recreación, comercio, entre otros; para ello necesitan transportarse a través de unos medios los cuales pueden ser: caminando, vehículos de tracción humana, como por ejemplo las bicicletas, vehículos a motor, como motocicletas, vehículos particulares, vehículos colectivos como minibuses, autobuses, hasta vehículos de transporte masivo como metros, troles, etc. También necesitan la infraestructura vial que es a través de esta que circulan estos vehículos, para los usuarios del transporte público, se debe contar además con una de apoyo a la operación como lo son paradas, terminales. Todos estos elementos del sistema deben organizarse para prestar de la mejor manera el servicio, esta responsabilidad la asume el Municipio.

Típicamente, los requerimientos de los usuarios del transporte público son: salir de su casa, caminar lo menos posible hasta el lugar donde pasa el transporte, esperar lo menos posible en la parada para tomar el transporte, trasladarse en el menor tiempo en vehículos seguros y confortables hasta su lugar destino.

De esta manera, ofrecer calidad de servicio es hacer que cada componente de este sistema de transporte público urbano brinde seguridad física, seguridad de la prestación del servicio, comodidad, tarifas acorde con la calidad recibida, entre otros. Es decir, el buen funcionamiento de la operación del transporte contribuye a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, sin embargo, en esta investigación se considera fundamental la participación de los usuarios en el proceso de planificación y prestación del servicio de transporte en el Municipio, ya que son éstos los que reciben finalmente el servicio requerido. (Martinez, 2014)

2.1.2.1. Las 5 dimensiones de la calidad

“A continuación se relacionan las 5 dimensiones de la calidad, que recogen todos aquellos aspectos que inciden directamente sobre la percepción del cliente cuando interactúa con la empresa. Estos momentos de interacción se conocen como “Los momentos de la verdad”, denominados así porque es en esos momentos de contacto empresa - cliente, donde el servicio prestado es evaluado por el cliente y donde ya no hay vuelta atrás, en tanto en cuanto todos los recursos con los que la empresa cuenta para prestar un servicio de calidad deben ser realizados antes de dicho momento.

1. Tangibles: La apariencia de las instalaciones físicas, del equipo, del personal, y material de comunicación.
2. Confiabilidad: Capacidad de ejecutar el servicio prometido de manera confiable y exacta.

3. Nivel de Respuesta: Deseos de ayudar a los clientes y proporcionar servicio rápido.
4. Seguridad: Conocimiento y cortesía por parte de los empleados, y su capacidad para inspirar confianza.
5. Empatía: Atención individualizada y cuidadosa que la compañía proporciona a sus clientes. (Berry, 1993)

2.1.2.2. Principios en los que descansa la calidad del servicio

- “El cliente es el único juez de la calidad del servicio.
- El cliente es quien determina el nivel de excelencia del servicio y siempre quiere más.
- La empresa debe formular promesas que le permitan alcanzar los objetivos, ganar dinero y distinguirse de sus competidores.
- La empresa debe "gestionar" la expectativa de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.
- Nada se opone a que las promesas se transformen en normas de calidad.
- Para eliminar los errores se debe imponer una disciplina férrea y un constante esfuerzo. (Focus Calidad de Servicio, 2014)

2.1.2.3. Principios en los que están basados en normas de gestión de la calidad

“Los siguientes principios están basados en normas de gestión de la calidad, fundamentales para liderar y operar una organización que aspira a mejorar continuamente su desempeño en el largo plazo, enfocándose en sus clientes y atendiendo las necesidades de todas las otras partes interesadas.

Principio 1: Organización focalizada en el usuario de transporte, cliente

Las transportadoras dependen de sus clientes y, por consiguiente, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con sus demandas y esforzarse para exceder sus expectativas.

Principio 2: Liderazgo

Los líderes establecen unidad de propósito y dirección en una empresa. Ellos deben crear y mantener el clima interno, en el cual las personas puedan sentirse totalmente involucradas con el logro de los objetivos organizacionales.

Principio 3: Involucramiento del personal

El recurso humano, en todos sus niveles, es la esencia de la organización y su total involucramiento posibilita el uso de sus habilidades en beneficio de esta.

Principio 4: Gestión por procesos

El resultado deseado se puede alcanzar con mayor eficiencia, gestionando los recursos y actividades relacionadas como un proceso.

Principio 5: Gestión por medio de sistemas

Identificar, comprender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un objetivo dado, incrementa la eficacia y la eficiencia de la organización transportadora.

Principio 6: Mejoramiento continuo

Debe ser un objetivo permanente en toda empresa.

Principio 7: Toma de decisiones basada en hechos

Las decisiones efectivas están basadas en el análisis de los datos de información.

Principio 8: Relaciones con los proveedores mutuamente beneficiosas

Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente provechosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor”.

2.1.2.4. Características de la calidad de servicio

Las características de la calidad de servicio son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos.

- Debe servir para lo que se diseñó.
- Debe ser adecuado para el uso.
- Debe solucionar las necesidades.
- Debe Proporcionar resultados”. (Peralta, 2000)

2.1.2.5. Servicio al cliente

“Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. (Neyra, 2002)

2.1.2.6. Aspectos sobre los cuales se basa el cliente para evaluar la calidad del servicio

- “Imagen
- Expectativas y percepciones acerca de la calidad
- La extensión o la prolongación de su satisfacción
- La manera como se presenta un servicio. (Neyra, 2002)

2.1.2.7. Expectativas del servicio

“En este contexto podríamos definir las expectativas de los clientes como los deseos de los mismos; es decir, lo que ellos piensan que debería suministrarles la oferta. Por tanto, dentro de una empresa que opera en un mercado industrial o en el área de las ventas de empresa a empresa, el concepto de expectativas podría modificarse para incluir la

idea de expectativas “negociadas”. En otras palabras, la calidad de un servicio se mide en función de hasta dónde los clientes perciben que la prestación satisface o supera el nivel de servicio pactado”. (Arellano, 2000)

2.1.2.8. Satisfacción de los usuarios

“El servicio de transporte urbano tiene como objetivo principal la movilización de los ciudadanos y en esa relación de prestación del servicio hay una interacción entre el operador del transporte y el usuario en el cual debe generarse un ambiente de cordialidad y respeto, el respeto en el trato que recibe, al cumplimiento del servicio, al cobro de una tarifa acorde con la calidad del servicio que se recibe.

¿De qué depende la satisfacción del pasajero?

Podemos suponer que un pasajero valorara satisfactoriamente un servicio si sus PERCEPCIONES se corresponden con sus expectativas. Dicho de otra manera, si el servicio que ha recibido es igual al servicio que quería recibir.

Para que produzca la coincidencia “PERCEPCIONES = EXPECTATIVAS”, deben de gestionarse los 3 factores que determinaran la satisfacción del pasajero.

- Los factores personales (necesidades, motivaciones, actitudes y experiencia previa)
- Los factores de la situación (aspectos del servicio que el cliente “ve” y factores que orientan las percepciones y/o expectativas)

- La calidad de servicio producida.

Por tanto la calidad producida es un componente más de la satisfacción, pero no es el único. Esto significa que:

- Debemos investigar las necesidades y expectativas de los clientes.
- Debemos gestionar la calidad producida
- Debemos actuar sobre los estímulos
- Debemos gestionar la información/comunicación”. (FUNDACIÓN CETMO, 2006)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

- **Beneficio:** Es la diferencia entre los ingresos obtenidos durante un determinado período de tiempo, generalmente el año, y los costes o gastos necesarios para obtener esos ingresos.
- **Calidad total:** es un sistema de gestión de calidad que abarca a todas las actividades y realizaciones de la empresa, poniendo especial énfasis en el cliente interno y en la mejora continua.
- **Clientes:** son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes.

- **Conductor:** Persona natural, titular de una licencia de conducir vigente, que de acuerdo a las normas establecidas, se encuentra habilitado para conducir un vehículo destinado al servicio de transporte terrestre de personas, mercancías o ambos.
- **Eficacia:** Es un concepto relativo a la capacidad de una organización para cumplir con su misión. Sin embargo, eficacia no implica eficiencia ya que una organización puede ser eficaz, pues cumple correctamente su misión, pero esto no implica que resulte eficiente, pues invierte grandes recursos en el logro de sus resultados económicos.
- **Estrategia de servicio:** Definición del valor que se desea para los clientes. El valor como el principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentará en el mercado.
- **Factores competitivos:** Son todos aquellos determinados por la competencia, los productos, el mercado, la calidad y el servicio, todos ellos en comparación de los competidores.
- **Imagen:** Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas.
- **Línea:** Es la identificación del servicio de transporte en una determinada ruta.

- **Organización:** Es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines.
- **Pasaje:** Importe total que se encuentra obligado a pagar el usuario o pasajero al transportista, según corresponda, como retribución por la prestación del servicio.
- **Pasajero:** Sujeto que realizará el viaje y será trasladado, pudiendo ser el que asume el valor del pasaje.
- **Relaciones humanas:** Teoría científica de la organización del trabajo en aspectos humanos que comprenden todas las formas de comportamiento y relaciones de los hombres dentro o fuera del trabajo, que busca la eficiencia desde el punto de vista técnico, económico y al mismo tiempo, la satisfacción de los individuos y grupos que comprende una empresa.
- **Servicio de Transporte Público:** Servicio de transporte terrestre de personas, mercancías ó mixto que es prestado por un transportista autorizado para dicho fin, a cambio de una contraprestación económica.
- **Ruta:** Es el recorrido autorizado a una empresa para prestar servicio de transporte a través de una línea determinada. Itinerario autorizado a una empresa que presta el servicio de transporte regular de personas. Está constituido por un origen, puntos o

localidades consecutivas ubicadas en el trayecto y un destino final.

- **Seguridad:** Conjunto de exigencias de carácter técnico que deberán cumplir los transportistas con el objeto de minimizar el riesgo de la ocurrencia de accidentes de tránsito u otros siniestros durante la prestación del servicio.
- **Tarifa:** Contraprestación que se paga al transportista como retribución por la prestación del servicio de transporte terrestre de personas. En el caso del transporte de personas esta tarifa está expresada en el boleto de viaje.
- **Transportista:** Persona natural o jurídica que presta servicio de transporte terrestre público de personas y/o mercancías de conformidad con la autorización correspondiente.
- **Usuario:** Es toda persona que se sirve de las unidades de transporte público en su condición de pasajero. (Dias, 1989)

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. Hipótesis general

La capacidad gerencial de los administradores es ineficiente, con repercusiones en la calidad del servicio en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

2.3.2. Hipótesis específicas

- La capacidad gerencial es ineficiente en la administración de las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.
- El nivel de la calidad de servicio que prestan las Empresas de transporte urbano es ineficaz por la inexistencia de la calidad en el servicio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del trabajo de investigación se tomó en cuenta los siguientes métodos.

3.1.1. Método inductivo

Este método se basa en la lógica para emitir su razonamiento, la inducción es una forma de raciocinio o argumentación, lo que conlleva a un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación.

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

Este método permitió percibir la situación actual de las empresas de transporte urbano en la gestión administrativa, por otro permitió conocer la percepción de los usuarios referido a la calidad de servicio.

3.1.2. Método descriptivo

Este método tiene como objetivo describir y analizar sistemáticamente “lo que existe” con respecto a las variaciones o las condiciones de una situación. Se describe lo observado por experiencia vivencial en una organización.

Este método se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación.

Este método se utilizó para estudiar la problemática que tienen en común las empresas de transporte urbano de pasajeros de la ciudad de Puno.

3.1.3. Método analítico

Este método consiste en la división de un todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, naturaleza y defectos; es hacer la separación de sus componentes y observar periódicamente cada una de ellos.

Nos viabiliza la observación de los recursos de las empresas de transporte, el análisis de la documentación existente y otros documentos

de interés con el fin de examinar su sistema de organización, recursos, para así lograr mejorar el servicio al cliente.

Este método se utilizó para interpretar coherentemente los resultados, que sirvieron para la contrastación de las hipótesis planteadas, haciendo y tomando cada parte de la información obtenida, con el fin de llegar a la conclusión general de las causas de la problemática de estas empresas. (Behar, 2008)

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El tipo de método de investigación del presente de trabajo es del nivel básico o descriptivo, cuyo propósito es delimitar los hechos que conforman el problema de investigación.

Cuando una investigación es sólo descriptiva (y luego no va a ser complementada con explicaciones o predicciones) recibe el nombre de monografía; ya que se limita a sólo una (la primera) de las tres funciones científicas (describir, explicar, predecir).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó la investigación no experimental de diseño descriptivo, ya que no existió manipulación intencional de la variable independiente y se realizó el análisis en un momento dado, teniendo como propósito describir las variables a analizar y su incidencia en el proceso.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo compuesta por las Empresas de transporte urbano de inscritas formalmente en la Dirección de Transportes de la Municipalidad Provincial de PUNO, puesto que se cuenta con un registro exacto de aquellos, las cuales son:

- 1 E.T. ANCCO HERMANOS SCRL.TDA
- 2 E.T. CRISTO MORADO S.A.
- 3 E.T. MASTER TRANS SR.LTDA.
- 4 E.T.U.P. EL BALSERITO SCR.LTDA
- 5 E.T. T. CLASSIC Y SERVICIOS MULTIPLES S.R.L.
- 6 E.T. FORTALEZA SCR LTDA
- 7 E.T NUEVO HORIZONTE SRL.
- 8 E.T. ROMA S.C.R.LTDA
- 9 E.T. LIBERTADOR S.R.L.
- 10 E.T. MARIA AUXILIADORA SCR.LTDA
- 11 E.T. LA JOYA DEL SUR S.A.C.
- 12 E.T. SANTA ROSA SCRL.TDA.
- 13 E.T. AROMA SCRL.TDA.
- 14 E.T. NUEVA ESPERANZA SCR LTDA

- 15 E.T.U.P. ESTRELLA DE SUR S.R.LTDA
- 16 E.T. SAN FRANCISCO DE ASIS SCR LTDA
- 17 E.T. VIRGEN DEL CARMEN SCR LTDA
- 18 E.T. VIRGEN DE URCUPIÑA E.I.R LTDA
- 19 E.T. 14 DE SETIEMBRE SCR.LTDA
- 20 E.T. LOS MAGNIFICOS DEL SUR SCR
- 21 E.T. AL PARAISO HERMANOS JULY SRL
- 22 E.T.S.U. 24 DE MAYO SCR LTDA
- 23 E.T. SAN JUDAS TADEO S.A.A.
- 24 E.T LLAVINI S.R.LTDA
- 25 E.T LUVA E.I.R.LTDA
- 26 E.T.U.P. REYES S.C.R. LTDA
- 27 E.T. SR DE LA JUSTICIA S.C.R. LTDA
- 28 E.T. SAN SANTIAGO S.A.
- 29 E.T. SANTA MARIA SCR.LTDA
- 30 E.T. Y SERV.MULT. CONSORCIO PRIMAVERA SRL
- 31 E.T. 2 DE FEBRERO SRL
- 32 E.T. APÓSTOL SANTIAGO S.R.LTDA
- 33 E.T. AMISTAD SAC

- 34 E.T. CONSORCIO GUERRA S.R.L.
- 35 E.T. ZAVALETA S.R.L.
- 36 E.T. NUEVA ALIANZA EXPRESS SAC
- 37 E.T. DANTE NAVA SCR LTDA
- 38 E.T. COPACABANA SUR SCRL
- 39 E.T. SAN CRISTOBAL DE BORJA S.R.L
- 40 E.T. SAN LUIS DE ALBA S.C.R.L
- 41 E.T. PRIMERO DE MAYO SCRL
- 42 E.T. 8 DE DICIEMBRE SCR.LTDA
- 43 E.T.VIRGEN DE LA CANDELARIA
- 44 E.T. CONSORCIO DE JALLIHUAYA S.C.R.L.
- 45 E.T. 8 DE SETIEMBRE
- 46 E.T RAYITOS DEL SOL

Para esta primera etapa de investigación se ha considerado el diseño muestral con la modalidad "al azar simple" cuya muestra serian **7** empresas las cuales son:

- E.T. CONSORCIO GUERRA SCR.L.
- E.T. SAN FRANCISCO DE ASIS SCR LTDA
- E.T. LA JOYA DEL SUR S.A.C

- E.T. ANCCO HNOS SRLTDA
- E.T. CRISTO MORADO S.A.C
- E.T. SAN JUDAS TADEO S.A.C
- E.T. NUEVA ALIANZA SCRL

Para el presente trabajo de investigación la población motivo de estudio estuvo constituida por los 4000 clientes que acudieron en promedio semanalmente a las distintas empresas de transporte urbano en el año 2015.

