

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE
LA EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS
S.C.R.L. PERIODOS 2014 - 2015”**

PRESENTADO POR:

MAMANI BASURCO, YANETH

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2018

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

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE
 LA EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS
 S.C.R.L. PERIODOS 2014 - 2015”**

TESIS PRESENTADO POR:

MAMANI BASURCO, YANETH

PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE	: DR. EDGARDO PINEDA QUISPE
PRIMER MIEMBRO	: DRA. MARIA AMPARO CATAORA PEÑARANDA
SEGUNDO MIEMBRO	: M.Sc. MARCO ENRIQUE CONDORI ONOFRE
DIRECTOR DE TESIS	: DR. MARCO ANTONIO RUELAS HUMPIRI

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 22 de Diciembre del 2016

LINEA DE INVESTIGACIÓN: Administración

TEMA: Calidad De Servicio Y Rentabilidad

DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, por ser el motivo de lograr todo cuanto deseo, en especial a mi hermana quien es mi paradigma de carácter.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios en primer lugar por la sabiduría, a mi familia por su apoyo incondicional, a mis docentes por su desempeño en mi formación profesional, mis asesores y jurados quienes hicieron posible este resultado y a mi alma mater por la oportunidad.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	x

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento Del Problema	1
1.1.1. Definición del Problema.....	2
1.1.1.1. Problema General	2
1.1.1.2. Problemas Específicos	2
1.2. Antecedentes Del Estudio.....	3
1.3. Objetivos De La Investigación.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Teórico.....	7
2.2. Marco Conceptual.....	33

2.3. Hipótesis De La Investigación	38
--	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Nivel De Investigación	41
3.2. Tipo De Investigación	42
3.3. Diseño De La Investigación	42
3.4. Método De La Investigación.....	43
3.5. Población Y Muestra.....	44
3.6. Técnicas e Instrumentos.....	45
3.7 Características Del Área De Investigación	46

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Calidad De Servicios Prestados.....	48
4.2. Rentabilidad Del Servicio De Transporte	63
4.3. Propuesta De Estrategias Para Mejorar La Calidad De Servicio Y La Rentabilidad.....	70
4.4. Contratación De Hipótesis.....	72
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	77
ANEXOS	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 01 Grado De Instrucción	48
Cuadro 02 Eventos De Capacitación	50
Cuadro 03 Instrumentos De Gestión	51
Cuadro 04 Tecnología	52
Cuadro 05 Sistemas De Control	53
Cuadro 06 Trabajo En Equipo	55
Cuadro 07 Empatía.....	56
Cuadro 08 Confiabilidad	57
Cuadro 09 Seguridad.....	58
Cuadro 10 Accesibilidad	59
Cuadro 11 Respuesta.....	60
Cuadro 12 Imagen Empresarial	62
Cuadro 13 Rentabilidad Económica.....	63
Cuadro 14 Rentabilidad Financiera.....	65
Cuadro 15 Rentabilidad Sobre Activos	66
Cuadro 16 Rentabilidad Neta Sobre Ventas	67
Cuadro 17 Rentabilidad Sobre El Capital.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01 Grado De Instrucción.....	49
Gráfico 02 Eventos De Capacitación	50
Gráfico 03 Instrumentos De Gestión	51
Gráfico 04 Tecnología	52
Gráfico 05 Sistemas De Control.....	54
Gráfico 06 Trabajo En Equipo.....	55
Gráfico 07 Empatía.....	56
Gráfico 08 Confiabilidad.....	57
Gráfico 09 Seguridad.....	59
Gráfico 10 Accesibilidad	60
Gráfico 11 Respuesta	61
Gráfico 12 Imagen Empresarial	62
Gráfico 13 Rentabilidad Económica.....	64
Gráfico 14 Rentabilidad Financiera.....	65
Gráfico 15 Rentabilidad Sobre Activos.....	66
Gráfico 16 Rentabilidad Neta Sobre Ventas	68
Gráfico 17 Rentabilidad Sobre El Capital.....	69

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

EE.FF. Estados Financieros.

R.F.: Rentabilidad Financiera.

G.E.: Gestión Empresarial.

ROA.: Rentabilidad Sobre Activos.

ROS.: Rentabilidad Sobre Ventas.

ROE.: Rentabilidad Financiera.

ROI.: Rentabilidad Económica.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 01: Estado De Situación Financiera Comparativo

ANEXO 02: Estado Resultados Comparativo

ANEXO 03: Matriz de Consistencia

ANEXO 04: Encuesta dirigida a Los Socios

ANEXO 05: Encuesta dirigida a Los Usuarios

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Implicancia de la Calidad de Servicio en la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. Periodos 2014 – 2015”, teniendo como objetivo determinar la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad, considerando las cualidades y elementos de gestión que influyen en la rentabilidad de la empresa de transportes. Para la ejecución del presente trabajo de investigación se aplicó el método analítico que permitió identificar el nivel de calidad mediante las causas y consecuencia, el método deductivo nos permitió que a partir de los estados financieros determinamos una realidad concreta como es la rentabilidad, el método descriptivo utilizamos para el reconocimiento de la realidad de la calidad de servicios y la rentabilidad, estos a partir de técnicas como la encuesta, análisis documental y la observación directa, tomando en cuenta a los directivos de la empresa y los usuarios. Los resultados logrados, según los objetivos planteados, se ha determinado que hay un desconocimiento de una gestión empresarial especializada, ya que el 55% tan solo cuenta una educación básica, así también solo el 36.4% sienten satisfacción del servicio recibido, en consecuencia la rentabilidad es menor del 1% es decir por cada un sol invertido el retorno es menor a un céntimo, coincidente como la hipótesis que fue la deficiente calidad de servicios de transporte de pasajeros incide negativamente en la rentabilidad, que permite un desarrollo empresarial en la empresa de transportes Dorado Express y empresas similares que buscan una rentabilidad mayor mediante la calidad de servicios.

Palabras Clave: Rentabilidad, Calidad, Servicio, Transporte y Gestión.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Implicancia de la Calidad de Servicio en la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. Periodos 2014 – 2015”, teniendo como objetivo determinar la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad.

En la región Puno existe una gran cantidad de servicios de transporte de pasajeros que va en crecimiento según la demanda de usuarios, aunque la calidad del mismo es decreciente, puesto que las empresas de transporte buscan formas de rentabilidad reduciendo los costos que impactan una deficiente calidad de servicios, y sin embargo dicho método, por la competencia existente no se consigue la rentabilidad deseada, he ahí que surge el problema de una deficiente nivel de rentabilidad en las empresas de transporte de servicio de pasajeros.

La rentabilidad está altamente relacionada con la calidad de servicio, a su vez relacionado con el usuario o cliente quienes son los que le generan ingresos a la empresa a diferencia de los demás agentes son los que constituyen egresos para la empresa.

En este contexto surge la relación de la calidad de servicio con la rentabilidad empresarial, que es en el presente trabajo presentamos el problema de investigación, como sigue: ¿En qué medida la calidad de los servicios de transporte de pasajeros incide en la Rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. en los periodos 2014 y 2015? Para dar

respuesta a esta interrogante se utilizó diversos métodos y técnicas, los cuales se muestran en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Está referido al planteamiento, formulación y sistematización del problema, antecedentes de la investigación y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Está referido a las fuentes teóricas tales como el marco teórico y marco conceptual, utilizados en el proceso del trabajo de investigación.

Capítulo III: Hace mención de los métodos utilizados para la investigación, la población y muestra, los que fueron objeto de estudio del presente trabajo de investigación.

Capítulo IV: Describe las características del ámbito geográfico donde se da a lugar la investigación, siendo en este caso la empresa de transportes Dorado Express.

Capítulo V: Muestran los cuadros y gráficos elaborados en base a las encuestas realizadas a los socios – trabajadores y usuarios de la empresa en estudio, que sirve para conocer las causas y el nivel de calidad de servicio, así como la determinación de la rentabilidad a partir de los estados financieros, los cuales darán como resultado las conclusiones y recomendaciones respectivas.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento Del Problema

En los años recientes, la calidad de servicios se ha convertido en un tema del día a día en toda empresa, sobre todo en las empresas dedicadas a la prestación de servicios.

En la región Puno, sobre todo las entre las ciudades de Puno y Juliaca existe una interactividad económico – laboral, por la concentración de entidades importantes, estatales y privadas, por ello existe variedad de empresas prestadoras de servicios de transporte entre ambas ciudades.

La problemática se puede evidenciar por la deficiente organización empresarial por los representantes o dirigentes de la empresa, esto por el grado de Instrucción, eventos de capacitación, ambigüedad en las funciones, tecnología y funciones, sistemas de control, trabajo en equipo; los cuales se reflejan en una deficiente calidad de servicio.

Así mismo en las empresas de transporte de pasajeros, existe un alto grado de desconocimiento sobre la importancia de la calidad de servicio, y desconocen el impacto en la rentabilidad.

Los aspectos descritos nos permiten identificar la problemática de una deficiente calidad de servicio de transporte de pasajeros, afectando el ingreso a la empresa, de esta forma obteniendo bajos niveles de rentabilidad, por lo que la empresa no logra un desarrollo empresarial adecuado.

Por lo tanto es menester el desarrollo del presente trabajo de investigación, concentrado en la implicancia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa de transporte para beneficio de la administración de la empresa, para tomar en consideración la calidad de servicio y su implicancia en la rentabilidad, 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 clientes, así mismo la satisfacción de los socios de la empresa mediante la rentabilidad empresarial.

1.1.1. Definición del Problema

1.1.1.1. Problema General

¿En qué medida la calidad de los servicios de transporte de pasajeros incide en la Rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. en los periodos 2014 y 2015?

1.1.1.2. Problemas Específicos

PE 1: ¿Cuáles son las principales causas que inciden en la deficiencia de la calidad de servicios prestados por la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.?

PE 2: ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de la prestación de servicios y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.?

1.2. Antecedentes Del Estudio

(Pérez, 2014), en su tesis concluye que el servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizada, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta.

La infraestructura interviene visualmente en las decisiones de los clientes, la percepción de un ambiente limpio y cuidado crea un vínculo favorable entre la empresa y sus clientes, la empresa obtuvo en los resultados una satisfacción positiva de los usuarios por la infraestructura pero aún le falta organizar bien al personal para realizar la limpieza correspondiente, los gastos para mantener este ambiente natural limpio son considerables pero influyen en las decisiones de los usuarios y aumentan la calidad del servicio al cliente.

Otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos los cuales la empresa debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su utilización para evitar problemas en la preparación de los platos de comida.

(Machaca, 2011), en su tesis concluye que el nivel de calidad de servicio que prestan las empresas de transporte urbano es considerado deficiente, ya

que según los usuarios un 37% de los encuestados calificó como regular la calidad de servicios, 33% calificó como mala la calidad de servicio, un 17% califica como pésima, mostrando así que la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido.

El nivel de satisfacción del cliente en las empresas de transporte urbano es negativa con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, mostrando un resultado de 9 de insatisfacción en los clientes en cuanto al servicio brindado.

Existe bajo nivel de rentabilidad en las empresas, las cuales han disminuido del periodo 2009 al periodo 2010, tal como se demostró en la comparación de las razones financieras aplicadas al Balance General y Estado de Ganancias y Pérdidas.

(Zela, 2012), en su tesis señala que se ha comprobado y demostrado mediante los cuadros y gráficos que el personal muestra deficiencias en su desempeño, cuando se trata de atender al usuario, el personal de las empresas descuidan como se debe brindar un buen servicio, esto una vez comprobada, que la empresa no cuenta con especialista en su plan organizacional ni tampoco con el asesoramiento de gestión del personal, solo está a responsabilidad de los gerentes, que a la vez no tienen conocimiento ni experiencia en la gestión del personal.

Existe bajo nivel de rentabilidad en las empresas, las cuales han disminuido del periodo 2010 a 2011, tal como se demostró en la comprobación de las razones financieras aplicadas al balance general y estado de ganancias y pérdidas.