Para determinar la muestra se aplicara el método no probalístico accidental.

Formula:
$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Tamaño de la muestra a calcular	?
Z = Valor de la abscisa de la distribución normal para un 95% de confianza	1.96
E = Error muestral	0.05
p = Probabilidad de éxito	0.50
q = Probabilidad de fracaso	0.50
N = Población	4000

Reemplazando datos en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2(0.5) (0.5) (4000)}{0.05^2(3999) + 1.96^2(0.5) (0.5)}$$

n = 350 Usuarios o pasajeros

RESUMEN DE POBLACION Y MUESTRA

	POBLACION	MUESTRA
GERENTES DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE	46	7
USUARIOS O PASAJEROS DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE	4000	350
TOTAL	4046	357

3.5. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**3.5.1. Observación**

Se define como el uso sistémico de nuestros sentidos para buscar los datos que necesitamos para absolver el problema de investigación.

Para el desarrollo de la investigación fue necesaria la observación en forma directa e indirecta para percibir la situación actual de las empresas de Transporte urbano en la gestión administrativa y por otro lado se pudo conocer la percepción de los usuarios referido a las empresas de transporte urbano. El instrumento a utilizar es el cuaderno de apuntes.

3.5.2. Encuestas

Instrumento relacionado a la aplicación de un cuestionario lo cual consiste en un sistema de preguntas abiertas y cerradas de alternativas múltiples.

La encuesta se utilizó con el fin de conocer las opiniones de los usuarios con relación a las empresas de transporte Urbano de pasajeros de Puno.

Se llevó a cabo de manera escrita con la finalidad de dar respuesta a nuestras preguntas con el objetivo de confirmar o rechazar las hipótesis planteadas sobre la capacidad gerencial y calidad de servicio.

El instrumento a utilizar será la escala de tipo Likert, la cual es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación. Cuando respondemos a un elemento de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, lo hacemos especificando el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración.

Sus alternativas son:

- () Pésimo
- () Malo
- () Regular
- () Bueno
- () Excelente

3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio, y tiene como fin generar resultado (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos de hipótesis de la investigación realizada.

- Primero se recolectaron los datos a través de encuestas dirigidas a los gerentes y usuarios de las empresas de transporte.
- Estos datos se clasificaron y se ordenaron según correspondía.
- Una vez ordenados se presentaron en cuadros y gráficos respectivamente.
- Los cuadros y gráficos se analizan e interpretan a base de los resultados obtenidos.

3.7. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

En esta parte del trabajo de investigación se desarrolla las características del área de investigación, lo cual se divide en dos partes, en una primera se encuentra las características del departamento de Puno donde señaló aspectos generales relacionados a la ubicación, superficie, clima, población y actividad económica. Por otro lado señalamos algunas características de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

La Provincia de Puno, se encuentra ubicada geográficamente al Sur Oeste de la meseta del Collao, a una altitud de 3,827 m.s.n.m., La capital del departamento es la ciudad de Puno, a orillas del mítico Lago Titikaka, el lago navegable más alto del mundo. Es el centro de conjunción de dos grandes culturas: quechua y aymara; las que propiciaron un patrimonio incomparable de costumbres, ritos y creencias. Las principales ciudades son: Puno, Juliaca, Juli, Azángaro, Lampa y Ayaviri.

El trabajo ha estado orientado analizar el ámbito de desarrollo de la ciudad de Puno.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

DISTRITO : Puno

PROVINCIA : Puno

DEPARTAMENTO : Puno

El mismo que cuenta con las siguientes características:

- a) Superficie : 66,997,12 Km².
- b) Altitud : Entre los 3,812 y 5,500 m.s.n.m.
- c) N° de Provincias: un total de 13, como son:

Zona sur : Collao, Chucuito y Yunguyo

Zona Centro : Puno, San Román y Moho

Zona Norte : Lampa, Melgar, Azangaro, Carabaya, Huancané, San Antonio de Putina y Sandía.

- d) Actividad Económica, la economía puneña se sostiene en la agricultura de subsistencia, de baja productividad y en la ganadería extensiva de Llamas, Alpacas y Ovinos principalmente desarrolladas sobre alrededor de 2 millones y medio de hectáreas de pastos. La ciudad de Puno se caracteriza por ser un lugar altamente Turístico, considerado ene. Tercer lugar de los lugares

más visitados a nivel nacional con un 32%; lo cual implica una actividad económica alta en este sector.

La municipalidad Provincial de Puno se encuentra ubicado en el distrito de Puno, Provincia de Puno, Departamento de Puno, goza de autonomía económica, administrativa y política en lo que le compete como gobierno. Su finalidad es promover una prestación adecuada de servicios públicos locales, por ello tiene inscrito empresas de transporte como son: empresas de taxi, de carga, volquetes, mototaxis masivo, interurbano de pasajeros; dentro de ellos el transporte urbano de pasajeros.

Entre las empresas de transporte urbano de pasajeros, inscritos en la Gerencia de Transportes y Seguridad Vial de la Municipalidad Provincial de la Puno, se encuentran:

La Empresa de Transportes CONSORCIO GUERRA SCR.L., identificado con RUC N° 20406241123, dio inicio a sus actividades el 20 de Julio del 2001, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en el Jr. Libertad Nro. 1189 Barrió Huajsapata, cuenta con una flota de 14 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes SAN FRANCISCO DE ASIS SCR LTDA., identificado con RUC N° 20207360032, dio inicio a sus actividades el 18 de enero del 1994, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en el Jr. Javier heraud 147 Barrió Nueva Universidad, cuenta con una flota de 36 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes LA JOYA DEL SUR S.A.C., identificado con RUC N° 20447907772, dio inicio a sus actividades el 01 de Septiembre del 2008, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en la Av. Estudiante Lote. 7 (a Media Cdra. del Grifo Salcedo), cuenta con una flota de 15 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes de pasajeros ANCCO HNOS SRLTDA, identificado con RUC N° 20232842513, dio inicio a sus actividades el 15 de Mayo de 1995, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en el Pj. Colqueparque Nro. 194 Barrió Jose C.Mariategui, cuenta con una flota de 21 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes Multiservicio CRISTO MORADO S.A.C., identificado con RUC N° 20448890130, dio inicio a sus actividades el 24 de Febrero del 2014, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en el Jr. Cabanillas Nro. 136 Barrió 2 de Mayo (3 Cdras de Maria Auxiliadora hacia Arrib), cuenta con una flota de 20 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes Multiservicio SAN JUDAS TADEO S.A.C., identificado con RUC N° 20192144354, dio inicio a sus actividades el 01 de Octubre de 1993, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en el Jr. Lambayeque Nro. 123 Cercado, cuenta con una flota de 26 unidades móviles (combis).

La Empresa de Transportes NUEVA ALIANZA SCRL, identificado con RUC N° 20405508011, dio inicio a sus actividades el 06 de Octubre del 2000, su domicilio fiscal se encuentra ubicado en la urb. Aziruni III etapa

Nro. U int. 6 (frente a escuela especial urpi), cuenta con una flota de 17 unidades móviles (combis).

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las encuestas realizadas representaron una herramienta muy importante porque a través de ella se pudo tener acceso a información necesaria para la evaluación de los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación.

4.1. DESCRIBIR LA CAPACIDAD GERENCIAL EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO – 2015

A) CAPACIDAD GERENCIAL

Con la finalidad de recopilar información relevante, se realizó una encuesta a 7 gerentes de las empresas de transporte urbano, se formularon interrogantes en base a los siguientes indicadores.

1. Grado de instrucción
2. Dedicación
3. Experiencia
4. Instrumentos de gestión

- 5. Eventos de capacitación
- 6. Habilidades.

1. GRADO DE INSTRUCCIÓN

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuál es su grado de instrucción en la actualidad?**

Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 1. Grado de instrucción de los gerentes de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

GRADO DE INSTRUCCIÓN	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
PRIMARIA	0	0%
SECUNDARIA	3	43%
TECNICO	2	29%
SUPERIOR	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

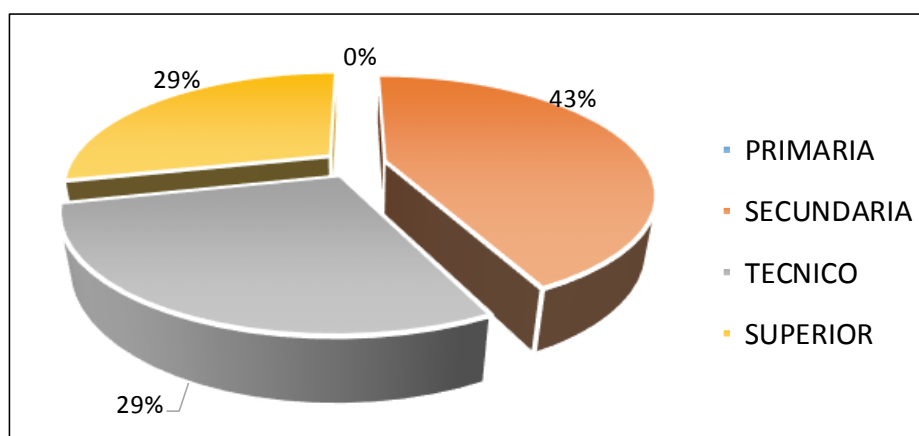


Gráfico 1. Número de encuestados.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 1 y grafico 1, un 43% de los gerentes encuestados cuentan con estudios secundarios, 29% con estudio

superior, 29% con estudio técnico, lo cual demuestra que probablemente los gerentes no recibieron cursos de administración y de calidad de servicio, a su vez cabe resaltar que aquellos que cuentan con estudios superiores no le dedican tiempo ni atención exclusiva a las necesidades requeridas por la empresa.

2. DEDICACIÓN

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuánto tiempo le dedica usted a la gerencia de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 2. Dedicación de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

DEDICACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
8 HORAS	2	29%
6 HORAS	3	43%
4 HORAS	2	29%
2 HORAS	0	0%
NO LE DEDICO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

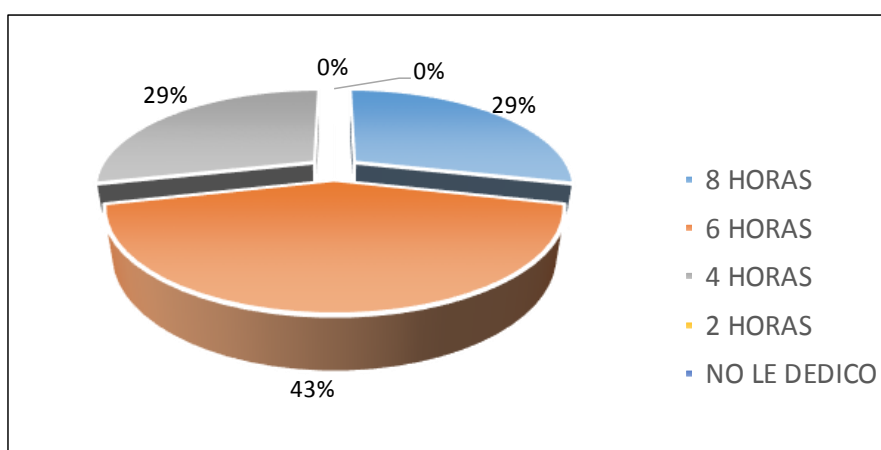


Gráfico 2. Dedicación de la gerencia en las empresas de transporte urbano.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 2 y grafico 2, un 29% de los gerentes afirma que le dedica 8 horas a la gerencia de la empresa, ya que estos también trabajan en la empresa como conductores, 43% afirma que le dedica 6 horas debido a que tienen otros cargos y ocupaciones fuera de la empresa, 29% afirma que solo le dedica 4 horas. Lo cual demuestra que los gerentes no se dedican exclusivamente a la gerencia de la empresa.

3. EXPERIENCIA

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuánto tiempo se desempeña usted como gerente?**

Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 3. Experiencia de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

EXPERIENCIA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
MENOS DE UN AÑO	3	43%
UN AÑO	2	29%
DOS AÑOS	1	14%
TRES AÑOS	1	14%
MAS DE TRES AÑOS	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

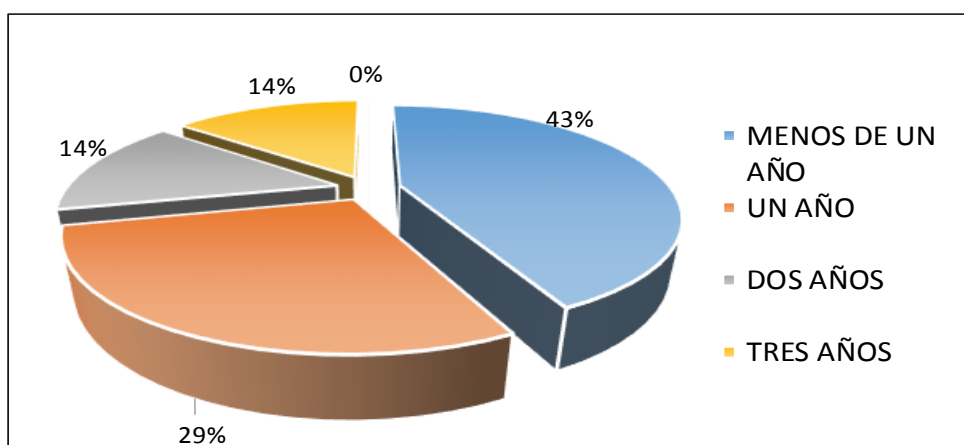


Gráfico 3. Experiencia de la gerencia.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 3 y grafico 3, un 43% de los gerentes encuestados afirma que su desempeño en el cargo es menor a un año, 29% afirma que su desempeño es de un año, 14% afirma que su desempeño como gerente es de 2 años, 14% afirma que su desempeño como gerente es de 3 años, ninguno se ha desempeñado en el cargo por más tiempo. Lo cual demuestra que los gerentes no poseen la experiencia suficiente y necesaria para estar al frente de la empresa, ya que la permanencia en el cargo de gerente es temporal.

4. INSTRUMENTOS DE GESTION

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿La empresa cuenta con instrumentos de gestión (Manual de organizaciones y funciones MOF, Reglamento de organizaciones y funciones ROF, estatutos, reglamentos, normas de tránsito, otros)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 4. Conocimiento de los instrumentos de gestión de los gerentes de la empresa de transporte urbano 2015.

INSTRUMENTOS DE GESTION	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

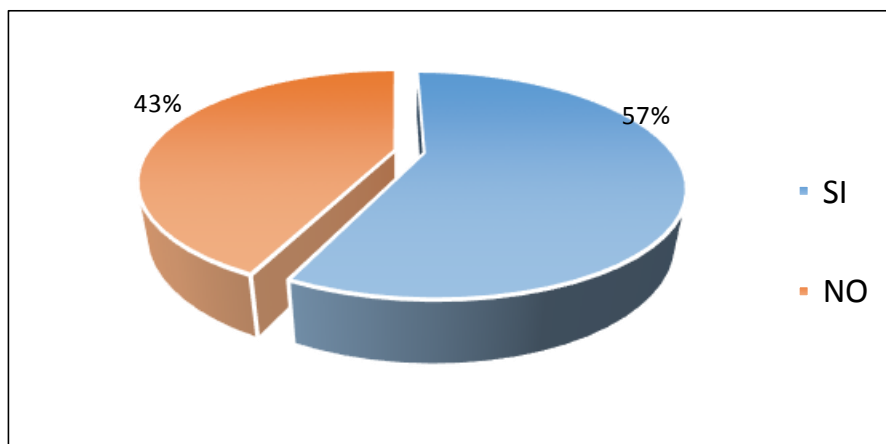


Gráfico 4. Conocimiento de los instrumentos de gestión de los gerentes.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 4 y gráfico 4, un 57% de los gerentes encuestados afirma que sí conocen los instrumentos de gestión, sin embargo no es aplicado como debería ser y tampoco lo dan a conocer al personal de la empresa, 43% afirma que no conocen los instrumentos de gestión.

5. EVENTOS DE CAPACITACION

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Recibe usted capacitación o charlas sobre calidad de servicio por parte de alguna entidad (Municipalidad, institutos, otros)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 5. Capacitación o charlas para la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

CAPACITACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SIEMPRE	2	29%
ALGUNAS VECES	4	57%
NUNCA	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

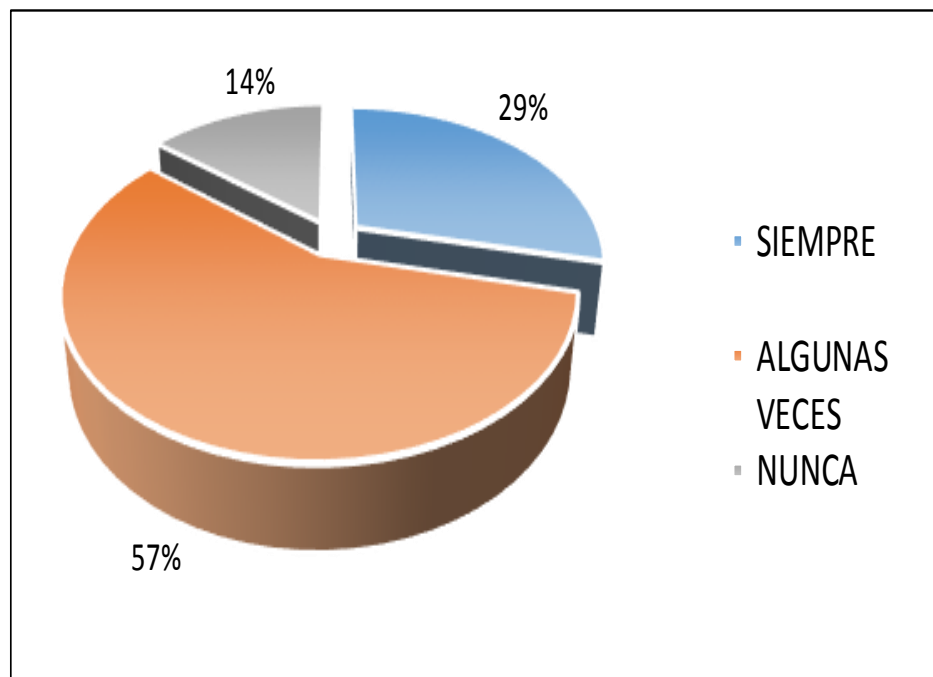


Gráfico 5. Capacitación para gerentes.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 5 y gráfico 5, un 29% de los gerentes encuestados afirma siempre recibe capacitación, 57% afirma que algunas veces recibe capacitación, 14% afirma que nunca recibe capacitación sobre calidad de servicio. Lo cual demuestra que la mayoría de gerentes no son debidamente capacitados sobre calidad de servicio; a su vez también se demuestra el desinterés de los mismos en participar en este tipo de eventos de capacitación.

La segunda interrogante planteada para este indicador fue: **¿Cada cuánto tiempo se programan capacitaciones, charlas o talleres sobre calidad de servicio para el personal que labora en la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 6. Charlas para el personal en las empresas de transporte urbano 2015.

CHARLAS PARA EL PERSONAL	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
NUNCA	0	0%
MENSUAL	1	14%
TRIMESTRAL	1	14%
SEMESTRAL	3	43%
ANUAL	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

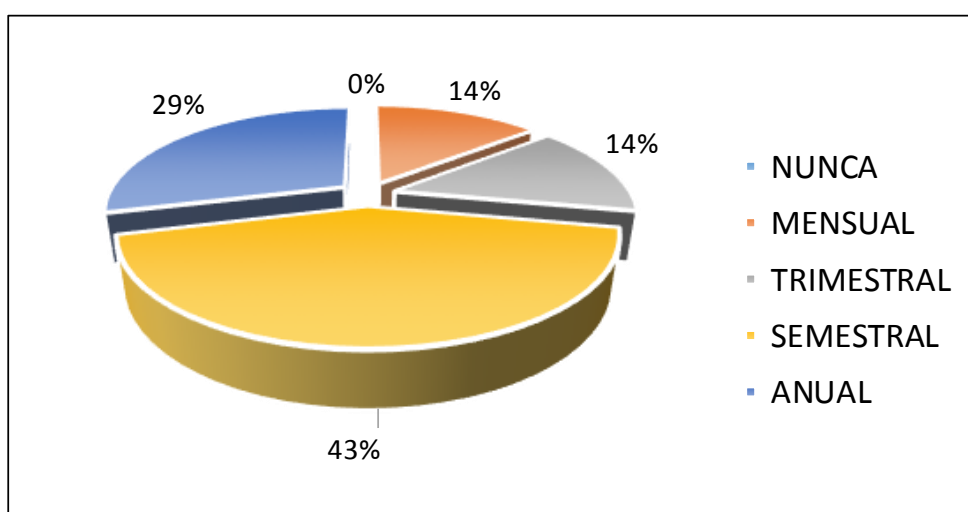


Gráfico 6. Charlas para personal.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 6 y grafico 6, un 43% de los gerentes encuestados afirma se realizan talleres y charlas para el personal de la empresa de manera semestral, 29% afirma que es de manera anual, 14% afirma que se realiza de manera trimestral, 14% considera que es de manera mensual. Lo que demuestra que el personal de la empresa no está debidamente capacitado, debido a que no se realizan jornadas, charlas o talleres sobre calidad de servicio de manera permanente.

6. HABILIDADES

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Dialoga usted con los socios sobre la situación del personal de la empresa y de las unidades móviles?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 7. Comunicación con los socios sobre la situación del personal en las empresas de transporte urbano.

COMUNICACIÓN CON LOS SOCIOS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	4	57%
DE VEZ EN CUANDO	3	43%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

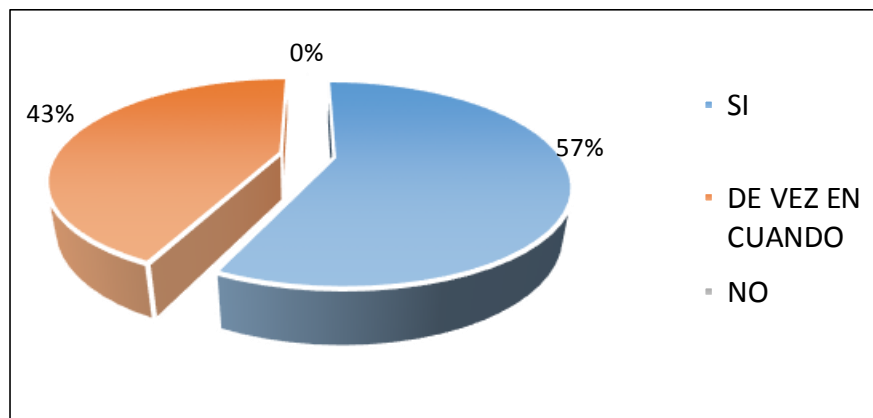


Gráfico 7. Comunicación con los socios.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 7 y gráfico 7, un 57% de los gerentes encuestados afirma que si dialoga con los socios sobre la situación de la empresa, sobre el personal y unidades de transporte, 43% afirma solo se comunica de vez en cuando. Lo que demuestra que los gerentes no

poseen la suficiente capacidad de comunicación y convencimiento hacia los socios para plantear temas referidos a la situación de la empresa.

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Quién es el titular de las unidades móviles de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 8. Propiedad de las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de puno 2015.

SITUACION DE LAS UNIDADES MOVILES	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EMPRESA	0	0%
PROPIETARIO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

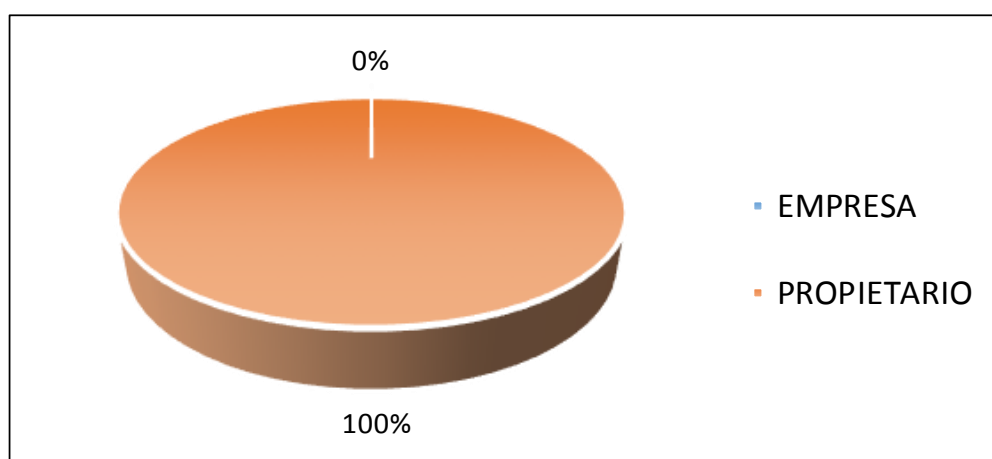


Gráfico 8. Situación de las unidades.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 8 y gráfico 8, un 100% de los gerentes encuestados afirma que las unidades móviles se encuentran a nombre de los socios o propietarios. Lo cual demuestra que la empresa no es responsable de las unidades móviles, por tanto la gerencia no puede tomar decisiones sobre las unidades móviles.

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Conoce usted la situación laboral del personal de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 9. Situación laboral del personal de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

SITUACION LABORAL DEL PERSONAL	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

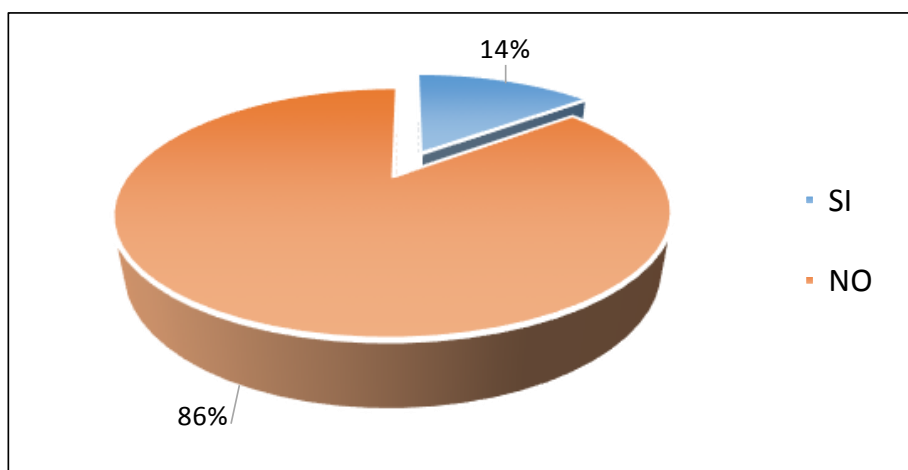


Gráfico 9. Situación laboral del personal.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 9 y grafico 9, un 86% de los gerentes encuestados afirma que no conoce la situación laboral del personal, 14% afirma que si conoce la situación laboral del personal de la empresa, lo que demuestra que los gerentes no están informados debido a que cada dueño de la unidad móvil es el encargado de la remuneración del personal, tanto para conductores y cobradores.

En la encuesta a los gerentes se plantea la siguiente interrogante: **¿La empresa posee un sistema o políticas específicas de mantenimiento y reparación de sus unidades móviles?**

Obteniéndose el siguiente resultado:

Cuadro 10. Políticas de mantenimiento y reparación en las empresas de transporte urbano 2015.

MANTENIMIENTO Y REPARACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano

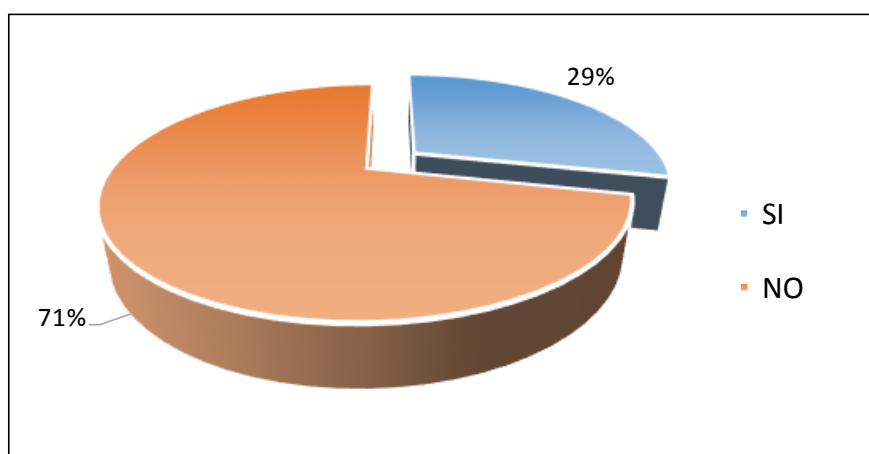


Gráfico 10. Políticas de mantenimiento y reparación.

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 10 y gráfico 10, un 71% de los gerentes encuestados afirma que no poseen políticas de mantenimiento, 29% afirma que si posee políticas de mantenimiento, lo cual demuestra el mal estado de las unidades móviles, debido a que cada propietario se encuentra a cargo de su propia unidad dándoles mantenimiento cuando ellos lo creen conveniente.

B) CALIDAD DE SERVICIO

Con la finalidad de recopilar información relevante sobre la percepción de la calidad de servicio se realizó una encuesta a 350 usuarios (pasajeros) de las empresas de transporte urbano, para lo cual se formularon interrogantes en base a los siguientes indicadores.

1. Empatía
2. Capacidad de respuesta
3. Elementos físicos
4. Seguridad
5. Confiabilidad

1. EMPATIA

La empatía es la habilidad para estar conscientes de, reconocer, comprender y apreciar los sentimientos de los demás. La empatía es una destreza básica de la comunicación interpersonal, ella permite un entendimiento sólido entre dos personas.

La primera interrogante en la encuesta realizada a los usuarios fue **¿Cómo califica usted el trato (cordialidad, comprensión, respeto) del personal al momento de tomar el servicio de transporte y durante el viaje?** Obteniendo como resultado lo siguiente:

Cuadro 11. Trato a los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

BUEN TRATO	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	0	0%
BUENO	25	7%
REGULAR	223	64%
MALO	84	24%
PÉSIMO	18	5%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

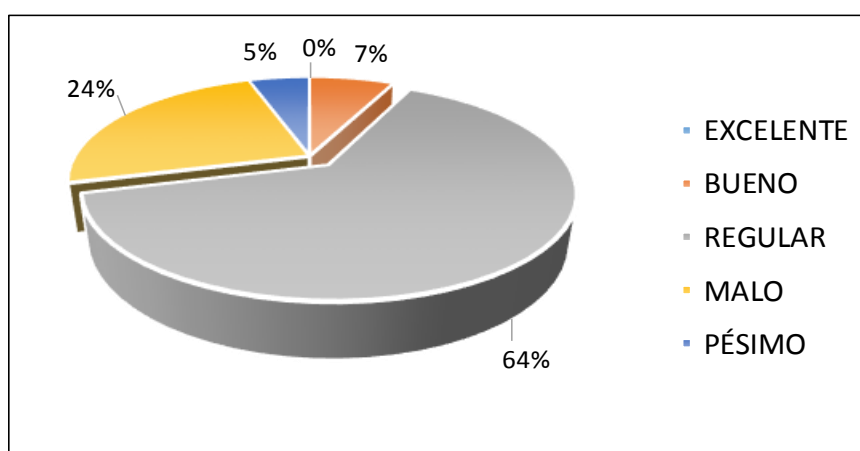


Gráfico 11. Trato a los usuarios.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 11 y el grafico 11, un 64% de los usuarios encuestados califican como regular el trato que reciben por parte del personal de la empresa, 24% afirma que el trato es malo, 7% considera que el trato es bueno, 5% de los encuestados afirma que el trato es pésimo, lo cual demuestra que la falta de buen trato a los usuarios por parte del personal es una debilidad integral en la empresa.