Basándonos en las conclusiones anteriores los ingresos de las empresas dependen del mercado y para garantizar su existencia en el mercado competitivo requieren de un modelo de gestión del talento humano o gestión del personal, ya que este es la materia prima para brindar una excelente calidad de servicio y lograr altos índices de rentabilidad.

(Ramos, 2013), en su tesis concluye que se ha determinado que los estados financieros que muestran las empresas no están representados de acuerdo a una realidad porque solamente consideran como parte de prestación de servicio, lubricantes, mano de obra, repuestos, faltando agrupar los de más gastos como: seguros, fletes, administración y las decisiones son tomadas por sus propietarios.

La rentabilidad obtenida es casi uniforme de las empresas de transporte existiendo un rango desde 1.43% hasta 7.30% de rentabilidad, esto evidencia la relación existente entre los antecedentes anteriores señalados.

(Quino, 2012), en su tesis señala que en cuanto al análisis financiero que se ha realizado, también tiene una repercusión en la toma de decisiones que se realiza en la empresa, es así que tenemos las siguientes variaciones en los índices de rentabilidad con relación a su ingreso, inversión y patrimonio; en el año 2010 se notaron con referente al año 2009, lo cual se debe seguir mejorando para los siguientes periodos; en consecuencia, dependerá de las políticas que adopte a fin de conseguir mejores resultados.

Por todo ello se deduce que el análisis e interpretación de los estados financieros, constituye una herramienta de gran utilidad para una adecuada y oportuna toma de decisiones gerenciales.

1.3. Objetivos De La Investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. periodos 2014 - 2015.

1.3.2. Objetivos Específicos

OE 1: Determinar las principales causas que inciden en la deficiencia de la calidad de servicios prestados por la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.

OE 2: Determinar el nivel de rentabilidad de la prestación de servicios y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.

OE 3: Proponer estrategias para mejorar la calidad de servicio y rentabilidad empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Empresa

Se entiende por empresa a la asociación o agrupación de personas, dedicadas a realizar obras materiales, negocios o proyectos de importancia, concurrendo de manera común a los gastos que origina y participando de las ventajas que reporte. (Apaza, 2012).

La empresa ha venido a configurarse debido a las necesidades materiales del hombre, como la acción individual o colectiva en la evolución económica se presenta como una persona natural o como la reunión de varias personas cuyos componentes pierden su personería para premunir de facultades propias a la organización de la cual forman parte; es decir, sobreviene una personería jurídica con derechos y obligaciones propias, surgiendo como consecuencia, la necesidad de contar con normas que protejan y justifiquen su existencia. (Callo, 2000).

Otro punto importante de recordar es que ningún negocio bueno es eterno, pues siempre habrá personas que trataran de copiar la idea, y es allí donde entra la competencia entre las empresas y la superación empresarial para ser cada día mejores. (Rubio, 2006)

El Empresario

Un empresario es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

A continuación se describen los puntos que contiene el perfil del empresario según Rubio Domínguez, necesarios para alcanzar su máximo desarrollo.

- ✓ Un empresario es ante todo alguien que trabaja activamente y tiene una ilimitada vocación por los negocios.
- ✓ El empresario no tiene que temer los cambios que se puedan producir en su entorno y debe estar dispuesto a dejar de lado prácticas obsoletas o desfasadas en interés de su empresa.
- ✓ Tiene que estar continuamente aprendiendo y ser capaz de adquirir nuevas habilidades y conocimientos.
- ✓ Aunque posea una imaginación bien desarrollada, el empresario debe concebir siempre ideas prácticas.
- ✓ El empresario debe saber delegar no sólo las tareas, sino las responsabilidades para ejecutarlas.

- ✓ Necesita cualidades especiales para relacionarse con otras personalidades distintas a la suya y tratar de adaptarse a las mismas para sacar el mayor partido posible.
- ✓ Tiene que saber planificar su tiempo y saber combinar perfectamente sus recursos tanto físicos como intelectuales para conseguir los resultados previstos. (Rubio, 2006)

TRANSPORTE

En su concepto mecánico, el transporte significa desplazar personas o bienes de un punto a otro del espacio, siguiendo una trayectoria determinada y bajo la acción de fuerzas exteriores. El transporte de una mercancía se mide por el trabajo que se requiere para mover una tonelada de ese producto a una distancia de un kilómetro, y la unidad adoptada a tal efecto es la ton/km. Cuando se trata de pasajeros, la unidad es pasajeros/km.

Modalidades del Transporte:

Existen cuatro modalidades principales de transporte:

- ✓ Por carretera,
- ✓ Por ferrocarril,
- ✓ Por agua, y
- ✓ Por aire.

Consideramos en su acepción más amplia, los transportes incluyen, además, las modalidades que se enumeran a continuación:

- ✓ Ductovarios (conductos o canalizaciones),
- ✓ Redes, y

- ✓ Transportadores Industriales.

En relación con el camino que recorren los medios de transporte, se distinguen los distintos tipos de vía:

- ✓ Vías terrestres, con desplazamiento sobre la superficie de la Tierra;
- ✓ Vías acuáticas (marítimas, fluviales y lacustres), con desplazamiento sobre el agua;
- ✓ Vías aéreas, con desplazamiento en la atmósfera;
- ✓ Vías subterráneas, con desplazamiento bajo la superficie de la Tierra;
- ✓ Vías submarinas, con desplazamiento bajo la superficie del agua, y
- ✓ Vías estratosféricas, con desplazamiento por encima de la atmósfera.

Por las regiones y localidades a que dan servicio, los transportes se clasifican en:

- ✓ Transportes urbanos, cuando funcionan dentro de los límites de un núcleo urbano;
- ✓ Transportes suburbanos, cuando se realizan entre núcleos urbanos y sus zonas adyacentes;
- ✓ Transportes rurales, cuando enlazan los núcleos urbanos y los suburbios con las zonas rurales;
- ✓ Transportes regionales o estatales, que enlazan las regiones o Estados de un país;
- ✓ Transportes municipales, cuando funcionan dentro del término de un municipio;

- ✓ Transportes nacionales, cuando dan servicio a toda una nación;
- ✓ Transportes internacionales, cuando enlazan a diferentes países entre sí; etc.

Por su valor, peso y volumen, las cargas tienen la siguiente clasificación:

- ✓ Cargas de poco valor, en relación con su peso o volumen;
- ✓ Cargas de valor nominal, en relación con su peso o volumen, y
- ✓ Cargas de gran valor, en relación con su peso o volumen. (Vargas, 1979).

Tránsito Terrestre:

Conjunto de desplazamientos de personas y vehículos en las vías terrestres que obedecen a las reglas determinadas en la Ley y sus reglamentos que la orientan y ordenan.

Transporte Terrestre:

Desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías.

Servicio de Transporte:

Actividad económica que provee los medios para realizar el Transporte Terrestre. No incluye la explotación de infraestructura de transporte de uso público.

2.1.2. Calidad

Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas,

participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios. (Alvarez, 2006).

“calidad del producto o servicios”. Más específico, calidad de trabajo, calidad de servicio, calidad de información, es calidad de en proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de 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 productor y, servicio en cuanto a la mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento o por medio de las cuales el producto o servicio en uso satisficará las expectativas del cliente.

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

Objetivos de la calidad

Los objetivos de la calidad pueden ser vistos desde diferentes puntos de vista. Por una parte se busca la completa satisfacción del cliente para diferentes fines; por otra parte puede ser el lograr la máxima productividad de los miembros de la empresa o también se puede ver como un grado de excelencia.

Principios de la calidad

- ✓ Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- ✓ Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno).

- ✓ Buscar soluciones y estar justificando errores.
- ✓ Ser optimista a ultranza.
- ✓ Tener buen trato con los demás.
- ✓ Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
- ✓ Ser puntual.
- ✓ Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
- ✓ Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
- ✓ Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
- ✓ Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
- ✓ Ser responsable y generar confianza en los demás.
- ✓ Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos. (Viveros, 2002).

2.1.3. Servicio

Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos. (Bon, 2008).

En la Norma ISO 9000:2000 comenta que “un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- ✓ Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil);
- ✓ Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos);

- ✓ La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)
- ✓ La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurantes)”.

En resumen el servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre si y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el servicio viene del verbo servir que se encuentra el encontrarse a disposición del otro, también el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico. Al proveer algún nivel de habilidad, ingenio y experiencia, los proveedores de un servicio participan en una economía sin las restricciones de llevar inventario pesado o preocuparse por voluminosas materias primas. Por otro lado, su inversión en experiencia requiere constante inversión en mercadotecnia y actualización de cara a la competencia, la cual tiene igualmente pocas restricciones físicas.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La característica básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra.

(Berry & Brown, 2003). Detallan que el servicio tiene cuatro características:

a) Intangibilidad. Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a

comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra. Cosas tangibles como las tarjetas de crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.

No se conoce su calidad y resultado hasta que se recibe, no se pueden sentir, percibir, oler y oírse. Esta es la característica más básica de los servicios. Consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc. incluso medir su calidad antes de la prestación.

b) Heterogeneidad. Los servicios varían. Al tratarse de una actuación – normalmente llevada a cabo por seres humanos – los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.

Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: Las entregas de un mismo servicio son realizadas por diferentes personas a otras personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores, el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

c) Inseparabilidad de producción y consumo. Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso.

Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.

En la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios. En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

d) Caducidad. La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

2.1.4. Calidad de Servicio

El análisis de este concepto lo iniciamos con el desglose de los dos elementos que lo integran: calidad y servicio. Entendemos necesario, sin embargo, realizar algunas matizaciones al término calidad que nos ayudaran en nuestro propósito. Para proceder a su definición hay que señalar inicialmente la diferencia entre calidad percibida y calidad objetiva. La primera es juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de un producto o marca sobre otros desde una óptica global. Es una actitud relacionada pero no

equivalente a la satisfacción y resulta de la comparación de las expectativas con la percepción de desempeño, por su parte, la calidad objetiva se refiere a la superioridad medible y verificable de un producto o servicio sobre otro, tomando como base algún estándar preestablecido. Suele relacionarse con conceptos usados para describir la superioridad técnica de un producto. De la dualidad planteada, será la calidad percibida el objeto de nuestro estudio. (Rey, 1999).

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, reiteramos que no basta ser amable, también hay que darle al cliente lo que espera en información, calidad del producto, puntualidad, etc. (Montesinos, 2004).

Considerando los anteriores conceptos, podemos decir que cuando hablamos de servicio al cliente nos referimos al conjunto de servicios y/o productos que una empresa, marca o institución le ofrece a una persona interesada en adquirirlos, con el interés completo de generar una relación directa con los consumidores y clientes, que les permita conocer sus necesidades y sus expectativas, de tal manera que la empresa puede satisfacerlos y superar las expectativas que ellos tienen.

Características

- ✓ Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente.

Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

- ✓ Flexibilidad y mejora continua. Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente ha de tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- ✓ Orientación al trabajo y al cliente. Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.
- ✓ Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización.

Considerando que la satisfacción del consumidor es el objetivo final de cualquier empresa, es necesario conocer las características que ésta presenta:

- ✓ Es subjetiva. Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente ha de ser cerebral y emocional.
- ✓ Es una variable compleja difícilmente medible dada su subjetividad.
- ✓ No es fácilmente modificable. Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.
- ✓ El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad/precio.

- ✓ La dirección debe segmentar a los clientes para poder lograr la satisfacción de los mismos. No todos los clientes son iguales, ya que cada uno llega al mercado motivado por unas necesidades diferentes, por lo que hemos de ofertar a cada grupo homogéneo de clientes lo que desea y necesita.
- ✓ La satisfacción de un cliente no está exclusivamente determinada por factores humanos. Es un error pensar que la gestión de la atención al cliente debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente. (Larrea, 1991).

Componentes de la calidad en el servicio.