La segunda interrogante planteada fue **¿Cómo califica usted la actitud para escuchar opiniones, reclamos o sugerencias por parte de los conductores y cobradores?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 12. Actitud del personal para escuchar sugerencias y reclamos con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

ACTITUD PARA ESCUCHAR	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	6	2%
BUENO	26	7%
REGULAR	85	24%
MALO	148	42%
PÉSIMO	85	24%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

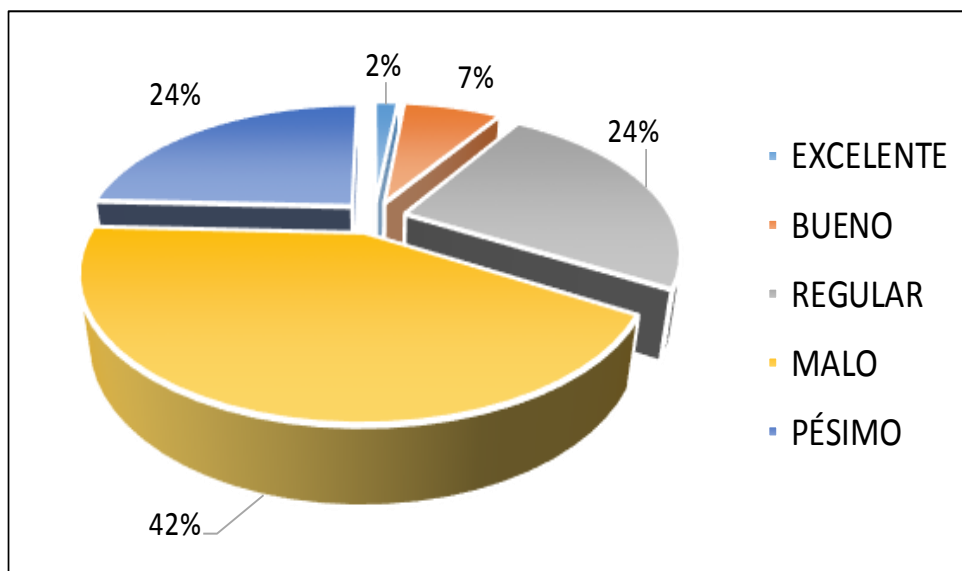


Gráfico 12. Actitud del personal para escuchar.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 12 y el gráfico 12, un 42% de los usuarios encuestados afirman que la actitud para escuchar sugerencias, opiniones o reclamos por el personal de las empresas es mala, un 24% afirma que es regular, 24% la considera pésima, 7% afirma que es buena, 2% afirma que es excelente, lo que demuestra que la actitud del personal para escuchar al usuario es deficiente.

2. CAPACIDAD DE RESPUESTA

Es el servicio y el deseo de ayudar a los clientes en el momento preciso que los usuarios lo requieren y estar siempre listos para resolver las peticiones de estos.

La interrogante planteada a los usuarios fue **¿Cómo califica usted la actitud de los cobradores para ayudar a subir y bajar a los pasajeros?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 13. Capacidad de respuesta del personal con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	30	9%
BUENO	52	15%
REGULAR	130	37%
MALO	118	34%
PÉSIMO	20	6%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

Como muestra el cuadro 13 y gráfico 13, un 37% de la población encuestada afirma que la capacidad de respuesta del personal hacia los usuarios es regular, 34% afirma que es mala un 15% afirma que es buena, 9% la considera excelente y un 6% la considera pésimo, lo cual nos demuestra que por lo general no existe suficiente capacidad de servir y cubrir las necesidades de los usuarios por parte del personal de la empresa.

3. ELEMENTOS FÍSICOS

Este indicador muestra la presentación, la apariencia, higiene, limpieza y la calidad de las instalaciones físicas, unidades, equipos diversos que intervienen en la presentación del servicio y del personal.

La primera interrogante planteada para este indicador fue **¿Cómo califica usted la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal de las empresas de transporte?** Obteniéndose como resultado lo siguiente:

Cuadro 14. Higiene en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

HIGIENE	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	28	8%
BUENO	45	13%
REGULAR	143	41%
MALO	99	28%
PÉSIMO	35	10%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

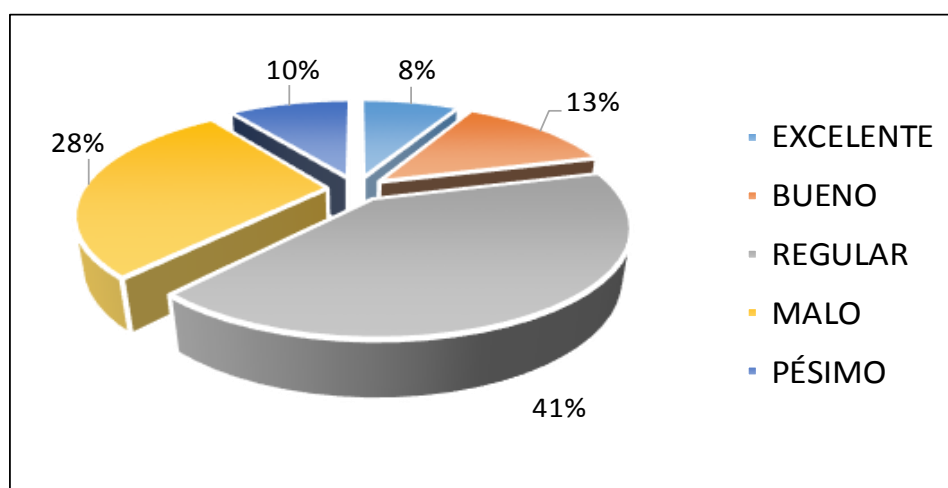


Gráfico 14. Higiene en las unidades móviles.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 14 y grafico 14, un 41% de la población encuestada califica como regular la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal, 28% afirma que es mala, 13% afirma que es buena, 10% afirma que es pésima y el 8% afirma es excelente, lo cual demuestra que la limpieza e higiene de las unidades móviles y personal no es satisfactoria provocando incomodidad en los usuarios.

La segunda interrogante planteada para este indicador fue **¿Cómo califica usted la comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 15. Comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

COMODIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	18	5%
BUENO	23	7%
REGULAR	169	48%
MALO	125	36%
PÉSIMO	15	4%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

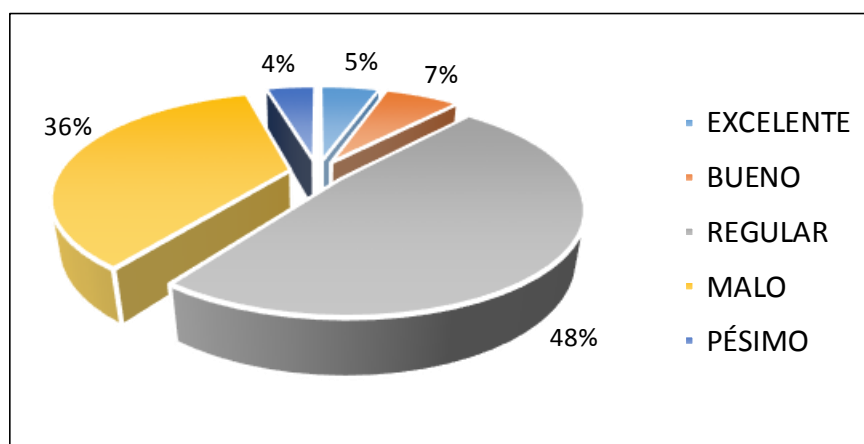


Gráfico 15. Comodidad en las unidades móviles.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 15 y gráfico 15, un 48% de los encuestados afirma que la comodidad en las unidades móviles es regular, 36% afirma que es mala, 7% considera como buena, 5% considera que es excelente, 4% considera que es pésimo. Lo cual demuestra que los usuarios no se sienten completamente cómodos debido a que los espacios son reducidos, la infraestructura de los vehículos es inadecuada y no se respeta la capacidad de las unidades de transporte, siendo labor del gerente revisar estos aspectos a través de un control y revisiones.

4. SEGURIDAD

Es el parámetro que muestra el grado en el cual se brinda un servicio ya sea de manera segura, exacta, consistente, sin riesgos, sin peligros, ni eventualidades.

Para la medición de este parámetro se planteó la siguiente interrogante **¿Cómo califica usted la seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 16. Seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

SEGURIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	28	8%
BUENO	42	12%
REGULAR	127	36%
MALO	123	35%
PÉSIMO	30	9%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

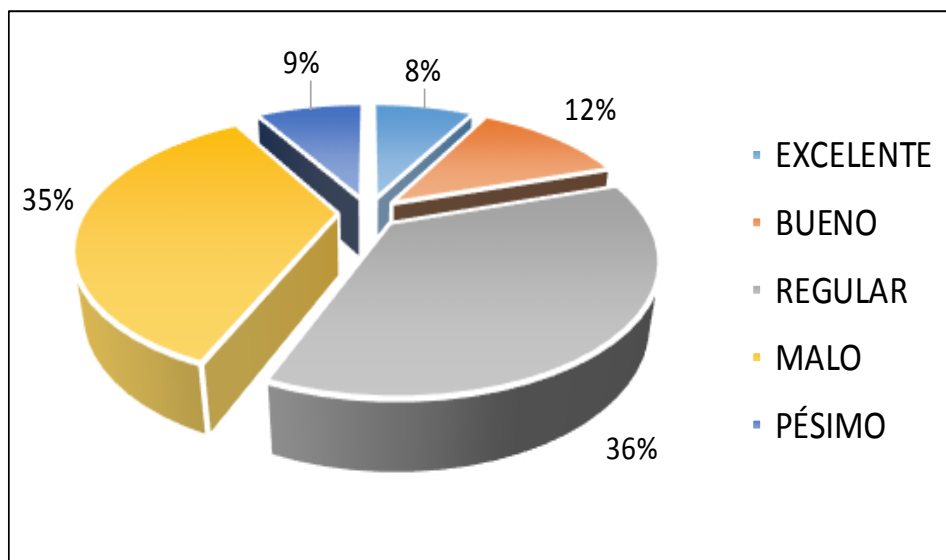


Gráfico 16. Seguridad en las unidades móviles.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 16 y gráfico 16, un 36% de los usuarios encuestados califican como regular la seguridad en las empresas de transporte, 35% considera que es mala, 12% afirma que es buena, 9% como pésima la seguridad, 8% afirma que es excelente. Lo que demuestra que la mayoría de usuarios no sienten seguridad al tomar el servicio de transporte, debido a que las unidades móviles no están en la capacidad de acudir algún accidente que pudiera ocurrir durante el trayecto ya que casi la totalidad de unidades no cuentan con un botiquín o en tal caso no cuentan con los implementos necesarios, tampoco cuentan con un extinguidor.

5. CONFIABILIDAD

Este componente está relacionado directamente a la seguridad y credibilidad.

La interrogante planteada para este indicador fue: **¿Cómo califica usted la honestidad del personal (seguramente alguna vez se le olvido alguna de sus pertenencias en la unidad en la que viajo, ha tenido la oportunidad de recuperarlo)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 17. Honestidad en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015

HONESTIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	0	0%
BUENO	6	2%
REGULAR	33	9%
MALO	121	35%
PÉSIMO	190	54%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

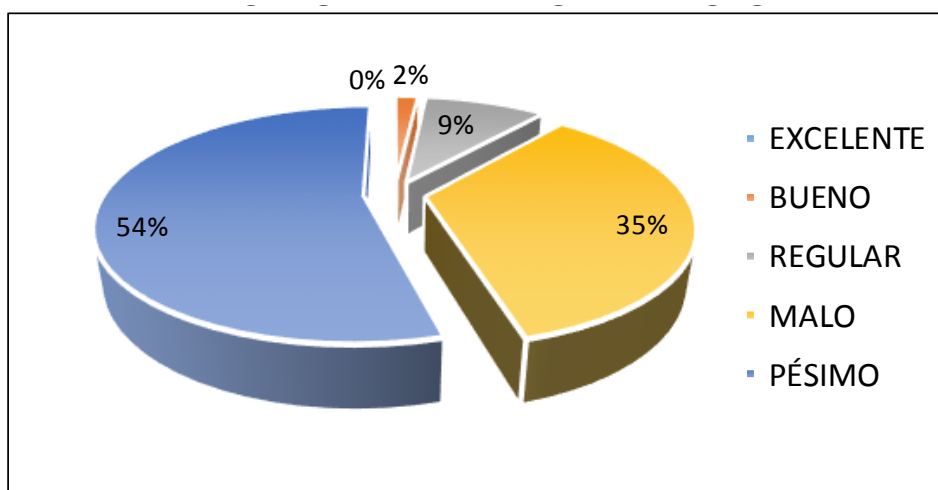


Gráfico 17. Honestidad en las empresas.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 17 y el grafico 17, un 54% de los encuestados considera como pésima la honestidad ya que nunca tuvieron la oportunidad de recuperar sus pertenencias, 35% considera que es mala, 9% afirma que regularmente recupero sus pertenencias y 2% que considera de buena. Lo cual demuestra que el personal no da aviso de

las pertenencias olvidadas en las unidades móviles provocando desconfianza en los usuarios.

Cuadro 18. Análisis de calidad de servicio.

INDICADOR \ RESPUESTA	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	PÉSIMO	TOTAL
EMPATIA	1%	7%	44%	33%	15%	100%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9%	15%	36%	34%	6%	100%
ELEMENTOS FISICOS	7%	10%	44%	32%	7%	100%
SEGURIDAD	8%	12%	36%	35%	9%	100%
CONFIABILIDAD	0%	2%	9%	35%	54%	100%
TOTAL	5%	9%	34%	34%	18%	100%

Fuente: Cuadros N° 11 y 12,13,14 y 15,16,17

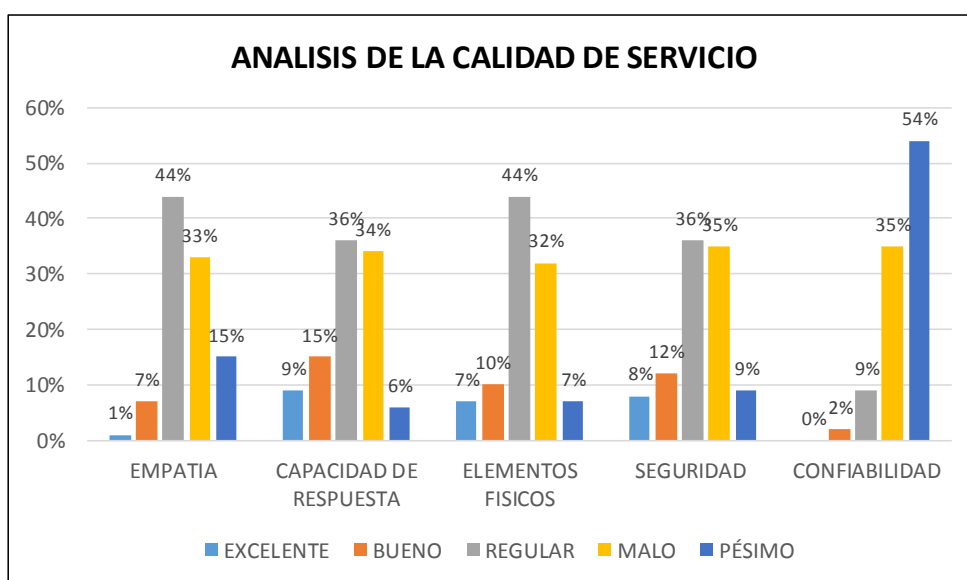


Gráfico 18. Análisis de la calidad de servicio.

Fuente: Cuadros 11, 12, 13, 14, 15, 16 y 17.

Como se ha observado, según los cuadros y gráficos sobre capacidad gerencial los gerentes de las empresas de transporte no se encuentran debidamente capacitados en las áreas de administración, gestión empresarial y calidad de servicio, no dedican su labor de manera exclusiva para la empresa, no poseen la experiencia, tampoco se encargan de capacitar al personal para mejorar el servicio que prestan;

donde esta carencia se ve reflejada en la deficiente calidad de servicio que brindan a los usuarios como se ha demostrado en los cuadros y gráficos sobre calidad de servicio cuyos datos fueron brindados por los usuarios del servicio de transporte, quienes en su mayoría calificaron el servicio como regular hacia pésimo; demostrándose así que la ineficiente capacidad gerencial influye negativamente en la calidad de servicio.

4.2. DETERMINAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO - 2015

SATISFACCION DEL CLIENTE

Este es el objetivo primordial de toda empresa para lo cual el conocimiento de este indicador es indispensable y para su medición se consideró los siguientes ítems.

- a) Rendimiento percibido
- b) Expectativas
- c) Nivel de satisfacción

a) RENDIMIENTO PERCIBIDO

Es la percepción final que el usuario tiene acerca del servicio recibido luego de haberlo adquirido.

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Cómo califica usted el servicio prestado por las empresas de transporte urbano?**

Cuadro 19. Rendimiento percibido de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

SATISFACCION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	15	4%
BUENO	29	8%
REGULAR	131	37%
MALO	117	33%
PÉSIMO	58	17%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

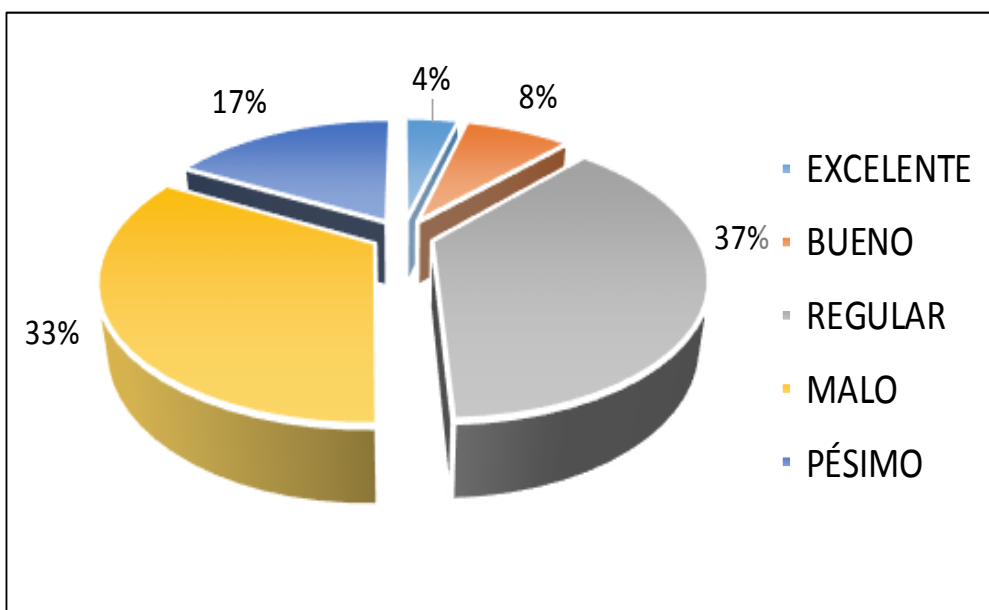


Gráfico 19. Rendimiento percibido de los usuarios.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 19 y gráfico 19, un 37% de los usuarios encuestados considera que la calidad de servicio es regular, 33% considera que es mala, 17% considera que es pésima, 8% afirma que es buena, 4% afirma que la calidad de servicio es excelente. Lo que demuestra que la percepción del usuario sobre la calidad de servicio es desfavorable.

b) EXPECTATIVAS

Se refiere a lo que el usuario del servicio esperaba recibir del servicio adquirido.

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Cómo califica usted el logro de sus expectativas frente al servicio prestado por las empresas de transporte urbano?**

Cuadro 20. Expectativas en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.

EXPECTATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	13	4%
BUENO	21	6%
REGULAR	143	41%
MALO	133	38%
PÉSIMO	40	11%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

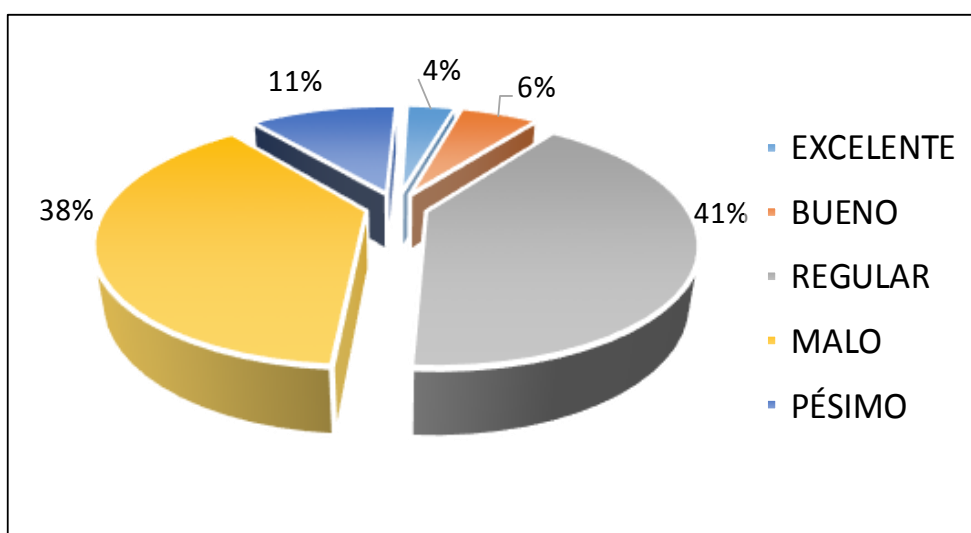


Gráfico 20. Expectativas en los usuarios.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 20 y grafico 20, un 41% de los usuarios encuestados considera que sus expectativas son cubiertas de manera regular, 38% considera que no cubre sus expectativas calificándola como mala, 11% afirma que sus expectativas no se cubren calificándola como pésima, 6% afirma que es buena, 4% afirma que es excelente. Lo que demuestra que las expectativas de los usuarios no son cubiertas, ya que la mayoría de los clientes afirma que el servicio recibido no fue el esperado por lo tanto no quedaron satisfechos con el servicio recibido.

c) NIVEL DE SATISFACCIÓN

Se refiere al nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Si las empresas de transporte mejorarían su calidad de servicio y colmaría sus expectativas estaría usted dispuesto a incrementar un porcentaje al precio del pasaje?**

Cuadro 21. Satisfacción en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.

SATISFACCION	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	238	68%
NO	112	32%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano

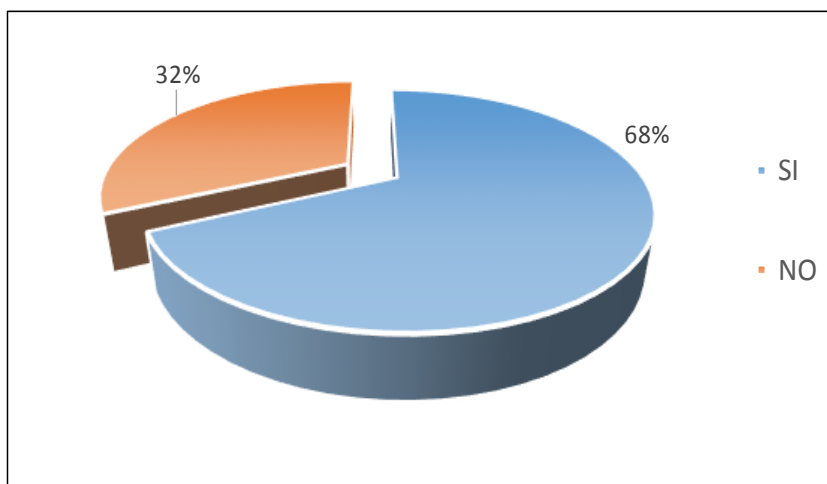


Gráfico 21. Satisfacción.

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Cuadro 22. Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

EXPECTATIVAS	ESCALA VALOR	RENDIMIENTO PERCIBIDO		EXPECTATIVAS		NIVEL DE SATISFACCION
EXCELENTE	5	15	75	13	65	10
BUENO	4	29	116	21	84	32
REGULAR	3	131	393	143	429	-36
MALO	2	117	234	133	266	-32
PÉSIMO	1	58	58	40	40	18
TOTAL		350	876	350	884	-8

Fuente: Cuadros 19, 20

4.3. PROPONER LINEAMIENTOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO

4.3.1. Introducción

En la actualidad los gerentes de las empresas de transporte no toman mayor interés en la calidad de servicio brindada al cliente. Por esta razón que en el desarrollo del presente trabajo de investigación, una vez

conocidas las debilidades, se propone algunas alternativas que pueden contribuir a mejorar la calidad de servicio.

4.3.2. Objetivo de la propuesta

Crear conciencia en la gerencia y personal sobre la importancia de la calidad de servicio en base a políticas de gestión.

4.3.3. Estrategias para mejorar la calidad de servicio

a) Programación de charlas y talleres

Se propone programar charlas o talleres para los gerentes de las empresas de transporte, puesto que muchos de ellos no conocen realmente la responsabilidad del cargo que ocupan, dado que no le dedican el tiempo adecuado y suficiente para la revisión de los asuntos que aquejan a sus empresas, desconociendo de esta manera la calidad de servicio que se brinda a los usuarios tanto los conductores y cobradores de sus empresas.

Programar charlas y talleres sobre la importancia de la calidad de servicio para el personal de la empresa (conductores y cobradores), ya que estos están en contacto directo con los usuarios del servicio de las empresas de transporte.

b) Implementar políticas de gestión

La gerencia debe implementar políticas de gestión, las cuales puedan normar, dirigir y respaldar acciones mediante instrumentos escritos donde se detallen:

1. Misión y visión de la empresa

Para ello la gerencia debe reunirse con los socios de la empresa y elaborar la misión y visión en base a sus expectativas, posterior a ellos deberán darla a conocer a todos los trabajadores.

2. Derechos y deberes de los trabajadores

La gerencia deberá reunirse con los socios de la empresa y elaborar una lista de los derechos de los trabajadores (día de descanso, respeto de las horas de trabajo, permisos, entre otros); a su vez también deberá elaborarse una lista de los deberes de los trabajadores (responsabilidad, mantener en buen estado las unidades móviles, mantener la higiene y uniformidad, brindar un buen servicio a los pasajeros, estar siempre en estado ecuánime); una vez revisado estos puntos se deberá dar a conocer a los trabajadores.

3. Normas que rigen a la empresa

Muchas de estas normas se encuentran en los manuales de organizaciones y funciones, reglamento de organizaciones y funciones, estatutos; pero los trabajadores los desconocen, entonces se ve por conveniente revisar las normas transcribirlas, si es posible resumirlas y redactarlas, para poner en conocimiento de los trabajadores de la empresa.

4. Sanciones

Las sanciones deberán ser elaboradas en base a los deberes, derechos, normas de la empresa, tanto para socios y trabajadores.

5. Pautas de calidad en el servicio al cliente

La gerencia deberá elaborar pautas de calidad en el servicio al cliente (pasajeros), las cuales deben darse a conocer y explicarse en una charla o taller programado.

6. Importancia de la calidad a favor de la empresa

De igual manera la gerencia deberá elaborar un documento donde se dé a conocer la importancia de brindar un buen servicio, también debe elaborar una lista de los aspectos positivos y una lista de los aspectos negativos

En lo que se refiere a calidad de servicio se debe mejorar lo siguientes aspectos:

Seguridad

Para que la empresa brinde seguridad a los usuarios, las unidades móviles deben contar con un botiquín que contenga lo necesario, para atender alguna emergencia o accidente que pudiera ocasionarse durante el viaje, a su vez debe contar con un extinguidor

Imagen, limpieza e higiene

En cuanto a este aspecto se propone que las unidades móviles cuenten con materiales de limpieza (escobillas, franelas, ambientadores),

Para mejorar la imagen del personal se propone uniformizar a los conductores con una camisa y un chaleco tejido, para los cobradores se

propone la confección de chalecos, estos de acuerdo al color representativo de la empresa y con su respectivo logotipo.

Honestidad

Las empresas deben de contar con una oficina o local donde el personal pueda entregar las pertenencias olvidadas por los usuarios en las unidades móviles, para que estos puedan ser recogidos por sus respectivos dueños.

c) Mejorar la situación laboral del personal

La motivación del personal es un factor fundamental en la atención al cliente. El ánimo, la disposición de atención y las competencias nacen de los factores de valoración del trabajo y motivación lo cual resaltara su desempeño laboral.

Por tanto se propone analizar la situación laboral del personal, horarios de trabajo, remuneración, beneficios e incentivos laborales.

d) Programar políticas de mantenimiento

Programar las revisiones técnicas de manera continua para ver el estado de las unidades de transporte, para que de esta manera se pueda brindar un servicio de calidad adecuado. La cual debe realizarse mensualmente y no solamente cuando lo programa el Ministerio de Transportes.

e) Estrategias de control

Controlar periódicamente y de manera inopinada el servicio que brinda el personal de la empresa a los usuarios.

Se propone que los controladores de las empresas, asuman también la responsabilidad de revisar los aspectos de calidad tales como la uniformidad del personal, la limpieza e higiene, seguridad.

4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Como hipótesis en el presente trabajo de investigación se plantearon:

4.4.1. Hipótesis específica 1

Describir la capacidad gerencial en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015

La insuficiente capacitación de la gerencia en cuanto a dedicación (cuadro 2), experiencia (cuadro 3), escasa recepción de capacitación (cuadro 5), la no programación de charlas y talleres para el personal de manera permanente (cuadro 6), la situación de las unidades móviles (cuadro 8), la situación laboral del personal (cuadro 9), la falta de políticas de mantenimiento (cuadro 10), influye negativamente en la calidad de servicio brindado a los usuarios de las empresas de transporte según (cuadro 18), demostró que un 34% de los usuarios encuestados califico como regular la calidad de servicio, 34% califica la calidad de servicio como mala, un 18% de los encuestados califica la calidad como pésima, por lo cual se da como **aceptada la hipótesis.**

4.4.2. Hipótesis Específica 2

Determinar el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015

En la presente investigación el nivel de calidad de servicio analizado mediante sus indicadores según (cuadro 18), demostró que un 34% de los usuarios encuestados califico como regular la calidad de servicio, 34% califica la calidad de servicio como mala, un 18% de los encuestados califica la calidad como pésima, cabe recalcar que el análisis de satisfacción del cliente (Cuadro 21), dio como resultado; un nivel de insatisfacción de -8; motivo por el cual se afirma que el servicio en las empresas de transporte urbano es deficiente,. Con respecto al rendimiento obtenido en los periodos 2015, por lo que se da **aceptada la hipótesis.**

Realizada la contrastación de las hipótesis específicas 1 y 2, podemos afirmar que **“La capacidad gerencial es un factor que incide directamente en la calidad de servicio que prestan las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno”**, hipótesis general planteada en el presente trabajo de investigación la cual **se da por aceptada.**

CONCLUSIONES

REFERENTE AL OBJETIVO ESPECÍFICO 1 E HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

Primera. La gerencia en las empresas de transporte tiene en su mayoría una administración empírica por lo que no cuenta con conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial lo cual está asociado a la falta de capacitación alcanzada.

Segunda. La mayoría de los gerentes no se dedican exclusivamente a la actividad gerencial lo cual no permite brindar un servicio de calidad adecuada. El papel que los gerentes cumplen en las empresas de transporte es en muchas ocasiones únicamente de representar a las empresas olvidándose de la operatividad de estas.

REFERENTE AL OBJETIVO ESPECÍFICO 2 E HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

Tercera. El nivel de calidad de servicio que prestan las empresas de transporte urbano es considerado deficiente, ya que según los usuarios un 34% de los usuarios encuestados califico como regular la calidad de servicio, 34% califico como mala la calidad de servicio, un 18% califica la calidad como pésima,

mostrando así que la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido.

Cuarta. El nivel de satisfacción del cliente en la empresa es negativa con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, mostrando un resultado de -8, de insatisfacción en los clientes en cuanto al servicio brindado.

RECOMENDACIONES

Primera. Se recomienda la capacitación de manera sistemática en áreas de gestión y servicio al cliente, para los gerentes de las empresas de transporte urbano.

Segunda. Se recomienda a la gerencia de las empresas la implementación de políticas de gestión donde se norme, dirija y respalde las acciones de los trabajadores, detallando los deberes, derechos y funciones del personal, sanciones y pautas sobre calidad.

Tercera. Programar charlas y talleres sobre la importancia de la calidad de servicio para los conductores y cobradores de las empresas, ya que estos están en contacto directo con los usuarios del servicio de transporte.

Cuarta. Programar las revisiones técnicas de manera continua para ver el estado de las unidades de transporte, para que de esta manera se pueda brindar un servicio de calidad adecuado.

Quinta. Se recomienda revisar la presentación en cuanto a limpieza e higiene de las unidades móviles y personal de la empresa, con la finalidad de mejorar la imagen y el servicio brindado a los usuarios.