Confiabilidad. La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad. Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

Respuesta. Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Seguridad. Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

Empatía. Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

Prestación de servicios

La Prestación de Servicios diferenciados, así como para desarrollar una organización que propicie la creación de valor para el cliente y, como resultado, logre ventajas competitivas sustanciales y sostenibles. Analicemos esta definición en cada uno de sus conceptos:

a. Servicios Diferenciados: Cuida que los servicios sean de calidad y contribuye a lograr la diferenciación de los productos y de la imagen corporativa de la empresa, para alcanzar un claro posicionamiento de lo mismo. En este aspecto, la IS utiliza la comunicación y se coordina con el manejo institucional de la misma. (Picazo, 1999).

b. Desarrollar una organización: Requiere de una estructura de organización participativa que haga realidad sus estrategias y acciones, dirigidas a crear valor y ofrecer servicios de calidad. Esto conduce a modificar tanto la cultura organizacional, como la orientación de la empresa hacia el cliente, en lugar de hacia el producto o del proceso, como ha sido tradicional.

c. Creación de valor para el cliente: Como anteriormente se ha mencionado, tiene como propósito desarrollar y proporcionar servicios de calidad, así como coadyuvar en la creación de valor para el cliente. Este último alcance congruente a la Ingeniería de Servicio con la formulación de estrategias dirigidas a proporcionar valor agregado a los clientes, en lugar de formularlas con la mira directa de ganar a la competencia.

d. Ventajas competitivas: Como proceso permanente dentro de una organización, se integra y coadyuva con la planeación estratégica en el logro de ventajas competitivas sustanciales y sostenibles.

Bajo el contenido de la definición anterior, derivamos los siguientes objetivos específicos de la Ingeniería de Servicios:

- Crear clientes satisfechos.
- Elevar los ingresos reales de la empresa y se mantengan con esa tendencia.
- Promover la innovación constante.
- Diferenciar los productos.
- Fortalecer la identidad e imagen corporativa.
- Superar al competidor que mantenga una ventaja en precios.
- Cultivar y consolidar la lealtad entre los clientes.

La misión de la administración de la calidad

- Desarrollar una eficacia competitiva que nos prepare para los retos que se avecinan.
- Implantar una administración fuerte, flexible, y agresiva que modifique las actitudes.
- Recuperar el crecimiento económico con la estabilidad de eficiencia empresarial.
- Modernización económica, mediante programas de eficiencia empresarial.

- No vender los servicios que se tienen, sino los que se necesitan.
- Desarrollar en la gente los valores, el espíritu de calidad en el servicio y la identidad con la misión, bajo un ambiente de motivación y reto.
- Crear para ellos una calidad de vida en el trabajo.

Beneficios de la calidad

- Guía clara y sencilla para obtener un desempeño de calidad.
- Evaluar y orientar el desempeño, a través de estándares gerenciales.
- Un programa de capacitación para Gerentes, Directores y Jefes de Unidad.
- Implantar una misma cultura, congruente en todas las áreas.
- Lograr elevar la calidad del trabajo, por la motivación, el compromiso y la asesoría otorgada en forma preventiva, con un cambio inmediato de actitudes.
- No interfiere con las normas, procedimiento a las funciones de la gerencia.
- Instruye como plantear, realizar y dar seguimiento a las funciones de la gerencia.
- Genera motivación y reto, bajo un ambiente de reconocimiento.
- Desarrolla un clima organizacional sano, competitivo y satisfactorio.

Planificación de la calidad

Es la actividad de desarrollo de los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes.

- a. Determinar quiénes son los clientes.
- b. Determinar las necesidades de los clientes.
- c. Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes.
- d. Desarrollar los procesos que sean capaces de producir aquellas características del producto.
- e. Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

Control de calidad

El control actúa en el mismo lugar donde trabaja la fuerza operativa, su objetivo es vigilar que los procesos se lleven a cabo con la máxima efectividad.

- a. Evaluar el comportamiento real de la calidad.
- b. Comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad.
- c. Actuar sobre las diferencias.

Mejora de la calidad

- a. Este proceso es una acción premeditada y determinada por los niveles altos de la dirección al introducir un nuevo proceso gerencial en un sistema:
- b. Establecer la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente.

- c. Identificar las necesidades concretas para mejorar (los proyectos de mejora).
- d. Establecer un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin.
- e. Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos:
 - Diagnostiquen las causas.
 - Fomenten el establecimiento de un remedio.
 - Establezcan los controles para mantener los beneficios.

Satisfacción del cliente

Las definiciones anotadas en líneas arriba hacen hincapié que el producto o servicio debiera cumplir con las funciones y especificaciones para los que fueron diseñados y ajustarse a los requerimientos de los consumidores o clientes. Es más las empresas con características de competitividad, requerirá que las acciones se logren con rapidez y al mínimo que al mismo tiempo estos productos o servicios que cumplan con rapidez y mínimo coste, serán demandados con toda seguridad por los clientes o consumidores.

2.1.5. Rentabilidad

Existen diversas definiciones y opiniones relacionadas con el término rentabilidad, por ejemplo, (Gitman, 1997) dice que rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. Por otra parte, consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que

las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. (Esteo, 1998)

En términos más concisos, la rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

La importancia del análisis de la rentabilidad viene dada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica. Además que la base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad: análisis de la rentabilidad, análisis de la solvencia y análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de

comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.
(Esteo, 1998)

En conclusión con las ideas señaladas los autores y teniendo en cuenta que el objetivo de toda empresa es maximizar el rendimiento para sus propietarios, la rentabilidad más interesante para el inversor es la rentabilidad financiera, puesto que nos compara el beneficio que queda para el propietario con los recursos financieros arriesgados por el mismo. Una rentabilidad financiera inferior o poco superior, a la que podría obtenerse en el mercado financiero, cierra las posibilidades de expansión de la empresa, pues no habría inversores dispuestos a invertir sus fondos en la misma, debido a que el riesgo que asumen sería mayor que la rentabilidad percibida.

La rentabilidad económica coincidirá con la rentabilidad financiera cuando la empresa se financie únicamente con fondos propios. De la misma forma que la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera se puede descomponer como producto de diversos factores, con la particularidad de que entre los mismos podemos incluir a la rentabilidad económica. No obstante, si se quiere introducir como factor la rentabilidad económica, la descomposición de la rentabilidad financiera nosólo dependerá de cómo se ha definido el propio indicador que se descompone (y nos referimos con ello básicamente al concepto de resultado utilizado como numerador en la rentabilidad financiera), sino también de cómo se haya definido la propia rentabilidad económica.

Importancia de la rentabilidad

La globalización junto a las nuevas tecnologías e innovaciones ha permitido que los capitales se muevan de un lugar a otro casi sin restricciones

ni demoras sin mencionar todos los factores que pueden contribuir a atraer capitales en el corto plazo, la rentabilidad es uno de los elementos más evidentes para seducir capitales en el largo plazo. Por supuesto que debemos referirnos a rentabilidad relacionada a un nivel de riesgo, o rentabilidad ajustada por riesgo. Los mercados de capitales han permitido que casi cualquier individuo pueda buscar la mejor inversión de acuerdo a su mínimo retorno aceptado en relación al riesgo.

Este fenómeno ha hecho que incluso los Gobiernos, que anteriormente eran fuertes proveedores de fondos, redefinan su estrategia cuando se trata de apoyar a sectores no eficientes. Los subsidios y otras formas de apoyo financiero son difíciles de sostener en el largo plazo. Los recursos de los Gobiernos también se están transformando en capitales dispuestos a moverse a los lugares más eficientes. (Apaza, 2010)

Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios

En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista.

Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuible, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento

de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Permite evaluar el resultado de la eficacia en la gestión y administración de los recursos económicos y financieros de la empresa.

Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)

$$ROI = \frac{\textit{Utilidad Neta} \times 100}{\textit{Total Activo}}$$

Es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar. La fórmula anterior nos da este valor calculado en función de la inversión realizada y el beneficio obtenido, o que pensamos obtener.

El cociente significa la utilidad generada por cada peso promedio invertido.

Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE)

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad Neta} \times 100}{\textit{Total Patrimonio}}$$

El retorno sobre el patrimonio neto (ROE, por sus siglas en inglés) es uno de los dos factores básicos en determinar la tasa de crecimiento de las ganancias de una empresa. El segundo es la reinversión de las utilidades.

Mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de la cantidad invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor.

Rendimiento Sobre Activos (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Utilidad de Operación} \times 100}{\text{Total Activos}}$$

Este indicador financiero de rentabilidad permite analizar y comparar la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada. El indicador permite también conocer el porcentaje por cada sol de ventas cuánto beneficio genera a la empresa.

El cociente mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor.

Rentabilidad Neta sobre Ventas (ROS).

$$\frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Ventas Netas}}$$

Muestra la rentabilidad que se obtiene por cada una de las unidades vendidas por una empresa en el transcurso de su actividad, una vez descontados los costes variables y directos de las ventas realizadas.

Es una medida más exacta de la rentabilidad neta sobre las ventas, ya que considera además los gastos operacionales y financieros de la empresa.

Rendimiento sobre el Capital

$$\frac{\textit{Utilidad Neta} \times 100}{\textit{Capital}}$$

Tiene por objetivo conseguir los fondos (pasivos y Capital) en tal forma que los socios comunes reciban un rendimiento máximo sin caer en riesgos innecesarios. Este Índice de rendimiento es aquel que está dado por la relación existente entre la Utilidad neta común y el Capital común.

Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto obtenido. (Apaza, 2007).

2.1.6. Estados Financieros

Los Estados Financieros son el resumen de las operaciones contables realizadas en un período determinado y previamente auditado servirá de información fidedigna para analizar e interpretar los datos contables.

Estos Estados Financieros, constituyen un elemento básico para el análisis de la situación financiera, económica y legal en un negocio y fuente indispensable para el estudio global de los informantes de los sectores de la economía nacional. (Adrianzen, 1997)

Estado de Situación Financiera

Es el estado financiero que presenta a una fecha determinada las fuentes (orígenes) de las cuales se han obtenido los recursos que se utilizan en las operaciones de una empresa, así como las inversiones, expresadas en bienes y derechos (activos), establecidas de monetaria. (Bravo, 1994).

El Estado de Situación Financiera es un estado financiero básico que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa y está estructurado por el Activo, Pasivo y Patrimonio. Es importante tanto para los accionistas (para saber si los recursos están bien utilizados), para el Estado (es una manera de conocer si los impuestos están siendo determinados correctamente), para los acreedores (para otorgar con seguridad créditos con los recursos que posee la compañía) y para los gerentes (permite decidir sobre la capacidad de endeudamiento de la empresa, acerca de la rotación tanto de inventarios como de las cuentas por cobrar, las medidas que tomarán para cumplir con las obligaciones a corto y largo plazo etc.).

Estados de Resultados

Un estado de resultado de pasos múltiples obtiene su nombre de una serie de pasos cuyos costos y gastos son deducidos de los ingresos. Como un primer paso, el costo de los bienes vendidos es deducido de las ventas netas para determinar el subtotal de utilidad bruta. Como segundo paso, los gastos de operación se deducen para obtener un subtotal llamado “utilidad operacional” (o utilidad de operaciones). Como paso final, se considera el gasto de impuesto sobre la renta y otros reglones “no operacionales” para llegar a la utilidad neta.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Administrar

Administrar es planear, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de un ente económico para alcanzar unos fines claramente determinados. Se apoya en otras ciencias como la economía, el derecho y la contabilidad para poder ejercer sus funciones.

Autogestión

Dícese del tipo de organización interna de una empresa de en la cuáles son los propios trabajadores los que toma las decisiones sobre su funcionamiento. En la práctica la autogestión sólo ha funcionado en empresas muy particulares: en cooperativas campesinas, en empresas pequeñas donde los socios se conocen y tratan cara a cara, etcétera. En otros casos la autogestión deriva en una forma un de gestión realizada por los sindicatos o administradores independientes, que simplemente rinden cuentas ante una asamblea al término de cada ejercicio.

Calidad

Es la fiabilidad que posee un sistema para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo a un determinado nivel de desempeño en una organización de servicios.

Ciclo Económico

Fluctuación regular de las actividades económicas a lo largo del tiempo, usualmente medida o expresada como variaciones del producto nacional bruto. Las bases principales del ciclo son la de aunque o expansión, donde crecen la

actividad económica total y el empleo, y la de recesión o contracción, donde disminuya el ritmo de la economía y desciende o se estancan vicios variables.

Cluster

Conjunto de empresas que se encuentran integradas a un mercado que comparten de relaciones de conocimientos e insumos. Esta aglomeración productiva genera economías de escala y afectos de desbordamiento que hace que los costos medios de producción de las empresas inmersas en el cluster se reduzcan el tiempo.

Competitividad

Capacidad de lograr una rentabilidad mayor que la de los competidores. Referida a los países, según los índices de competitividad para el crecimiento, se consideran el ambiente macroeconómico, la calidad de las instituciones públicas y la situación tecnológicas.

Conductor

Persona calificada debidamente autorizada por la empresa y que es titular de la licencia de conducir (Clase A, Categoría II), profesional, encargada de conducir un vehículo del servicio público de transporte urbano e interurbano de pasajeros.

Cooperativa

Organización empresarial que tiene por objetivo el beneficio de las personas que componen, y que se caracteriza por cada miembro, tiene un voto al margen del capital o aporte que detenga en la cooperativa.

Cultura Organizacional

Se refiere a los valores, las creencias y los principios fundamentales que constituyen los cimientos del sistema gerencial de una organización, así como el conjunto de procedimientos de conductas gerenciales que sirven de ejemplo y refuerzan esos principios básicos. Estos principios y procedimientos perduran porque tienen un significado para los miembros de la organización. Ellos representan estrategias para sobrevivir, los cuales han funcionado bien en el pasado y que los miembros creen que funcionarán bien en el futuro.

Dirección

Posee dos significados por lo menos. La primera se refiere a la alta amplia gama de actividades mediante los cuales los gerentes establecen el carácter y el tono de su organización, entre ellas figuran articular y ejemplificar los valores y el estilo propio de las. El segundo significado de dirección denota el proceso de influjo interpersonal en virtud de la cual los gerentes se comunican con los subalternos respecto a la ejecución del trabajo. Se facilita el trabajo cuando se intercambia información acerca de problemas técnicos, de coordinación y de motivación.

Diversificación

Distribución de las inversiones entre distintos tipos de valores, industrias y localidades, con la idea de reducir el riesgo.

Eficacia

Capacidad que tiene un individuo, instructor, asesor, maestro para inducir la generación de determinados procesos de forma rápida, efectiva y con alta calidad.

Eficiencia

Podemos definir la eficiencia como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

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.

Flota

Conjunto de vehículos de una concesionaria habilitados para el servicio.

Fluidez

Facilidad de movimiento y operación de los factores económicos, mercado, transporte, mano de obra, etc.

Frecuencia

Número de vehículos que parten del punto de origen de ruta autorizada en un tiempo determinado, tres minutos servicio urbano y de ocho minutos servicio interurbano.

Insatisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del paciente.

Inversión

En un sentido estricto, es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final como bienes de capital que sirve para producir otros bienes.

Mantenimiento

Función logística, que consiste en la realización de una serie de acciones, destinadas a conservar el material, equipos construcciones, etc., en condiciones de prestar servicio para establecer sus condiciones de utilización. Estos actos incluyen: inspecciones, pruebas verificaciones, reconstrucciones y recuperación. Por eso se dice que mantenimiento es el proceso planeado y programado en forma ordenada, uniforme y continua para evitar para y para prolongar la vida de las máquinas, equipo e instalaciones.

Pasaje

Importe total que se encuentra obligado a pagar el usuario al transportista, según corresponda, como retribución por la prestación del servicio.

Pasajero

Persona que utiliza los servicios de transporte de la concesionaria.

Ruta

Recorrido entre el punto de origen y de destino en concesión.

Transportista

Persona natural o jurídica que presta servicio de transporte terrestre público de personas y/o mercancías de conformidad con la autorización correspondiente.

2.3. Hipótesis De La Investigación

2.3.1. Hipótesis General

La deficiente calidad de servicios de transporte de pasajeros incide negativamente en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. periodos 2014 – 2015.

2.3.2. Hipótesis Específicos

HE 1: Existen causas negativas que inciden en un bajo nivel de calidad en la prestación de servicios de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.

HE 2: La baja rentabilidad de la prestación de servicios incide negativamente en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.

2.3.3. Variables de la Hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL

Variable Independiente: Calidad de Servicio

Variable Dependiente: Rentabilidad

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01

Variable Independiente: Causas Negativas

Variable Dependiente: Calidad de Servicio

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02

Variable Independiente: Rentabilidad

Variable Dependiente: Desarrollo Empresarial

2.3.4. Indicadores de la Hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL

Variable Independiente: Calidad de Servicio

- ✓ Empatía
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Seguridad
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Respuesta
- ✓ Imagen empresarial

Variable Dependiente: Rentabilidad

- ✓ Estados Financieros
- ✓ Ratios de rentabilidad

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01

Variable Independiente: Causas Negativas

- ✓ Grado de Instrucción
- ✓ Eventos de capacitación
- ✓ Instrumentos de gestión
- ✓ Tecnología
- ✓ Sistemas de control
- ✓ Trabajo en equipo

Variable Dependiente: Calidad de Servicio

- ✓ Empatía

- ✓ Confiabilidad
- ✓ Seguridad
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Respuesta
- ✓ Imagen empresarial

HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02

Variable Independiente: Rentabilidad

- ✓ Estados Financieros
- ✓ Ratios de rentabilidad

Variable Dependiente: Desarrollo Empresarial

- ✓ Imagen empresarial
- ✓ Capacidad de servicio
- ✓ Instrumentos de gestión
- ✓ Aplicación tecnológica
- ✓ Sistema de control

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La ejecución del presente trabajo de investigación tuvo un enfoque mixto, es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento del problema y el objetivo que se persigue en el presente trabajo de investigación.

Es cuantitativa debido a que los datos son producto de mediciones y se representan mediante datos numéricos y se analizan mediante método estadísticos. Es cualitativa debido a que la investigación también se hace en base al análisis de la realidad (explorar y describir), los datos obtenidos son descripciones detalladas de situaciones, conductas observadas, asimismo se evaluó el desarrollo natural de los sucesos, es decir no hubo manipulación con respecto a la realidad de nuestra investigación.

3.1. Nivel De Investigación

Es de nivel descriptivo – explicativo, por cuanto se evaluó el nivel de calidad de servicio de transporte, demostrando una relación causal no experimental entre las variables de la presente investigación.

La presente investigación es de nivel descriptiva porque describimos la realidad, sin manipulación alguna, las variables planteadas, tratando de describir de ¿Cómo es?, ¿Por qué?, ¿Cuántos son?; ¿Quiénes son?, etc.; es decir, nos permitió ver las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad de cada uno de nuestros variables de investigación, en un momento y tiempo histórico y determinado.

Es de nivel explicativo debido a que nuestra investigación existe dos variable interrelacionados que con la interrogante ¿Por qué? Establecimos la relación entre ambas variables, es así la realidad, objeto de investigación o estudio, son causales ya que plantean hipótesis explicativa mediante el cruce o relación de variables, es decir con este estudio logramos conocer por qué un hecho o fenómeno de la realidad tiene tales y cuales características, cualidades, propiedades, etc.

3.2. Tipo De Investigación

En el presente trabajo de investigación según su profundidad es de tipo descriptivo debido a que busca especificar fenómenos que se somete a un análisis, con el objeto central de la medición precisa de una o más variables dependientes que tenemos en la presente investigación, en una muestra de una población, que nos permitió el conocimiento de la realidad en una situación espacio-temporal dadas, es decir, cómo es la calidad de servicio y la rentabilidad, cuáles son sus características, etc.

3.3. Diseño De La Investigación

El diseño del presente trabajo de investigación es de tipo no experimental, transversal, explicativo – causal.

Es de diseño no experimental debido a que no hubo manipulación deliberada de variables. Es decir, en nuestra investigación no hicimos variar en forma intencional la variable independiente. Lo que hicimos fue observar fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, para después analizarlos.

Es de tipo transversal, debido a que la investigación de hechos y fenómenos de la realidad, fueron en un momento determinado del tiempo.

Explicativo – Causal debido a que determinamos y reconocimos las causas, factores o variables que generaron situaciones problemáticas dentro de un determinado contexto. Porque explica los hechos y fenómenos en cuanto a sus causas y consecuencias.

3.4. Método De La Investigación

Método Deductivo

Va del conocimiento de las propiedades más generales, inherentes a numerosas cosas y fenómenos, al conocimiento de las propiedades de objetos y fenómenos singulares. Éste método se aplicó porque nos permitió que a partir de los estados financieros, mediante la aplicación de los indicadores generales de rentabilidad, logramos determinar una realidad concreta como es la rentabilidad.

Método Analítico

Procedimiento mental o material de descomposición de un todo en sus partes, y como cognición de cada una de ellas, es la descomposición de un todo en sus elementos heterogéneos y simples con relación al todo. Aplicamos

éste método para identificar el nivel de calidad porque que analizamos cada uno de los indicadores que son las partes, en este caso, de la calidad de servicio, identificando las causas, características, así mismo reconocimos la naturaleza de la calidad y el efecto en la rentabilidad que a su vez analizamos también el nivel de rentabilidad.

Método Descriptivo

El método descriptivo consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otras variables tal como se dan en el presente. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural.

A través del método descriptivo identificamos y conocimos la naturaleza de la situación real de la calidad de servicio, nos permitieron reconocer datos específicos para determinar la calidad de servicio y también la rentabilidad, esto en un periodo determinado, a partir de técnicas como la encuesta, y análisis documental, tomando en cuenta a los directivos y/o socios de la empresa, los usuarios y los documentos fuente como los estados financieros.

3.5. Población Y Muestra

3.5.1 Población

La población de la Investigación es la empresa de transportes Interprovincial Dorado Express S.C.R.L, considerando que la empresa cuenta con 87 socios de los cuales algunos asumen cargos de gerente, coordinadores y otros como también trabajadores. Así mismo se considera en la investigación a los usuarios de la empresa.

3.5.2 Muestra

La muestra de la investigación es una representación de la población, que se consideró a los socios y usuarios de la empresa, para la determinación de la calidad de servicio y los estados financieros requeridos, de dos periodos para determinar la rentabilidad.

3.6. Técnicas e Instrumentos

Para la recolección de datos se utilizaron las siguientes técnicas:

La Observación.

Técnica que nos permitió ver la realidad, logramos esto mediante un instrumento que es el cuestionario que permitió cuantificar y comparar la información. Esta información se recopiló entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación. El cuestionario abarcó preguntas sobre la Calidad del Servicio al usuario y los socios con el objetivo de obtener la información correspondiente para aplicar en los resultados. Así mismo el instrumento de los ratios de rentabilidad fueron aplicados a los estados financieros de dos determinados periodos, que nos permitió reconocer la rentabilidad.

Investigación Documental

Esta es una técnica que consiste en la actividad de recoger datos de fuentes documentales, fue utilizado en la revisión de los documentos financieros como son los estados financieros que reflejan una realidad histórica de la empresa; Estado de situación financiera que nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las

futuras operaciones y las obligaciones, Estado de resultados que muestra la utilidad de la empresa durante un período determinado.

3.7 Características Del Área De Investigación

3.7.1. ÁMBITO DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación se realizó en la Región Puno, siendo la ubicación de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. ubicado en el Jr. Domingo Choquehuanca 943 Barrio 28 de julio de la ciudad de Juliaca - San Román – Puno.