Sexta. Controlar de manera periódica e inopinada el servicio que brinda el personal de la empresa a los usuarios.

Séptima. Se recomienda mejorar los aspectos de calidad de servicio para incrementar los ingresos y mejorar la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, R. (2000). *Marketing: Enfoque America Latina*. Mexico: McGraw-Hill.
- Behar, D. S. (2008). *Metodologia de la Investigación*. Shalom.
- Berry, L. (1993). *Calidad Total de la Gestion de Servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Conza, S. J. (2015). "Calidad De Servicio Y Rentabilidad De La Empresa De Transporte Turistico Sameni S.R.L. Periodos 2011 - 2012" Universidad Nacional del Altiplano. Puno.
- Dias, J. (1989). *Diccionario y manual de contabilidad y administracion* (Tercera edicion ed.). Lima: El Universo S.A.
- Drucker, P. F. (1979). *La Gerencia de Empresas*. España: Edhasa.
- Freman, E. R. (1995). *Administracion*. Mexico: Prentice hall hispanoamericana S.A.
- Fundación CETMO. (2006). *Gestion de la Calidad del Servicio*. España.
- Martinez Tur, V. (2014). *Calidad de Servicio y Satisfaccion del Cliente*. Sintesis.

- Montesinos, J. (2004). *Las 30 leyes del marketing en el Peru*. Lima - Peru: Colores y trazos.
- Olguin Cortez, W. (2001). *“Análisis de la capacidad gerencial y propuestas de Plan Estratégico de Marketing de servicios para las PYMES de transporte urbano de la ciudad de Puno” Universidad Nacional del Altiplano*. Puno.
- Palafox de A., g. (2012). *Administración: teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Peralta, W. (2000). *Estrategia del servicio al cliente*. Recuperado el 30 de 12 de 2010, de Monografias.com.
- Perez E., A. (2001). *“Análisis de los factores gerenciales en la productividad de las PYMES” Universidad Nacional del Altiplano*. puno.
- Salomón S , J. O. (2010). *“Capacidades Gerenciales En Las Empresas Familiares Peruanas” Pontificie Universidad Catolica del Peru*. lima.
- Secretaria de funcion publica. (2003). *Guia de la prueba de conocimientos y habilidades de la capacidad gerencial*.
- Senlle, A. (1992). *Calidad y Liderazgo*. Barcelona: Ediciones Gestion 2000 S.A.

WEBGRAFIA

Cardona, J. M. (2006). *Espiritu gerencial*. Recuperado el 25 de 05 de 2010, de <http://www.gestiopolis.com/canales6/ger/espirtu-gerencial.htm>.

Focus Calidad de Servicio. (16 de 03 de 2014). Obtenido de <https://focusve.wordpress.com/2014/03/16/principios-en-los-que-descansa-la-calidad-del-servicio/>.

Martinez Luque, T. (02 de 03 de 2009). *mailxmail.com*. Recuperado el 25 de 11 de 2009, de <http://www.mailxmail.com/curso-administracion-empresas-organizacion>.

Neyra, C. (2002). *Servicio al Cliente*. Recuperado el 5 de 10 de 2010, de <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml#ser>.

Valencia, T. (23 de 05 de 2005). *mailxmail.com*. Recuperado el 12 de 06 de 2011, de <http://www.mailxmail.com/curso-ofrecer-servicio-calidad>.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.
CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO – 2015.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPTESIS	VARIABLES	INDICADORES
¿Cómo incide la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015?	analizar la incidencia de la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las Empresas de Transporte de la ciudad de Puno – 2015	La capacidad gerencial de los administradores es ineficiente, con repercusiones en la calidad del servicio en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno	VI. Capacidad gerencial VD. Calidad de servicio	Grado de instrucción Experiencia Dedicación Habilidad Buen trato Seguridad Higiene Honestidad Comodidad Empatía Puntualidad
¿Cómo es la capacidad gerencial en las Empresa de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015?	Describir la capacidad gerencial en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015	La capacidad gerencial es ineficiente en la administración de las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno	VI. Capacidad gerencial VD. Administración	Grado de instrucción Experiencia Dedicación Habilidad Misión Visión Planeación Organización Dirección Control
¿Cuál es el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015?	Determinar el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015	El nivel de la calidad de servicio que prestan las Empresas de transporte urbano es ineficiente por la inexistencia de la calidad en el servicio	VI. Cliente VD. Calidad de servicio	Satisfacción Confiabilidad Fidelidad Difusión Buen trato Seguridad Higiene Honestidad Comodidad Empatía Puntualidad
¿Cómo mejorar la calidad de servicio en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno?	Proponer lineamientos para mejorar la calidad de servicio en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno			

Anexo 2. Encuesta dirigida a los gerentes de las empresas de transporte urbano.

Señor(a) Gerente le suplicamos que sus respuestas sean proporcionados con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"

1.- ¿Cuál es su grado de instrucción en la actualidad?

- a) Primaria ()
- b) Secundaria ()
- c) Técnico. ()
- d) Superior ()

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica usted a la gerencia de la empresa?

- a) Dos horas ()
- b) Cuatro horas ()
- c) Seis horas ()
- d) Ocho horas ()
- e) No le dedico ()

3.- ¿Cuánto tiempo se desempeña usted como gerente?

- a) Menos de un año ()
- b) Un año ()
- c) Dos años ()
- d) Tres años ()
- e) Mas de tres años ()

- 4.- ¿La empresa cuenta con instrumentos de gestión (Manual de organizaciones y funciones MOF, Reglamento de organizaciones y funciones ROF, estatutos, reglamentos, normas de tránsito, otros)?
- a) Si ()
- b) No ()
- 5.- ¿Recibe usted capacitación o charlas sobre calidad de servicio por parte de alguna entidad (Municipalidad, institutos, otros)?
- a) Siempre ()
- b) Algunas veces ()
- c) Nunca ()
- 6.- ¿Cada cuánto tiempo se programan capacitaciones, charlas o talleres sobre calidad de servicio para el personal que labora en la empresa?
- a) Anual ()
- b) Semestral ()
- c) Trimestral ()
- d) Mensual ()
- e) Nunca ()
- 7.- ¿Dialoga usted con los socios sobre la situación del personal de la empresa y de las unidades móviles?
- a) Si ()
- b) De vez en cuando ()
- c) No ()
- 8.- ¿Quién es el titular de las unidades móviles de la empresa?
- a) Empresa ()
- b) Propietario ()

- 9.- ¿Conoce usted la situación laboral del personal de la empresa?
- a) Si ()
- b) No ()
- 10.- ¿La empresa posee un sistema o políticas específicas de mantenimiento y reparación de sus unidades móviles?
- a) Si ()
- b) No ()

Muchas Gracias.

Anexo 3. Encuesta dirigida a los usuarios o pasajeros para conocer la calidad de servicio prestado por las empresas de transporte urbano.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionados con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA “X”

1.- ¿Cómo califica usted el trato (cordialidad, comprensión, respeto) del personal al momento de tomar el servicio de transporte y durante el viaje?

- 1. Pésimo ()
- 2. Malo ()
- 3. Regular ()
- 4. Bueno ()
- 5. Excelente ()

2.- ¿Cómo califica usted la actitud para escuchar opiniones, reclamos o sugerencias por parte de los conductores y cobradores?

- 1. Pésimo ()
- 2. Malo ()
- 3. Regular ()
- 4. Bueno ()
- 5. Excelente ()

3.- ¿Cómo califica usted la actitud de los cobradores para ayudar a subir y bajar a los pasajeros?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

4.- ¿Cómo califica usted la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal de las empresas de transporte?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

5.- ¿Cómo califica usted la comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

6.- ¿Cómo califica usted la seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

7.- ¿Cómo califica usted la honestidad del personal (seguramente alguna vez se le olvido alguna de sus pertenencias en la unidad en la que viajo, ha tenido la oportunidad de recuperarlo)?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

8.- ¿Cómo califica usted el servicio prestado por las empresas de transporte urbano?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

9.- ¿Cómo califica usted el logro de sus expectativas frente al servicio prestado por las empresas de transporte urbano?

1. Pésimo ()
2. Malo ()
3. Regular ()
4. Bueno ()
5. Excelente ()

Muchas Gracias.

Anexo 4. Cuadro resumen de las encuestas dirigido a los gerentes de las empresas de transporte urbano.

ANEXO N° 04

CUADRO RESUMEN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDO A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	ALTERNATIVAS										TOTAL	
	G-1	G-2	G-3	G-4	G-5	G-6	G-7	CANT.				
1 ¿Cuál es su grado de instrucción en la actualidad?	PRIMARIA										0	7
	SECUNDARIA	X		X		X					3	
	TECNICO		X		X						2	
	SUPERIOR						X	X			2	
	8 HORAS		X	X							2	
2 ¿Cuánto tiempo le dedica usted a la gerencia de la empresa?	6 HORAS	X			X						3	7
	4 HORAS					X		X			2	
	2 HORAS										0	
	NO LE DEDICO										0	
	MENOS DE UN AÑO	X		X		X					3	
3 ¿Cuánto tiempo se desempeña usted como gerente?	UN AÑO		X					X			2	7
	DOS AÑOS				X						1	
	TRES AÑOS								X		1	
	MAS DE TRES AÑOS										0	
	SI	X		X		X					4	
4 ¿La empresa cuenta con instrumentos de gestión (MDF, ROF, estatutos, reglamentos, normas de tránsito, otros)?	NO		X		X						3	7
	SIEMPRE			X				X			2	
	ALGUNAS VECES	X	X		X						4	
	NUNCA					X					1	
	NUNCA										0	
5 ¿Cada cuánto tiempo se programan capacitaciones, charlas o talleres sobre calidad de servicio para el personal que labora en la empresa?	MENSUAL	X									1	7
	TRIMESTRAL		X								1	
	SEMESTRAL			X		X	X				3	
	ANUAL				X			X			2	
	SI	X	X			X	X				4	
6 ¿Dialoga usted con los socios sobre la situación del personal de la empresa y de las unidades móviles?	DE VEZ EN CUANDO			X	X						3	7
	NO										0	
	EMPRESA										0	
	PROPIETARIO	X	X	X	X	X	X				7	
	SI			X							1	
7 ¿Quiénes son los titulares de las unidades móviles de la empresa?	NO	X	X		X	X					6	7
	SI										1	
	SI		X		X	X					2	
	NO	X	X		X	X					5	
	SI			X							2	
8 ¿La empresa posee un sistema o políticas específicas de mantenimiento y reparación de sus unidades móviles?	NO	X	X	X	X	X					5	7
	SI										2	
	SI										2	
	NO	X	X	X	X	X					5	
	SI										2	

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

ARTÍCULO CIENTÍFICO

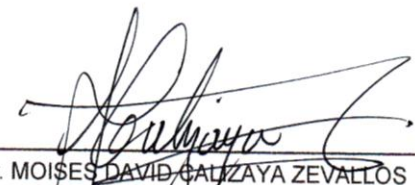
**CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS
DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO - 2015**

**MANAGEMENT CAPACITY AND QUALITY OF SERVICE IN URBAN
TRANSPORTATION COMPANIES IN THE CITY OF PUNO – 2015**

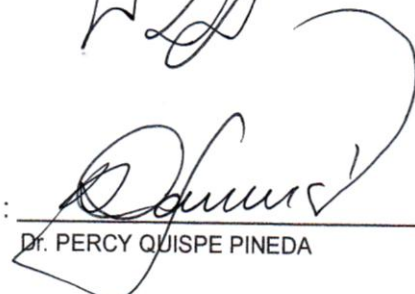
PRESENTADO POR:

MARIO ANIBAL LOPEZ MOLINA

DIRECTOR DE TESIS


: _____
Dr. MOISES DAVID GALZAYA ZEVALLOS

COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN


: _____
Dr. PERCY QUISPE PINEDA

PUNO – PERÚ
2018

**CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS
DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO - 2015**

MANAGEMENT CAPACITY AND QUALITY OF SERVICE IN URBAN
TRANSPORTATION COMPANIES IN THE CITY OF PUNO – 2015

MARIO ANIBAL LOPEZ MOLINA

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

CAPACIDAD GERENCIAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO EN LA CIUDAD DE PUNO – 2015

MANAGEMENT CAPACITY AND QUALITY OF SERVICE IN URBAN TRANSPORTATION COMPANIES IN THE CITY OF PUNO – 2015

AUTOR: MARIO ANIBAL LOPEZ MOLINA

CORREO ELECTRONICO: mariolm21@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

El presente trabajo fue elaborado en la ciudad de Puno donde existen gran cantidad de empresas de transporte urbano de pasajeros las cuales se dedican a prestar servicios de transporte al público en general, estas tienen debilidades en cuanto a la capacidad gerencial, calidad de servicio. Es por esta razón, que se llevó a cabo el presente trabajo de investigación titulado “Capacidad gerencial y calidad de servicio en las empresas de transporte urbano en la ciudad de Puno - 2015”, donde se realizó el estudio de la capacidad gerencial y calidad de servicio, para conocer su actual estado. Un 43% de los gerentes encuestados cuentan con estudios secundarios, 29% con estudio superior, 29% con estudio técnico, lo cual demuestra que probablemente los gerentes no recibieron cursos de administración y de calidad de servicio, a su vez cabe resaltar que aquellos que cuentan con estudios superiores no le dedican tiempo ni atención exclusiva a las necesidades requeridas por la empresa, La gerencia de las empresas de transporte urbano en su mayoría tiene una administración empírica por lo que no cuenta con conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial, la dedicación a este cargo no es exclusiva debido a otras ocupaciones y muchas veces se olvida la operatividad de la empresa. Para lo que se considera necesario programar charlas o talleres para los gerentes de las empresas de transporte urbano, puesto que muchos de ellos no conocen realmente la responsabilidad de su cargo dejando de lado la importancia de la calidad de servicio, donde un 41% de los usuarios encuestados considera que sus expectativas son cubiertas de manera regular, 38% considera que no cubre sus expectativas calificándola como mala, 11% afirma que sus expectativas no se cubren calificándola como pésima, 6% afirma que es buena, 4% afirma que es excelente. El nivel de calidad de servicio en las empresas de transporte urbano de pasajeros es deficiente y el nivel de satisfacción del cliente es negativo con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, por tanto la

mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido. Por lo que se considera necesario programar charlas y talleres sobre la importancia de la calidad de servicio para el personal de la empresa, ya que estos están en contacto directo son los usuarios, mejorar la situación laboral del personal, implementar políticas de gestión (misión, visión, normas, derechos, sanciones), políticas de mantenimiento y estrategias de control. A su vez se debe revisar los aspectos de seguridad, limpieza e higiene, honestidad, trato, actitud de servicio, comodidad, comunicación, para mejorar la calidad de servicio. Para lo cual se considera necesario que la gerencia implemente políticas para mejorar la calidad de servicio y a su vez incrementar su rentabilidad de las empresas de transporte.

Palabras clave: Capacidad, servicio, gerencia, calidad, satisfacción al cliente.

ABSTRACT

This work was developed in the city of Puno where there are many urban passenger transport companies which are dedicated to providing transport services to the general public, they have weaknesses in terms of management capacity, quality of service. It is for this reason that the present research work entitled "Managerial capacity and quality of service in urban transport companies in the city of Puno - 2015" was carried out, where the study of the managerial capacity and quality of service, to know its current status. 43% of the managers surveyed have secondary studies, 29% with higher education, 29% with technical study, which shows that managers probably did not receive courses in administration and quality of service, in turn it should be noted that those They have higher education do not devote time or exclusive attention to the needs required by the company, The management of urban transport companies mostly has an empirical management so it does not have adequate knowledge of business administration and management, dedication to this position is not exclusive due to other occupations and often forget the operation of the company. For what it is considered necessary to schedule talks or workshops for the managers of the urban transport companies, since many of them do not really know the responsibility of their position, leaving aside the importance of the quality of service, where 41% of the users surveyed consider that their expectations are covered on a regular basis, 38% consider that they do not cover their expectations, rating it as bad, 11% affirm that their expectations are not covered by rating it as terrible, 6% affirm that it is good, 4% He says he is excellent. The level of quality of service in urban passenger transport companies is poor and the level of customer satisfaction is negative in relation to the assessment of their expectations and perceived performance, therefore most users are not satisfied with the service received. Therefore, it is considered necessary to

schedule talks and workshops on the importance of quality of service for the company's personnel, since these are in direct contact with users, improve the work situation of the personnel, implement management policies (mission, vision, norms, rights, sanctions), maintenance policies and control strategies. At the same time, the aspects of safety, cleanliness and hygiene, honesty, treatment, attitude of service, comfort, communication, to improve the quality of service must be reviewed. For which it is considered necessary for management to implement policies to improve the quality of service and in turn increase the profitability of transport companies.