3.7.2. UBICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

El distrito de Juliaca (Hullaqa en quechua y aimara) es uno de los cuatro distritos que conforman la provincia de San Román en el Departamento de Puno, bajo la administración del Gobierno regional de Puno, Perú.

Según el censo de 2015, cuenta con 278 444 habitantes, repartidos de la siguiente manera: hispanohablantes, quechuahablantes y habla aimara. Juliaca esa capital del distrito y de la provincia de San Román, concentra el 96% de la población total del distrito

El clima de la provincia de la ciudad de Juliaca es cambiante, y tiene las siguientes características generales: es frígido, ventoso y con escasa humedad, predomina el contraste térmico, hay períodos en que el frío y el calor devienen en insoportables, en épocas de lluvias, generalmente entre enero y marzo, suelen hacerse presente granizadas, nevadas, truenos, relámpagos y rayos, los vientos de diversa forma e intensidad son frecuentes.

La ciudad de Juliaca que se ha convertido en el emporio comercial, financiero e industrial del sur del Perú, y en donde la industria de la construcción avanza.

3.7.3. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA DE ESTUDIO

Razón Social : Empresa de Transportes Interprovincial de Servicios Múltiples Dorado Express S.C.R.L.

Nombre Comercial : Dorado Express

RUC : 20115044690

Estado : Activo

Actividad Económica : 60214 Otros Tipos Transporte reg. Via Terrestre

Fecha de Inscripción : 25/04/1993

Dirección : Jr. J. Domingo Choquehuanca Nro. 943 Barrio 28 de Julio Puno - San Román – Juliaca.

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación y el análisis, según los objetivos planteados, son los siguientes:

4.1. Calidad De Servicios Prestados

Con el propósito de lograr el objetivo N° 1 se realizó una encuesta a los trabajadores y/o socios de la empresa y así mismo a los usuarios, para determinar la calidad de servicio.

A. TRABAJADORES Y/O SOCIOS

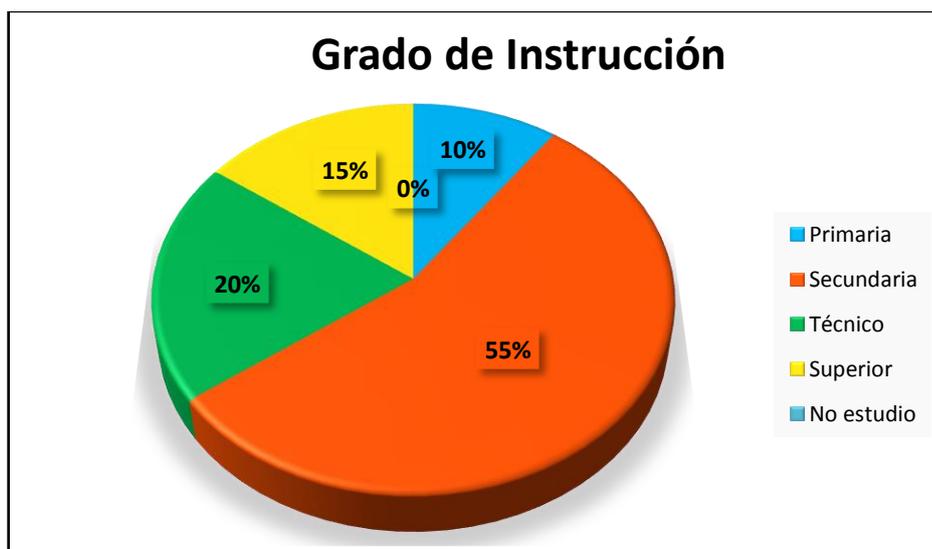
Cuadro 01 Grado De Instrucción

¿Actualmente, cuál es su grado de instrucción?

Grado de Instrucción	N° de Encuestados	%
Primaria	2	10.0%
Secundaria	11	55.0%
Técnico	4	20.0%
Superior	3	15.0%
No estudio	0	0.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 01 Grado De Instrucción



Fuente: Cuadro 01

En el cuadro 01 y el gráfico 01 se muestra que la mayoría cuenta con estudios secundarios que representa el 55% y sólo el 20% cuenta con estudios técnicos y 15% tiene estudios superiores, lo cual demuestra que los socios y los trabajadores, en su mayoría no recibieron un cursos especializados de administración y de calidad de servicios.

El nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en curso, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos.

Debido a que la mayoría de los socios y/o trabajadores no tienen un alto nivel de instrucción o un curso de especialización, se ve afectada la prestación y la gestión de la calidad de servicio de transporte que brinda la empresa Dorado Express.

Cuadro 02 Eventos De Capacitación

¿Existe con frecuencia cursos, talleres de capacitación de Calidad de Servicio en la empresa?

Eventos de capacitación	N° de Encuestados	%
Sí	2	10.0%
No	14	70.0%
No sabe	4	20.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 02 Eventos De Capacitación



Fuente: Cuadro 02

Como muestra el cuadro 02 y el gráfico 02, tan sólo el 10% afirma contar con capacitación, el 20% muestra una indiferencia al respecto y la gran mayoría que es el 70% no conoce de eventos de capacitación, lo que demuestra que la mayoría no están capacitados sobre la calidad de servicio, así mismo se demuestra el desinterés de los encuestados en el desarrollo y participación de este tipo de eventos de capacitación.

Capacitación es un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente.

Debido a que el 70% de los encuestados no tiene capacitación en ningún tipo de actividades empresariales, no adquieren ni tienen conocimiento ni habilidad para gestionar y prestar un servicio de calidad.

Cuadro 03 Instrumentos De Gestión

¿Conoce los instrumentos de gestión (Manual de Organizaciones y funciones MOF, Reglamento de Organizaciones y Funciones ROF, etc), con el que cuenta la Empresa?

Instrumentos de gestión	N° de Encuestados	%
Sí	1	5.0%
No	12	60.0%
No sabe	7	35.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 03 Instrumentos De Gestión



Fuente: Cuadro 03

Según el cuadro 03 y el gráfico 03, el 60% de los encuestados desconoce los instrumentos de gestión, el 5% afirma conocer los instrumentos de gestión, de estos datos se puede afirmar que la gran mayoría desconocen hasta sobre la existencia de los instrumentos de gestión, por tanto esto demuestra que muchos no conocen exactamente sus deberes y realizan trabajos múltiples y

no logran una actividad coordinada y adecuada con sus funciones dentro de la empresa.

Los instrumentos de gestión son aquellos elementos y métodos que permiten ayudar a los tomadores de decisiones a elegir de manera racional entre las diferentes alternativas, con base en la información disponible.

Siendo que la mayoría desconoce los instrumentos de gestión, en consecuencia ni las aplican, pues desconocen los métodos para tomar decisiones de forma racional utilizando información; esto afecta en la prestación de un servicio con calidad, ya que no se rigen por tales instrumentos.

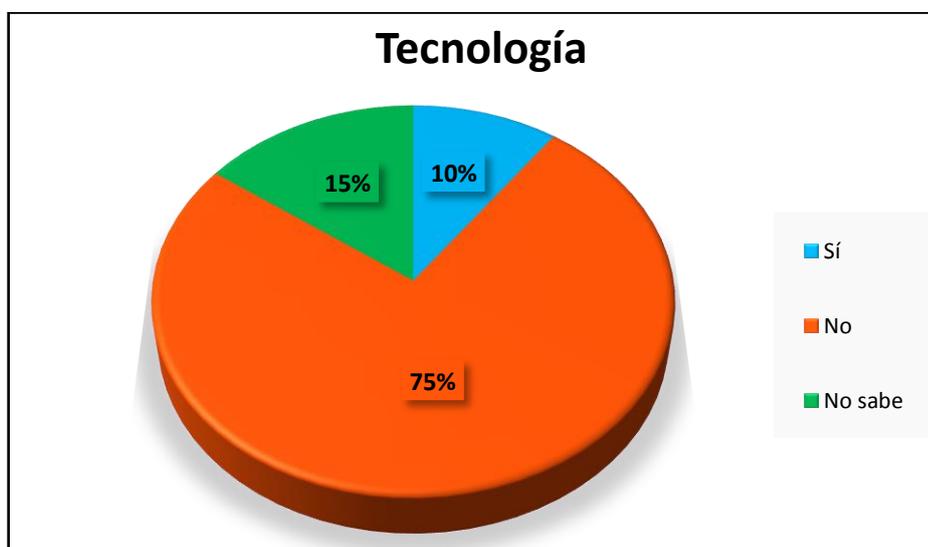
Cuadro 04 Tecnología

¿En la gestión y prestación de servicios se utiliza con frecuencia la tecnología?

Tecnología	N° de Encuestados	%
Sí	2	10.0%
No	15	75.0%
No sabe	3	15.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 04 Tecnología



Fuente: Cuadro 04

Se puede observar en el cuadro 04 y el gráfico 04 que solamente el 10% afirma utilizar la tecnología en la gestión y la prestación de servicio, el 15% desconoce de dicha utilización y el 75% señala que no utiliza la tecnología en la gestión de la prestación de servicios, lo que claramente demuestra que exista un servicio deficiente y lenta puesto que la tecnología permite la automatización de ciertos elementos en la prestación de servicios, con el propósito de satisfacer al usuario con un servicio de calidad.

La tecnología es una actividad socialmente organizada, planificada que persigue objetivos conscientemente elegidos y de características esencialmente prácticas.

Evidentemente la gran mayoría afirma que no se utiliza la tecnología esto implica que en la empresa no hay una actividad socialmente organizada, planificada que les permita alcanzar un objetivo determinado que es la prestación de servicios con calidad.

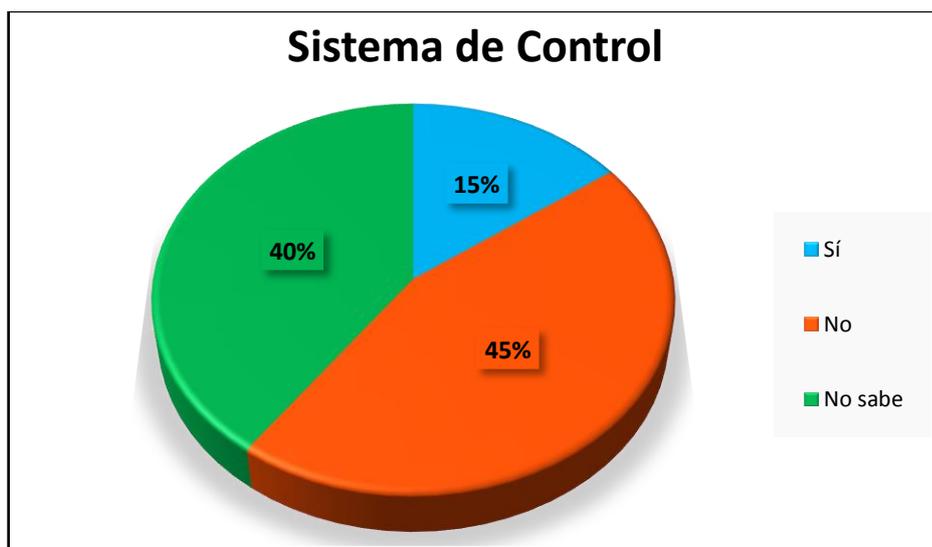
Cuadro 05 Sistemas De Control

¿La empresa cuenta con algún sistema de control en alguna área?

Sistemas de control	N° de Encuestados	%
Sí	3	15.0%
No	9	45.0%
No sabe	8	40.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 05 Sistemas De Control



Fuente: Cuadro 05

En el cuadro 05 y el gráfico 05, se observa que tan sólo el 15% afirma que la empresa cuenta con un sistema de control en alguna área, sin embargo el 40% desconoce de algún sistema de control y la mayoría que es el 45% señala que no existe algún sistema de control en alguna área, por lo que se puede determinar que no existe un adecuado sistema de control en las áreas de la empresa que permita ofrecer un servicio de calidad, no hay alguna forma de control o estándar de áreas coordinadas y con control.