Keywords: Capacity, service, management, quality, customer satisfaction.

INTRODUCCIÓN

La problemática está representada por la mala organización y administración por parte de los representantes y socios de las empresas de transporte de servicio urbano, falta de capacidad para establecer metas y objetivos hacia donde se quiere llegar, falta de motivación, estímulo y trabajo en equipo del personal, los gerentes no cuentan con la experiencia necesaria para la dirección y control de la empresa, existiendo también un alto grado de desconocimiento acerca de la importancia de la calidad de servicio por parte de los conductores y cobradores, debido a la falta de capacitación y preparación, estos aspectos no permiten brindar un servicio adecuado a los usuarios, provocando la disminución de ingresos para la empresa, lo cual no permite aprovechar las oportunidades que puedan presentarse, y desarrollar estrategias que garanticen el éxito empresarial.

Para tal efecto, en él se plantea el siguiente problema: ¿Cómo incide la capacidad gerencial en la calidad de servicio de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno - 2015?, para dar respuesta a esta interrogante se utilizó diversos métodos y técnicas.

Por lo que el primer objetivo es: Describir la capacidad gerencial en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015, el segundo objetivo: Determinar el nivel de la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015. Para así luego conocer las debilidades de las empresas y poder proponer lineamientos para mejorar la calidad de servicio en las Empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

MATERIAL Y MÉTODOS

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método inductivo

Este método se basa en la lógica para emitir su razonamiento, la inducción es una forma de raciocinio o argumentación, lo que conlleva a un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación. Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. Este método permitió percibir la situación actual de las empresas de transporte urbano en la gestión administrativa, por otro lado permitió conocer la percepción de los usuarios referido a la calidad de servicio.

Método descriptivo

Este método tiene como objetivo describir y analizar sistemáticamente “lo que existe” con respecto a las variaciones o las condiciones de una situación. Se describe lo observado por experiencia vivencial en una organización. Este método se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones. Este método se utilizó para estudiar la problemática que tienen en común las empresas de transporte urbano de pasajeros de la ciudad de Puno.

Método analítico

Este método consiste en la división de un todo, descomponiéndolo en sus elementos para observar las causas, naturaleza y defectos; es hacer la separación de sus componentes y observar periódicamente cada una de ellos. Nos viabiliza la observación de los recursos de las empresas de transporte, el análisis de la documentación existente y otros documentos de interés con el fin de examinar su sistema de organización, recursos, para así lograr mejorar el servicio al cliente. Este método se utilizó para interpretar coherentemente los resultados, que sirvieron para la contrastación de las hipótesis planteadas, haciendo y tomando cada parte de la información obtenida, con el fin de llegar a la conclusión general de las causas de la problemática de estas empresas.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo compuesta por las Empresas de transporte urbano de inscritas formalmente en la Dirección de Transportes de la Municipalidad Provincial de PUNO, puesto que se cuenta con un registro exacto de aquellos. Para esta primera etapa de investigación se ha considerado el diseño muestral con la modalidad "al azar simple" cuya muestra serían 7 empresas.

Para el presente trabajo de investigación la población motivo de estudio estuvo constituida por los 4000 clientes que acudieron en promedio semanalmente a las distintas empresas de transporte urbano en el año 2015.

RESUMEN DE POBLACIÓN Y MUESTRA

	POBLACION	MUESTRA
GERENTES DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE	46	7
USUARIOS O PASAJEROS DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE	4000	350
TOTAL	4046	357

TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS.

Observación

Se define como el uso sistémico de nuestros sentidos para buscar los datos que necesitamos para absolver el problema de investigación. Para el desarrollo de la investigación fue necesaria la observación en forma directa e indirecta para percibir la situación actual de las empresas de Transporte urbano en la gestión administrativa y por otro lado se pudo conocer la percepción de los usuarios referido a las empresas de transporte urbano. El instrumento a utilizar es el cuaderno de apuntes.

Encuestas

Instrumento relacionado a la aplicación de un cuestionario lo cual consiste en un sistema de preguntas abiertas y cerradas de alternativas múltiples. La encuesta se utilizó con el fin de conocer las opiniones de los usuarios con relación a las empresas de transporte Urbano de pasajeros de Puno. Se llevó a cabo de manera escrita con la finalidad de dar respuesta a nuestras preguntas con el objetivo de confirmar o rechazar las hipótesis planteadas sobre la capacidad gerencial y calidad de servicio.

El instrumento a utilizar será la escala de tipo Likert, la cual es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación. Cuando respondemos a un elemento de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, lo hacemos especificando el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración.

TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.

Consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio, y tiene como fin generar resultado (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos de hipótesis de la investigación realizada.

- Primero se recolectaron los datos a través de encuestas dirigidas a los gerentes y usuarios de las empresas de transporte.

- Estos datos de clasificaron y se ordenaron según correspondía
- Una vez ordenados se presentaron en cuadros y gráficos respectivamente
- Los cuadros y gráficos se analizan e interpretan a base a los resultados obtenidos.

MATERIALES

Los materiales utilizados en el presente trabajo son: manual de organizaciones y funciones, misión y visión de las empresas.

RESULTADOS

DESCRIBIR LA CAPACIDAD GERENCIAL EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO – 2015.

A) CAPACIDAD GERENCIAL

Con la finalidad de recopilar información relevante, se realizó una encuesta a 7 gerentes de las empresas de transporte urbano, se formularon interrogantes en base a los siguientes indicadores.

1. GRADO DE INSTRUCCION

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuál es su grado de instrucción en la actualidad?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 1. Grado de instrucción de los gerentes de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

GRADO DE INSTRUCCIÓN	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
PRIMARIA	0	0%
SECUNDARIA	3	43%
TECNICO	2	29%
SUPERIOR	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 1, un 43% de los gerentes encuestados cuentan con estudios secundarios, 29% con estudio superior, 29% con estudio técnico, lo cual demuestra que probablemente los gerentes no recibieron cursos de administración y de calidad de servicio, a su vez cabe resaltar que aquellos que cuentan con estudios superiores no le dedican tiempo ni atención exclusiva a las necesidades requeridas por la empresa.

2. DEDICACIÓN

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuánto tiempo le dedica usted a la gerencia de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 2. Dedicación de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

DEDICACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
8 HORAS	2	29%
6 HORAS	3	43%
4 HORAS	2	29%
2 HORAS	0	0%
NO LE DEDICO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 2, un 29% de los gerentes afirma que le dedica 8 horas a la gerencia de la empresa, ya que estos también trabajan en la empresa como conductores, 43% afirma que le dedica 6 horas debido a que tienen otros cargos y ocupaciones fuera de la empresa, 29% afirma que solo le dedica 4 horas. Lo cual demuestra que los gerentes no se dedican exclusivamente a la gerencia de la empresa.

3. EXPERIENCIA

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Cuánto tiempo se desempeña usted como gerente?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 3. Experiencia de la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

EXPERIENCIA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
MENOS DE UN AÑO	3	43%
UN AÑO	2	29%
DOS AÑOS	1	14%
TRES AÑOS	1	14%
MAS DE TRES AÑOS	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 3, un 43% de los gerentes encuestados afirma que su desempeño en el cargo es menor a un año, 29% afirma que su desempeño es de un año, 14% afirma que su desempeño como gerente es de 2 años, 14% afirma que su desempeño como gerente es de 3 años, ninguno se ha desempeñado en el cargo por más tiempo. Lo cual demuestra que los gerentes no poseen la experiencia suficiente y necesaria para estar al frente de la empresa, ya que la permanencia en el cargo de gerente es temporal.

4. INSTRUMENTOS DE GESTIÓN

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿La empresa cuenta con instrumentos de gestión (Manual de organizaciones y funciones MOF, Reglamento de organizaciones y funciones ROF, estatutos, reglamentos, normas de tránsito, otros)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 4. Conocimiento de los instrumentos de gestión de los gerentes de la empresa de transporte urbano 2015.

INSTRUMENTOS DE GESTION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 4, un 57% de los gerentes encuestados afirma que si conocen los instrumentos de gestión, sin embargo no es aplicado como debería ser y tampoco lo dan a conocer al personal de la empresa ,43% afirma que no conocen los instrumentos de gestión.

5. EVENTOS DE CAPACITACIÓN

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Recibe usted capacitación o charlas sobre calidad de servicio por parte de alguna entidad (Municipalidad, institutos, otros)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 5. Capacitación para la gerencia en las empresas de transporte urbano 2015.

CAPACITACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SIEMPRE	2	29%
ALGUNAS VECES	4	57%
NUNCA	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 5, un 29% de los gerentes encuestados afirma siempre recibe capacitación, 57% afirma que algunas veces recibe capacitación, 14% afirma que nunca recibe capacitación sobre calidad de servicio. Lo cual demuestra que la mayoría de gerentes no son debidamente capacitados sobre calidad de servicio; a su vez también se demuestra el desinterés de los mismos en participar en este tipo de eventos de capacitación.

La segunda interrogante planteada para este indicador fue: **¿Cada cuánto tiempo se programan capacitaciones, charlas o talleres sobre calidad de servicio para el personal que labora en la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 6. Charlas para el personal en las empresas de transporte urbano 2015.

CHARLAS PARA EL PERSONAL	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
NUNCA	0	0%
MENSUAL	1	14%
TRIMESTRAL	1	14%
SEMESTRAL	3	43%
ANUAL	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 6, un 43% de los gerentes encuestados afirma se realizan talleres y charlas para el personal de la empresa de manera semestral, 29% afirma que es de manera anual, 14% afirma que se realiza de manera trimestral, 14% considera que es de manera mensual. Lo que demuestra que el personal de la empresa no está debidamente capacitado, debido a que no se realizan jornadas, charlas o talleres sobre calidad de servicio de manera permanente.

6. HABILIDADES

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Dialoga usted con los socios sobre la situación del personal de la empresa y de las unidades móviles?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 7. Comunicación con los socios sobre la situación del personal en las empresas de transporte urbano 2015.

COMUNICACIÓN CON LOS SOCIOS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	4	57%
DE VEZ EN CUANDO	3	43%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 7, un 57% de los gerentes encuestados afirma que si dialoga con los socios sobre la situación de la empresa, sobre el personal y unidades de transporte, 43% afirma solo se comunica de vez en cuando. Lo que demuestra que los gerentes no poseen la suficiente capacidad de comunicación y convencimiento hacia los socios para plantear temas referidos a la situación de la empresa.

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Quién es el titular de las unidades móviles de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 8. Propiedad de las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

SITUACION DE LAS UNIDADES MOVILES	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EMPRESA	0	0%
PROPIETARIO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 8, un 100% de los gerentes encuestados afirma que las unidades móviles se encuentran a nombre de los socios o propietarios. Lo cual demuestra que la empresa no es responsable de las unidades móviles, por tanto la gerencia no puede tomar decisiones sobre las unidades móviles.

En la encuesta destinada a los gerentes, se plantea la siguiente interrogante: **¿Conoce usted la situación laboral del personal de la empresa?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 9. Situación laboral del personal de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

SITUACION LABORAL DEL PERSONAL	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 9, un 86% de los gerentes encuestados afirma que no conoce la situación laboral del personal, 14% afirma que si conoce la situación laboral del personal de la empresa, lo que demuestra que los gerentes no están informados debido a que cada dueño de la unidad móvil es el encargado de la remuneración del personal, tanto para conductores y cobradores.

En la encuesta a los gerentes se plantea la siguiente interrogante: **¿La empresa posee un sistema o políticas específicas de mantenimiento y reparación de sus unidades móviles?** Obteniéndose el siguiente resultado:

Cuadro 10. Políticas de mantenimiento y reparación en las empresas de transporte urbano 2015.

MANTENIMIENTO Y REPARACION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a gerentes de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 10, un 71% de los gerentes encuestados afirma que no poseen políticas de mantenimiento, 29% afirma que si posee políticas de mantenimiento, lo cual demuestra el mal estado de las unidades móviles, debido a que cada propietario se encuentra a cargo de su propia unidad dándoles mantenimiento cuando ellos lo creen conveniente.

C) CALIDAD DE SERVICIO

Con la finalidad de recopilar información relevante sobre la percepción de la calidad de servicio se realizó una encuesta a 350 usuarios (pasajeros) de las empresas de transporte urbano, para lo cual se formularon interrogantes en base a los siguientes indicadores.

1. EMPATIA

La empatía es la habilidad para estar conscientes de, reconocer, comprender y apreciar los sentimientos de los demás. La empatía es una destreza básica de la comunicación interpersonal, ella permite un entendimiento sólido entre dos personas. La primera interrogante en la encuesta realizada a los usuarios fue **¿Cómo califica usted el trato (cordialidad, comprensión, respeto) del personal al momento de tomar el servicio de transporte y durante el viaje?** Obteniendo como resultado lo siguiente:

Cuadro 11. Trato a los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

BUEN TRATO	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	0	0%
BUENO	25	7%
REGULAR	223	64%
MALO	84	24%
PÉSIMO	18	5%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 11, un 64% de los usuarios encuestados califican como regular el trato que reciben por parte del personal de la empresa, 24% afirma que el trato es malo, 7% considera que el trato es bueno, 5% de los encuestados afirma que el trato es pésimo, lo cual demuestra que la falta de buen trato a los usuarios por parte del personal es una debilidad integral en la empresa.

La segunda interrogante planteada fue **¿Cómo califica usted la actitud para escuchar opiniones, reclamos o sugerencias por parte de los conductores y cobradores?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 12. Actitud del personal para escuchar sugerencias y reclamos con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

ACTITUD PARA ESCUCHAR	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	6	2%
BUENO	26	7%
REGULAR	85	24%
MALO	148	42%
PÉSIMO	85	24%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 12, un 42% de los usuarios encuestados afirman que la actitud para escuchar sugerencias, opiniones o reclamos por el personal de las empresas es mala, un 24% afirma que es regular, 24% la considera pésima, 7% afirma que es buena, 2% afirma que es excelente, lo que demuestra que la actitud del personal para escuchar al usuario es deficiente.

2. CAPACIDAD DE RESPUESTA

Es el servicio y el deseo de ayudar a los clientes en el momento preciso que los usuarios lo requieren y estar siempre listos para resolver las peticiones de estos.

La interrogante planteada a los usuarios fue **¿Cómo califica usted la actitud de los cobradores para ayudar a subir y bajar a los pasajeros?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 13. Capacidad de respuesta del personal con los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	30	9%
BUENO	52	15%
REGULAR	130	37%
MALO	118	34%
PÉSIMO	20	6%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 13, un 37% de la población encuestada afirma que la capacidad de respuesta del personal hacia los usuarios es regular, 34% afirma que es mala un 15% afirma que es buena, 9 % la considera excelente y un 6% la considera pésimo, lo cual nos demuestra que por lo general no existe suficiente capacidad de servir y cubrir las necesidades de los usuarios por parte del personal de la empresa.

3. ELEMENTOS FISICOS

Este indicador muestra la presentación, la apariencia, higiene, limpieza y la calidad de las instalaciones físicas, unidades, equipos diversos que intervienen en la presentación del servicio y del personal.

La primera interrogante planteada para este indicador fue **¿Cómo califica usted la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal de las empresas de transporte?** Obteniéndose como resultado lo siguiente:

Cuadro 14. Higiene en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno.

HIGIENE	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	28	8%
BUENO	45	13%
REGULAR	143	41%
MALO	99	28%
PÉSIMO	35	10%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 14, un 41% de la población encuestada califica como regular la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal, 28% afirma que es mala, 13% afirma que es buena, 10% afirma que es pésima y el 8% afirma es excelente, lo cual demuestra que la limpieza e higiene de las unidades móviles y personal no es satisfactoria provocando incomodidad en los usuarios.