Un sistema de control es un conjunto de dispositivos encargados de administrar, ordenar, dirigir o regular el comportamiento de otro sistema, con el fin de reducir las probabilidades de fallo y obtener los resultados deseados.

Debido a que el 45% responde que la empresa no tiene un sistema de control, es decir no existe un regulador del comportamiento de un sistema que permita evaluar los resultados, es evidente un bajo nivel de prestación de servicio de calidad.

Cuadro 06 Trabajo En Equipo

¿Existe coordinación y participación adecuada entre las áreas de la empresa?

Trabajo en equipo	N° de Encuestados	%
Sí	8	40.0%
No	10	50.0%
No sabe	2	10.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 06 Trabajo En Equipo



Fuente: Cuadro 06

Se observa que el cuadro 06 y el gráfico 06, el 40% señala que existe coordinación y participación adecuada entre las áreas de la empresa, sin embargo el 50% declara que no existe dicha coordinación y el 10% de los encuestados desconoce, esto demuestra que existe una deficiente coordinación y participación adecuada de las diferentes áreas de la empresa en la prestación de servicios con calidad, por tanto sin precisión de coordinación y participación es evidente una deficiente calidad de servicio.

Trabajo en equipo es el trabajo hecho por varios individuos donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común. Es una de las

condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya un compañerismo.

El 50% responde que no hay un trabajo en equipo, puesto que no hay una asignación específica de actividades o la distribución de tareas de forma coordinada, por tanto no existe un trabajo de compañerismo entre los socios, esto afecta en la calidad de servicio.

B. USUARIOS

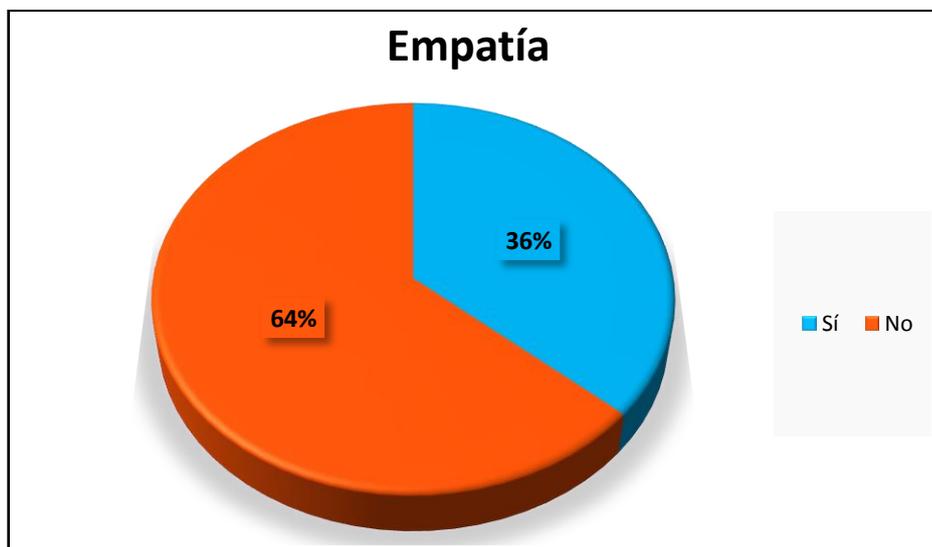
Cuadro 07 Empatía

¿Considera que la empresa busca la satisfacción suya en el servicio que presta?

Empatía	N° de Encuestados	%
Sí	20	36.4%
No	35	63.6%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 07 Empatía



Fuente: Cuadro 07

Así como el cuadro 07 y el gráfico 07, muestra que sólo el 36% de los usuarios encuestados señalan que la empresa busca empáticamente su satisfacción, sin embargo el 64% afirma lo contrario, por lo que se demuestra

que existe una deficiente trato o búsqueda de brindar un servicio de calidad y enfoque en los usuarios en se sientan comprendidos y atendidos adecuadamente.

Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona.

Debido a que la mayoría de los usuarios no percibe la empatía, es decir no sienten que son comprendidos al momento de recibir el servicio por parte de los que atienden el servicio de transporte, esto es clara evidencia de la deficiente calidad de servicio.

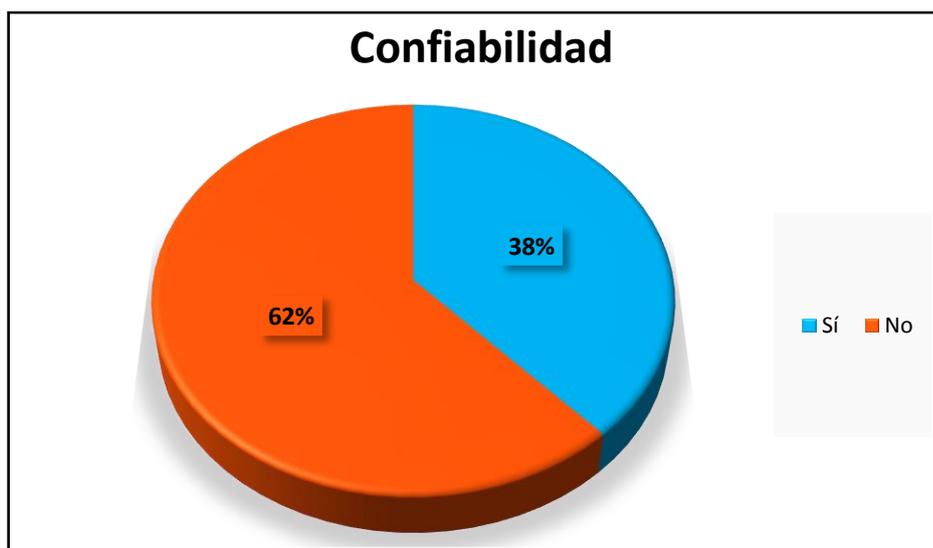
Cuadro 08 Confiabilidad

¿Usted confía en el servicio de la empresa y la recomienda?

Confiabilidad	N° de Encuestados	%
Sí	21	38.2%
No	34	61.8%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 08 Confiabilidad



Fuente: Cuadro 08

Como muestra el cuadro 08 y el gráfico 08, un 38% de los usuarios encuestados afirma que confía en el servicio prestado por la empresa y que la recomienda, sin embargo la mayoría que representa el 62% señala que no confía en la empresa, lo que nos demuestra que la empresa no llega a satisfacer sus expectativas a la mayoría, por lo que el servicio brindado por la empresa es de poca confiabilidad y poco recomendable.

La confiabilidad es la capacidad de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado. Es decir, que habremos logrado la confiabilidad requerida cuando se hace lo que queremos que haga y en el momento que queremos que lo haga.

El 62% señala que la empresa no es confiable, debido a que la empresa con la forma de su prestación de servicio no satisface en la forma del servicio ni en el momento que requieren los usuarios, esto es la deficiente calidad de servicio.

Cuadro 09 Seguridad

¿En todo el momento que implica el servicio, usted sintió la garantía del servicio?

Seguridad	N° de Encuestados	%
Sí	12	21.8%
No	43	78.2%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 09 Seguridad



Fuente: Cuadro 09

Según el cuadro 09 y el gráfico 09, el 22% de los usuarios encuestados dice sentirse seguro con el servicio recibido, más sin embargo el 78% afirma que no sintió la garantía de la seguridad en el servicio, lo que demuestra que existe una deficiente garantía de seguridad, hay una carencia de estándares de seguridad y otros parámetros que brinden una seguridad en el servicio.

Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

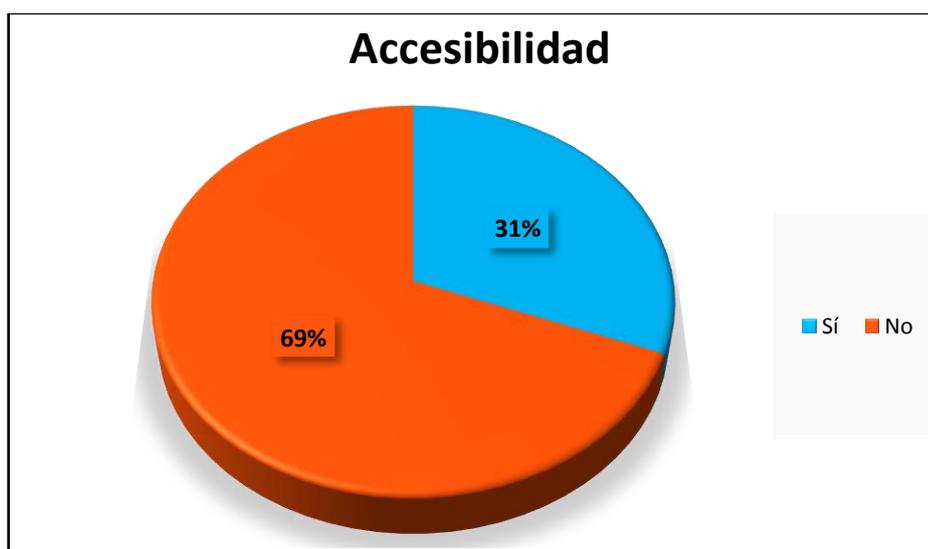
La gran mayoría de los usuarios señala que no sienten seguridad esto debido a que la empresa no llega a los usuarios con estándares de seguridad o acciones específicas que transmita tranquilidad a los usuarios, así mismo el uso de instrumentos que garanticen cualquier eventualidad de peligro.

Cuadro 10 Accesibilidad

¿Escuchan y consideran su opinión los trabajadores y la empresa en general?

Accesibilidad	N° de Encuestados	%
Sí	17	30.9%
No	38	69.1%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 10 Accesibilidad

Fuente: Cuadro 10

Se observa en el cuadro 10 y el gráfico 10 que el 31% de los usuarios señalan que fueron escuchados y considerados con sus opiniones por los trabajadores y la empresa en general, sin embargo el 69% de los usuarios fueron ignorados, lo que demuestra que la empresa tiene una deficiente accesibilidad, los usuarios en su mayoría sienten que no son tomados en cuenta con sus opiniones acerca del servicio que reciben.

Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

El 69% considera que la empresa es poco accesible, debido a que la empresa no informa de sus canales de acceso o de comunicación con los usuarios para una atención de calidad.

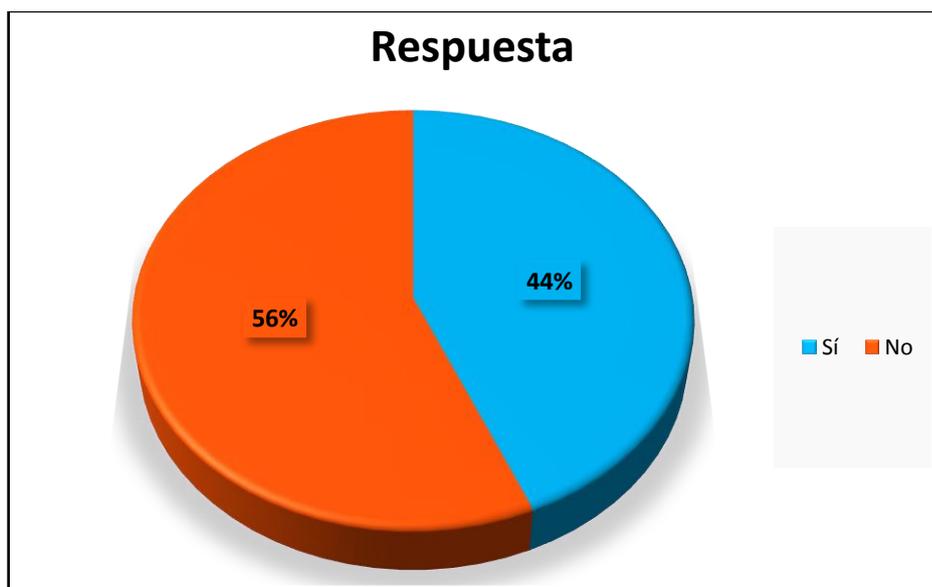
Cuadro 11 Respuesta

¿Usted está conforme con la forma y oportunidad de la atención en el servicio?