La segunda interrogante planteada para este indicador fue **¿Cómo califica usted la comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 15. Comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

COMODIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	18	5%
BUENO	23	7%
REGULAR	169	48%
MALO	125	36%
PÉSIMO	15	4%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 15, un 48% de los encuestados afirma que la comodidad en las unidades móviles es regular, 36% afirma que es mala, 7% considera como buena, 5% considera que es excelente, 4% considera que es pésimo. Lo cual demuestra que

los usuarios no se sienten completamente cómodos debido a que los espacios son reducidos, la infraestructura de los vehículos es inadecuada y no se respeta la capacidad de las unidades de transporte, siendo labor del gerente revisar estos aspectos a través de un control y revisiones.

4. SEGURIDAD

Es el parámetro que muestra el grado en el cual se brinda un servicio ya sea de manera segura, exacta, consistente, sin riesgos, sin peligros, ni eventualidades.

Para la medición de este parámetro se planteó la siguiente interrogante **¿Cómo califica usted la seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 16. Seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

SEGURIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	28	8%
BUENO	42	12%
REGULAR	127	36%
MALO	123	35%
PÉSIMO	30	9%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 16, un 36% de los usuarios encuestados califican como regular la seguridad en las empresas de transporte, 35% considera que es mala, 12% afirma que es buena, 9% como pésima la seguridad, 8% afirma que es excelente. Lo que demuestra que la mayoría de usuarios no sienten seguridad al tomar el servicio de transporte, debido a que las unidades móviles no están en la capacidad de acudir algún accidente que pudiera ocurrir durante el trayecto ya que casi la totalidad de unidades no cuentan con un botiquín o en tal caso no cuentan con los implementos necesarios, tampoco cuentan con un extinguidor.

5. CONFIABILIDAD

Este componente está relacionado directamente a la seguridad y credibilidad.

La interrogante planteada para este indicador fue: **¿Cómo califica usted la honestidad del personal (seguramente alguna vez se le olvido alguna de sus pertenencias en la unidad en la que viajo, ha tenido la oportunidad de recuperarlo)?** Quedando como resultado lo siguiente:

Cuadro 17. Honestidad en las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno – 2015.

HONESTIDAD	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	0	0%
BUENO	6	2%
REGULAR	33	9%
MALO	121	35%
PÉSIMO	190	54%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como muestra el cuadro 17, un 54% de los encuestados considera como pésima la honestidad ya que nunca tuvieron la oportunidad de recuperar sus pertenencias, 35% considera que es mala, 9% afirma que regularmente recupero sus pertenencias y 2% que considera de buena. Lo cual demuestra que el personal no da aviso de las pertenencias olvidadas en las unidades móviles provocando desconfianza en los usuarios.

Cuadro 18. Análisis de calidad de servicio.

INDICADOR \ RESPUESTA	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	PÉSIMO	TOTAL
EMPATIA	1%	7%	44%	33%	15%	100%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9%	15%	36%	34%	6%	100%
ELEMENTOS FISICOS	7%	10%	44%	32%	7%	100%
SEGURIDAD	8%	12%	36%	35%	9%	100%
CONFIABILIDAD	0%	2%	9%	35%	54%	100%
TOTAL	5%	9%	34%	34%	18%	100%

Fuente: Cuadros N° 11 y 12, 13, 14 y 15, 16, 17.

Como se ha observado, según los cuadros y gráficos sobre capacidad gerencial los gerentes de las empresas de transporte no se encuentran debidamente capacitados en las áreas de administración, gestión empresarial y calidad de servicio, no dedican su labor de manera exclusiva para la empresa, no poseen la experiencia, tampoco se encargan de capacitar al personal para mejorar el servicio que prestan; donde esta carencia se ve reflejada en la deficiente calidad de servicio que brindan a los usuarios como se ha demostrado en los cuadros y gráficos sobre calidad de servicio cuyos datos fueron brindados por los usuarios del servicio de transporte, quienes en su mayoría calificaron el servicio como regular hacia pésimo; demostrándose así que la ineficiente capacidad gerencial influye negativamente en la calidad de servicio.

DETERMINAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE PUNO - 2015

SATISFACCION DEL CLIENTE

Este es el objetivo primordial de toda empresa para lo cual el conocimiento de este indicador es indispensable y para su medición se consideró los siguientes ítems.

a) RENDIMIENTO PERCIBIDO

Es la percepción final que el usuario tiene acerca del servicio recibido luego de haberlo adquirido.

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Cómo califica usted el servicio prestado por las empresas de transporte urbano?**

Cuadro 19. Rendimiento percibido de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

SATISFACCION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	15	4%
BUENO	29	8%
REGULAR	131	37%
MALO	117	33%
PÉSIMO	58	17%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 19, un 37% de los usuarios encuestados considera que la calidad de servicio es regular, 33% considera que es mala, 17% considera que es pésima, 8% afirma que es buena, 4% afirma que la calidad de servicio es excelente. Lo que demuestra que la percepción del usuario sobre la calidad de servicio es desfavorable.

b) EXPECTATIVAS

Se refiere a lo que el usuario del servicio esperaba recibir del servicio adquirido.

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Cómo califica usted el logro de sus expectativas frente al servicio prestado por las empresas de transporte urbano?**

Cuadro 20. Expectativas en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.

EXPECTATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	13	4%
BUENO	21	6%
REGULAR	143	41%
MALO	133	38%
PÉSIMO	40	11%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Como se muestra en el cuadro 20, un 41% de los usuarios encuestados considera que sus expectativas son cubiertas de manera regular, 38% considera que no cubre sus expectativas calificándola como mala, 11% afirma que sus expectativas no se cubren calificándola como pésima, 6% afirma que es buena, 4% afirma que es excelente. Lo que demuestra que las expectativas de los usuarios no son cubiertas, ya que la mayoría de los clientes afirma que el servicio recibido no fue el esperado por lo tanto no quedaron satisfechos con el servicio recibido.

c) NIVEL DE SATISFACCIÓN

Se refiere al nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas

Para lo cual se planteó la siguiente interrogante: **¿Si las empresas de transporte mejorarían su calidad de servicio y colmaría sus expectativas estaría usted dispuesto a incrementar un porcentaje al precio del pasaje?**

Cuadro 21. Satisfacción en los usuarios de las empresas de transporte urbano 2015.

SATISFACCION	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
SI	238	68%
NO	112	32%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de las empresas de transporte urbano.

Cuadro 22. Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de las empresas de transporte urbano de la ciudad de Puno 2015.

EXPECTATIVAS	ESCALA VALOR	RENDIMIENTO PERCIBIDO		EXPECTATIVAS		NIVEL DE SATISFACCION
EXCELENTE	5	15	75	13	65	10
BUENO	4	29	116	21	84	32
REGULAR	3	131	393	143	429	-36
MALO	2	117	234	133	266	-32
PÉSIMO	1	58	58	40	40	18
TOTAL		350	876	350	884	-8

Fuente: Cuadros 19, 20.

DISCUSIÓN

Entre las principales actividades que tienen los gerentes podemos concluir que solo se avocan a representar a la empresa y dirigir las operaciones de estas por cuanto sus actividades son muy limitadas y esto se basa principalmente por la falta de conocimiento. Las actividades de representación de los gerentes se hacen rutinarias, es decir solo en el aspecto documentario, olvidándose de la parte operativa, por

cuanto deducimos que esto se basa principalmente a la falta de perspectivas de desarrollo y conformismo principalmente. La mayoría de los gerentes está en su cargo por más de 3 años, como mucho de ellos no labora en otras instituciones (70%) siendo esta su única actividad: y los gerentes que laboran no trabajan en centros que tengan como función principal la administración y a su vez nunca ocuparon algún cargo de dirección y así quizá teniendo un poco de mayor conocimiento con respecto a la gerencia de la empresa. (Cortez, 2001)

Los estudios- de gerencia ayudan a orientar a las pequeñas y microempresas, permitiendo lograr un clima organizacional adecuado además todos los elementos que la conforman, estén en armonía con los objetivos de las PYMES; por otro lado que estos alcancen en un mediano plazo ciertos índices de productividad en bien del sector productivo e industrial. En una de las conclusiones: “la gerencia en las Pymes tiene en su mayoría una administración empírica por lo que no cuenta con conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial esto asociado al nivel de educación y capacitación alcanzados.

Se propone: Que los empresarios deben ser sistemáticamente capacitados en las áreas de gestión, ya que el logro de niveles productivos está asociado al nivel de educación y capacitación alcanzadas. (Pérez, 2001)

La presencia de personal no capacitado, genera un bajo nivel de calidad en el *servicio* de transporte en la empresa SAMENI, siendo ésta demostrada, mediante el análisis de sus componentes tales como: grado de instrucción, capacitación, conocimiento de calidad de servicio. De este análisis realizado al personal un 29% conoce el tema de calidad de servicio, resultando un 71% carente de conocimientos, por lo que existe falta de capacitación al personal. (Conza, 2015)

CONCLUSIONES

La gerencia en las empresas de transporte tiene en su mayoría una administración empírica por lo que no cuenta con conocimientos adecuados de administración y gestión empresarial lo cual está asociado a la falta de capacitación alcanzada.

La mayoría de los gerentes no se dedican exclusivamente a la actividad gerencial lo cual no permite brindar un servicio de calidad adecuada. El papel que los gerentes cumplen en las empresas de transporte es en muchas ocasiones únicamente de representar a las empresas olvidándose de la operatividad de estas.

El nivel de calidad de servicio que prestan las empresas de transporte urbano es considerado deficiente, ya que según los usuarios un 34% de los usuarios encuestados califico como regular la calidad de servicio, 34% califico como mala la

calidad de servicio, un 18% califica la calidad como pésima, mostrando así que la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido.

El nivel de satisfacción del cliente en la empresa es negativa con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, mostrando un resultado de - 8 de insatisfacción en los clientes en cuanto al servicio brindado.

BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, R. (2000). *Marketing:Enfoque America Latina*. Mexico: McGraw-Hill.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodologia de la Investigaci3n*. Shalom.
- Berry , L. (1993). *Calidad Total de la Gestion de Servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Conza, S. J. (2015). “*Calidad De Servicio Y Rentabilidad De La Empresa De Transporte Turistico Sameni S.R.L. Periodos 2011 - 2012*”*Universidad Nacional del Altiplano*. Puno.
- Dias, J. (1989). *Diccionario y manual de contabilidad y administracion* (Tercera edicion ed.). Lima: El Universo S.A.
- Drucker, P. F. (1979). *La Gerencia de Empresas*. Espaa: Edhasa.
- Freman, E. R. (1995). *Administracion*. Mexico: Prentice hall hispanoamericana S.A.
- Fundaci3n CETMO. (2006). *Gestion de la Calidad del Servicio*. Espaa.
- Martinez, V. (2014). *Calidad de Servicio y Satisfaccion del Cliente*. Sintesis.
- Montesinos, J. (2004). *Las 30 leyes del marketing en el Peru*. Lima - Peru: Colores y trazos.
- Cortez, W. (2001). “*Análisis de la capacidad gerencial y propuestas de Plan Estratégico de Marketing de servicios para las PYMES de transporte urbano de la ciudad de Puno*” *Universidad Nacional del Altiplano*. Puno.
- Palafox, G. (2012). *Administraci3n: teorí a, proceso, á reas funcionales y estrategias para la competitividad*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Peralta, W. (2000). *Estrategia del servicio al cliente*. Recuperado el 30 de 12 de 2010, de Monografias.com.
- Perez, A. (2001). “*Análisis de los factores gerenciales en la productividad de las PYMES*” *Universidad Nacional del Altiplano*. puno.
- Salom3n, J. O. (2010). “*Capacidades Gerenciales En Las Empresas Familiares Peruanas*” *Pontificie Universidad Catolica del Peru*. lima.
- Secretaria de funcion publica. (2003). *Guia de la prueba de conocimientos y habilidades de la capacidad gerencial*.
- Senlle, A. (1992). *Calidad y Liderazgo*. Barcelona: Ediciones Gestion 2000 S.A.

WEBGRAFIA

Cardona, J. M. (2006). *Espiritu gerencial*. Recuperado el 25 de 05 de 2010, de <http://www.gestiopolis.com/canales6/ger/espirtu-gerencial.htm>.

Focus Calidad de Servicio. (16 de 03 de 2014). Obtenido de <https://focusve.wordpress.com/2014/03/16/principios-en-los-que-descansa-la-calidad-del-servicio/>.

Martinez Luque, T. (02 de 03 de 2009). *mailxmail.com*. Recuperado el 25 de 11 de 2009, de <http://www.mailxmail.com/curso-administracion-empresas-organizacion>.

Neyra, C. (2002). *Servicio al Cliente*. Recuperado el 5 de 10 de 2010, de <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml#ser>.

Valencia, T. (23 de 05 de 2005). *mailxmail.com*. Recuperado el 12 de 06 de 2011, de <http://www.mailxmail.com/curso-ofrecer-servicio-calidad>.

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los gerentes de las empresas de transporte urbano.

Señor(a) Gerente le suplicamos que sus respuestas sean proporcionados con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"

1.- ¿Cuál es su grado de instrucción en la actualidad?

- e) Primaria ()
- f) Secundaria ()
- g) Técnico. ()
- h) Superior ()

2.- ¿Cuánto tiempo le dedica usted a la gerencia de la empresa?

- f) Dos horas ()
- g) Cuatro horas ()
- h) Seis horas ()
- i) Ocho horas ()
- j) No le dedico ()

3.- ¿Cuánto tiempo se desempeña usted como gerente?

- a) Menos de un año ()
- b) Un año ()
- c) Dos años ()
- d) Tres años ()
- e) Mas de tres años ()

- 4.- ¿La empresa cuenta con instrumentos de gestión (Manual de organizaciones y funciones MOF, Reglamento de organizaciones y funciones ROF, estatutos, reglamentos, normas de tránsito, otros)?
- c) Si ()
- d) No ()
- 5.- ¿Recibe usted capacitación o charlas sobre calidad de servicio por parte de alguna entidad (Municipalidad, institutos, otros)?
- d) Siempre ()
- e) Algunas veces ()
- f) Nunca ()
- 6.- ¿Cada cuánto tiempo se programan capacitaciones, charlas o talleres sobre calidad de servicio para el personal que labora en la empresa?
- f) Anual ()
- g) Semestral ()
- h) Trimestral ()
- i) Mensual ()
- j) Nunca ()
- 7.- ¿Dialoga usted con los socios sobre la situación del personal de la empresa y de las unidades móviles?
- d) Si ()
- e) De vez en cuando ()
- f) No ()
- 8.- ¿Quién es el titular de las unidades móviles de la empresa?
- c) Empresa ()
- d) Propietario ()

- 9.- ¿Conoce usted la situación laboral del personal de la empresa?
- c) Si ()
- d) No ()
- 10.- ¿La empresa posee un sistema o políticas específicas de mantenimiento y reparación de sus unidades móviles?
- c) Si ()
- d) No ()

Muchas Gracias.

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los usuarios o pasajeros para conocer la calidad de servicio prestado por las empresas de transporte urbano.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionados con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"

1.- ¿Cómo califica usted el trato (cordialidad, comprensión, respeto) del personal al momento de tomar el servicio de transporte y durante el viaje?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

2.- ¿Cómo califica usted la actitud para escuchar opiniones, reclamos o sugerencias por parte de los conductores y cobradores?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

3.- ¿Cómo califica usted la actitud de los cobradores para ayudar a subir y bajar a los pasajeros?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

4.- ¿Cómo califica usted la limpieza e higiene en las unidades móviles y en el personal de las empresas de transporte?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

5.- ¿Cómo califica usted la comodidad en las unidades móviles de las empresas de transporte?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

6.- ¿Cómo califica usted la seguridad en las unidades móviles de las empresas de transporte urbano?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

7.- ¿Cómo califica usted la honestidad del personal (seguramente alguna vez se le olvido alguna de sus pertenencias en la unidad en la que viajo, ha tenido la oportunidad de recuperarlo)?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

8.- ¿Cómo califica usted el servicio prestado por las empresas de transporte urbano?

6. Pésimo ()

7. Malo ()

8. Regular ()

9. Bueno ()

10. Excelente ()

9.- ¿Cómo califica usted el logro de sus expectativas frente al servicio prestado por las empresas de transporte urbano?

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 6. | Pésimo | () |
| 7. | Malo | () |
| 8. | Regular | () |
| 9. | Bueno | () |
| 10. | Excelente | () |

Muchas Gracias.