Respuesta	N° de Encuestados	%
Sí	24	43.6%
No	31	56.4%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 11 Respuesta



Fuente: Cuadro 11

Se muestra en el cuadro 11 y el gráfico 11 que el 44% de los usuarios encuestados señala que están conforme con la forma y oportunidad de atención en el servicio, sin embargo la mayoría que representa el 56% de los encuestados afirma lo contrario, por tanto esto nos demuestra que por lo general no existe suficiente capacidad de servir y cubrir las necesidades de los usuarios por parte de los trabajadores en el momento de prestar el servicio.

Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Debido a que la mayoría no siente la disponibilidad de los prestadores de servicio en atender un servicio de rapidez o en otros aspectos, consideran a la empresa de poca respuesta.

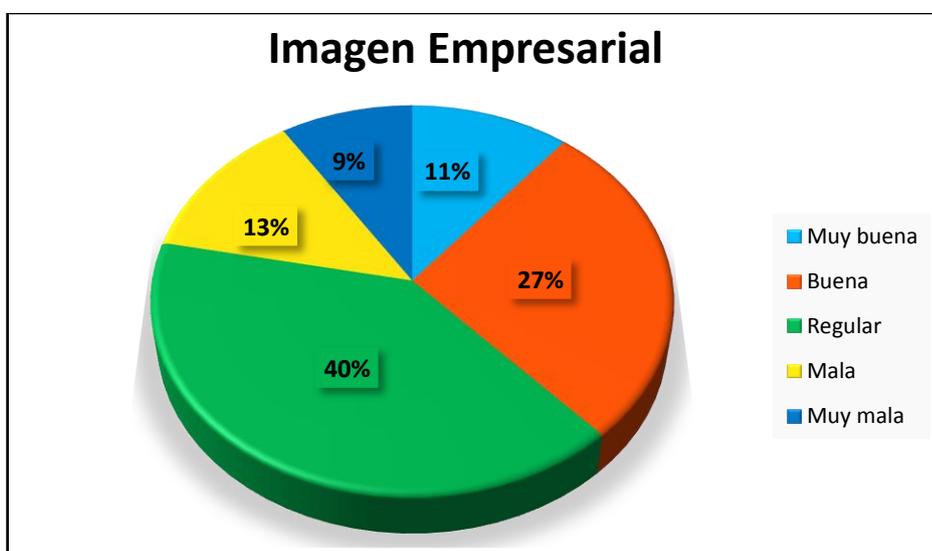
Cuadro 12 Imagen Empresarial

¿Frente a otras empresas como considera a Dorado Express?

Imagen empresarial	N° de Encuestados	%
Muy buena	6	10.9%
Buena	15	27.3%
Regular	22	40.0%
Mala	7	12.7%
Muy mala	5	9.1%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Gráfico 12 Imagen Empresarial



Fuente: Cuadro 12

El cuadro 12 y el gráfico 12 muestra que sólo el 11% de los encuestados señala a la empresa como de muy buena imagen, el 27% describe como de buena imagen, 40% de los usuarios determina que la empresa es de regular reputación, 13% de los encuestados señala de mala imagen y el 9% de muy mala imagen, esto nos demuestra que la empresa tiene una imagen empresarial regular, falta mejorar la calidad de su servicio para satisfacer cabalmente a la mayoría de sus usuarios.

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La

creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.

La imagen empresarial en su mayoría es considerada regular esto debido a la baja calidad de servicio, ya que los clientes tienen una percepción de regular aceptación, porque la empresa no trabaja en esta área para superar a una imagen significativa.

4.2. Rentabilidad Del Servicio De Transporte

Con el propósito de lograr el objetivo N° 2 que es la prioridad de toda empresa, cada socio o inversionista que busca la rentabilidad en una empresa, para tal medición se ha calculado mediante los índices de rentabilidad:

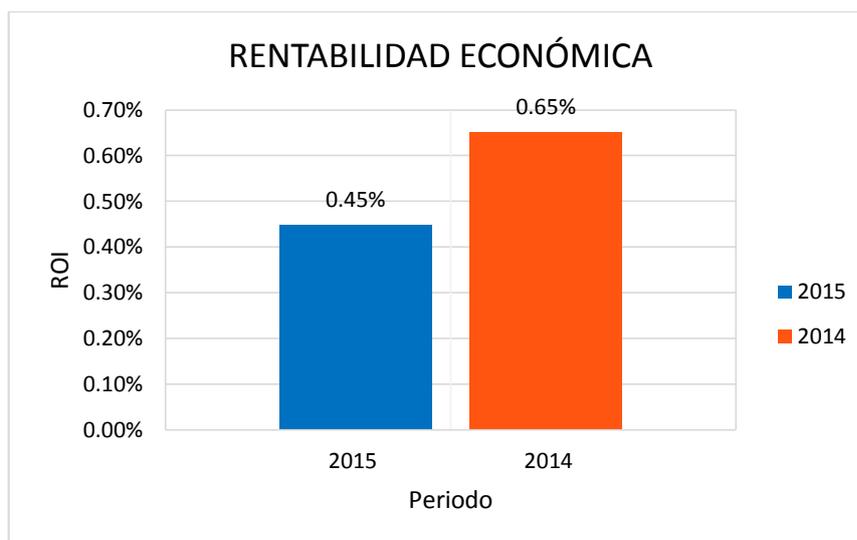
A. Rentabilidad Económica (ROI)

$$ROI = \frac{Utilidad\ Neta\ x\ 100}{Total\ Activo}$$

Cuadro 13 Rentabilidad Económica

2015	=	$\frac{5,962.00}{1,327,349.00}$	=	0.45%
2014	=	$\frac{8,935.00}{1,371,555.00}$	=	0.65%

Fuente: EE.FF. de Dorado Express SCRL. Periodos 2015 – 2016

Gráfico 13 Rentabilidad Económica

Fuente: Cuadro 13

En el cuadro y el gráfico 13 se observa que en el periodo 2014 la empresa tuvo una rentabilidad de 0.65%, en el periodo 2015 obtuvo una rentabilidad económica de 0.45%, esto representa que la rentabilidad a partir de cada un sol del total activo en menor a un céntimo, evidentemente una rentabilidad muy deficiente, en el periodo 2014 fue de 0.065 céntimos y aun menor en el periodo 2015 que fue de 0.045 céntimos, por tanto la productividad del capital es deficiente.

Es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar.

El gasto realizado es deficiente debido a que la rentabilidad es mínima y decreciente en los periodos analizados, es decir se muestra un clara rentabilidad baja.

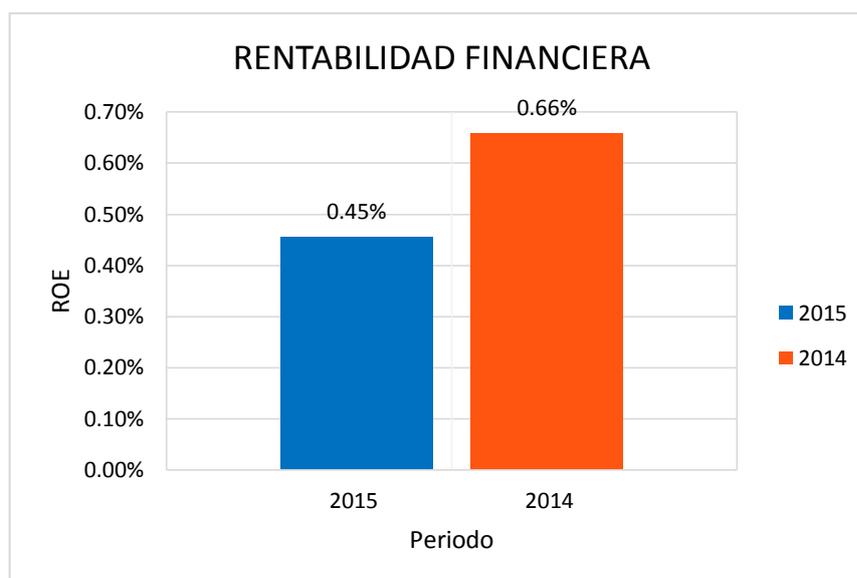
B. Rentabilidad Financiera (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Total Patrimonio}}$$

Cuadro 14 Rentabilidad Financiera

2015	=	$\frac{5,962.00}{1,310,518.00}$	=	0.45%
2014	=	$\frac{8,935.00}{1,354,937.00}$	=	0.66%

Fuente: EE.FF. de Dorado Express SCRL. Periodos 2015 – 2016

Gráfico 14 Rentabilidad Financiera

Fuente: Cuadro 14

Señala el cuadro y gráfico 14 que la rentabilidad financiera en el periodo 2014 fue el 0.66%, lo que demuestra que de cada un sol del patrimonio se recuperó 0.066 céntimos y en el periodo 2015 fue el 0.45% que significa que de cada un sol invertido se recuperó 0.045 céntimos menor que el periodo anterior, se muestra claramente que la rentabilidad financiera es deficiente sido que el retorno es menor a un céntimo, lo que significa que la distribución de utilidades o la rentabilidad para los socios es muy baja.

Mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de la cantidad invertida por los accionistas. En la medida en

que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor.

Debido a que la empresa no tiene una administración eficiente en la generación de utilidades, la rentabilidad en ambos periodos y en forma decreciente es muy baja sobre el patrimonio constituido.

C. Rentabilidad Sobre Activos (ROA)

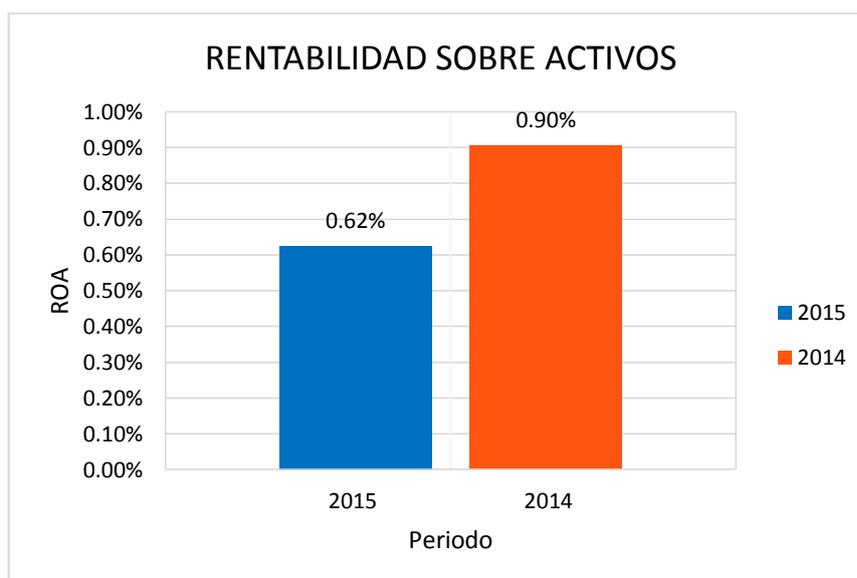
$$ROA = \frac{Utilidad\ de\ Operación\ x\ 100}{Total\ Activos}$$

Cuadro 15 Rentabilidad Sobre Activos

2015	=	$\frac{8,281.00}{1,327,349.00}$	=	0.62%
2014	=	$\frac{12,410.00}{1,371,555.00}$	=	0.90%

Fuente: EE.FF. de Dorado Express SCRL. Periodos 2015 – 2016

Gráfico 15 Rentabilidad Sobre Activos



Fuente: Cuadro 15

Se observa en el cuadro y gráfico 15 que la rentabilidad sobre activos en el periodo 2014 fue de 0.90%, lo que representa que de cada un sol que

compone el activo se recupera el 0.090 céntimos y en el periodo 2015 fue de 0.62% menor del periodo anterior, lo que significa que de cada un sol del activo retorna el 0.062 céntimos, en ambos periodos la rentabilidad es menor a un céntimo una evidente baja rentabilidad, por tanto se determina la ineffectividad de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

El cociente mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor.

La rentabilidad sobre los activos es baja debido a que la empresa no tiene una administración eficiente para la generación de utilidades mediante los activos, es decir los activos no generan beneficios rentables.

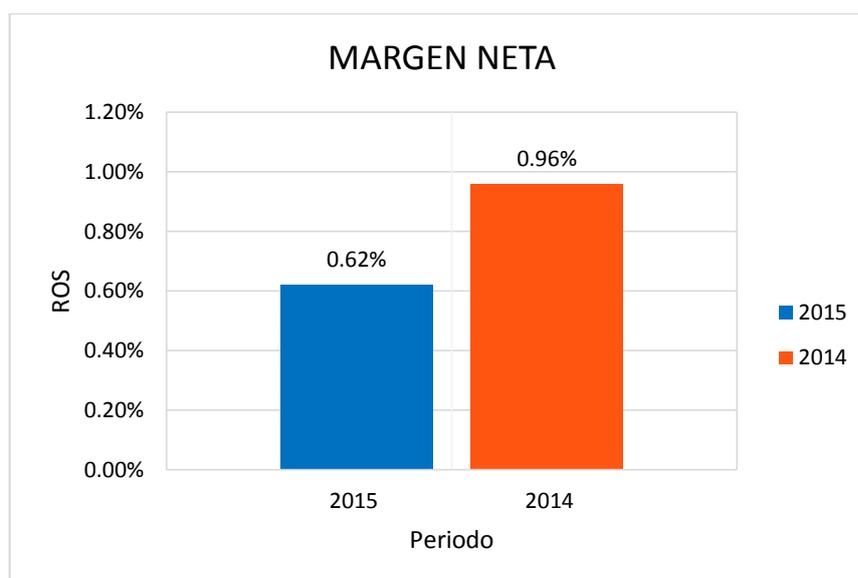
D. Rentabilidad Neta Sobre Ventas (ROS)

$$\frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Ventas Netas}}$$

Cuadro 16 Rentabilidad Neta Sobre Ventas

2015	=	$\frac{5,962.00}{960,187.00}$	=	0.62%
2014	=	$\frac{8,935.00}{932,430.00}$	=	0.96%

Fuente: EE.FF. de Dorado Express SCRL. Periodos 2015 – 2016

Gráfico 16 Rentabilidad Neta Sobre Ventas

Fuente: Cuadro 15

El cuadro y el gráfico 15 muestra que en el periodo 2014 la rentabilidad neta sobre las ventas fue el 0.96%, que representa que de cada un sol de las ventas la utilidad es de 0.096 céntimos y en el periodo 2015 la rentabilidad neta sobre las ventas fue de 0.62% lo que representa que de cada un sol de las ventas la utilidad es de 0.062 céntimos, menor a un céntimo.

Muestra la rentabilidad que se obtiene por cada una de las unidades vendidas por una empresa en el transcurso de su actividad, una vez descontados los costes variables y directos de las ventas realizadas.

Debido a que las ventas son bajas y los gastos y costos absorben toda la utilidad, se muestra una baja rentabilidad en ambos periodos y de forma decreciente.

E. Rentabilidad Sobre El Capital.

$$\frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Capital}}$$

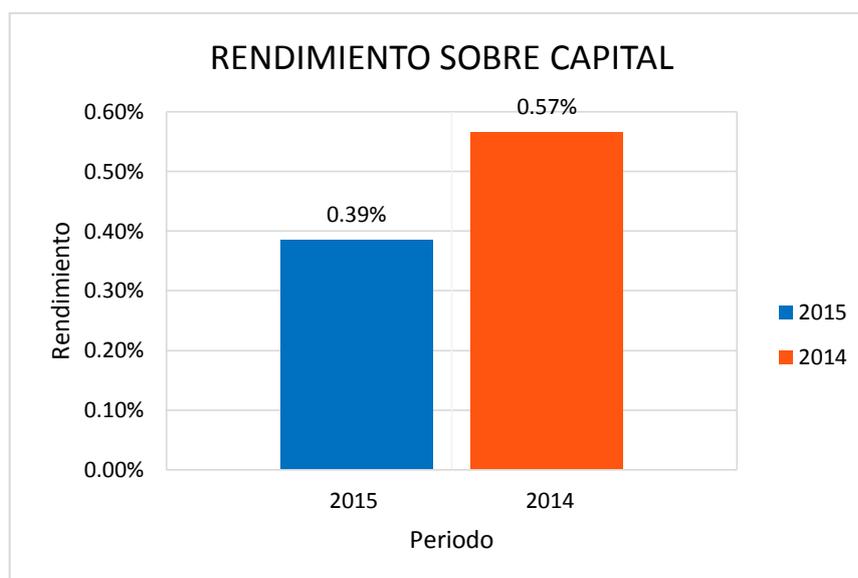
Cuadro 17 Rentabilidad Sobre El Capital

Rentabilidad Sobre el capital de Dorado Express, periodos 2015 y 2014

2015	=	$\frac{5,962.00}{1,546,058.00}$	=	0.39%
2014	=	$\frac{8,935.00}{1,580,058.00}$	=	0.57%

Fuente: EE.FF. de Dorado Express SCRL. Periodos 2015 – 2016

Gráfico 17 Rentabilidad Sobre El Capital



Fuente: Cuadro 17

Se observa en el cuadro y el gráfico 17 que la rentabilidad sobre el capital, en el periodo 2014 fue de 0.57% y en el periodo 2015 fue de 0.39%, en ambos periodos el retorno fue menor a un céntimo por cada sol que comprende el capital, una baja rentabilidad para los aportantes del capital.

Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto obtenido.

La rentabilidad es baja con respecto a las aportaciones de los socios, debido a que el beneficio neto obtenido es baja, debido a una mala gestión del capital.

4.3. Propuesta De Estrategias Para Mejorar La Calidad De Servicio Y La Rentabilidad

CALIDAD DE SERVICIO

a) Programación de charlas y Talleres

Se propone programar charlas o talleres para los socios y los trabajadores de la empresa, puesto que muchos no conocen de la gestión de calidad y sus responsabilidades de los cargos que ocupan, puesto que no dedican a la búsqueda o actualización de estándares de calidad, más aun aquellos que están en contacto directo con los usuarios.

b) Implementar Políticas de Gestión

La gerencia debe implementar políticas adecuadas y actualizadas de gestión, las cuales puedan normar, dirigir y respaldar acciones mediante instrumentos de gestión claramente definidos y detallados.

Misión Visión de la empresa

Para ello la gerencia debe reunirse con los socios de la empresa y elaborar la misión y visión actualizada en base a sus expectativas, posterior a ello dar a conocer a todos los trabajadores para su identificación.

Normas que rigen la empresa

Deben estar comprendidos los derechos y deberes de los socios y trabajadores claramente definidos, muchas de estas normas se encuentran en los manuales de organizaciones y funciones (MOF), reglamento de organizaciones y funciones (ROF), estatutos, etc.; pero los socios y los

trabajadores desconocen, entonces se ve por conveniente revisar las normas hasta la perfecta asimilación de todos los involucrados.

Pautas de calidad de servicio

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.

Seguridad

Para que la empresa brinde seguridad a los usuarios, las unidades de la flota deben contener todas las medidas de seguridad y los instrumentos y herramientas, para atender oportunamente los correctos estándares de calidad.

Imagen y honestidad

La imagen depende del resultado del servicio y de la apariencia que está relacionado con la limpieza y el trato, que debe mejorar y uniformizar, así mismo en las oficinas y/o terminales demostrar la imagen y la honestidad.

RENTABILIDAD

a) Evaluación de productos, costos y clientes

Para obtener mayor rentabilidad, es preciso es el análisis y evaluación del servicio que brindamos, conocer el perfil de clientes, evaluar el nivel de aceptación y el volumen de ventas, y estar dispuestos a reformularlos para poder llegar a un público mayor, sin resignar calidad. La evaluación de costes y la posibilidad de reducirlos sin sacrificar el tipo y calidad del servicio, repercute directamente en la rentabilidad de la empresa.

b) Control de gastos

A menores gastos, mayor rentabilidad, analizar exhaustivamente cada gasto que tiene la empresa con espíritu crítico, y poner manos a la obra en la reducción de los mismos, desde impuestos hasta servicio básicos.

c) Implementar una estrategia de reconocimiento

En relación a la consecución de una mayor rentabilidad relacionada con los clientes y las ventas, implementar una estrategia de reconocimiento a aquellos clientes que nos recomiendan a otras personas, resulta más rentable en dinero y tiempo, que emprender una captación de clientes de forma tradicional y directa.

d) La tecnología como aliada

Un factor clave para la rentabilidad es la integración de la información para tomar decisiones acertadas y en tiempo, evitar re-trabajos y minimizar el margen de error al momento de ingresar y manejar los datos e indicadores importantes para las operaciones del negocio. Las soluciones tecnológicas juegan un papel importante en este tema al optimizar los procesos internos y ahorrar costos, logrando con esto tener una empresa más eficiente en el uso de sus recursos tanto de capital como humanos.

4.4. Contrastación De Hipótesis

Los resultados obtenidos del presente trabajo de investigación nos permitieron validar las hipótesis planteadas:

Hipótesis Específica 01 “Existen causas negativas que inciden en un bajo nivel de calidad en la prestación de servicios de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.”

Para la evaluación de la calidad de servicio y sus causas se ha realizado encuesta a los socios – trabajadores y a los usuarios, los resultados se muestran en los cuadros y gráficos del 01 al 12, donde a partir de los indicadores se ha observado que la mayoría no tiene capacitación especializada en administración o gestión de calidad porque el 55% sólo cuenta con educación secundaria; en cuanto a eventos de capacitación el 45% señala que no existen; existe un desconocimiento de la mayoría de los instrumentos de gestión, sólo el 5% conoce; en cuanto a la utilización de la tecnología el 75% afirma que no utiliza la tecnología en la gestión de calidad; no hay un sistema de control así lo afirma el 45% de los encuestados; muy poco trabajo en equipo sólo el 40% lo considera; los usuarios no reconocen mucha empatía sólo 36.4% sienten satisfacción del servicio recibido; sólo el 38.2 confía en la empresa; así mismo sólo el 21.8% se siente seguro con el servicio; el 69.1% no se siente tomado en cuenta; 56.4% no recibe una respuesta adecuada a su solicitud y la imagen empresarial es considerada regular por el 40%, por lo tanto se da como aceptada la hipótesis.

Hipótesis Específica 02 “La baja rentabilidad de la prestación de servicios incide negativamente en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.”

Según los ratios de rentabilidad demostrados a partir de los estados financieros, que se muestran en los cuadros y gráficos de 13 al 18, se observa

claramente una deficiente rentabilidad y disminución en el periodo reciente, que impide el desarrollo empresarial; se puede observar que hay una deficiente productividad del capital porque la rentabilidad económica es de 0.45% y 0.65% en 2015 y 2014 respectivamente, que es una rentabilidad menor a un céntimo; la rentabilidad financiera es de 0.45% y 0.66% en 2015 y 2014 respectivamente que la rentabilidad no llega ni a un céntimo; la rentabilidad sobre activos también no llega ni a un céntimo porque fue de 0.62% y 0.90% en 2015 y 2014 respectivamente; el margen neto fue de 0.62% y 0.96% en 2015 y 2014 respectivamente y la rentabilidad sobre el capital fue de 0.39% y 0.57% en 2015 y 2014 respectivamente lo que significa al igual que todos los de más indicadores la rentabilidad es menor a un céntimo por cada sol invertido, lo que evidentemente existe una deficiente rentabilidad empresarial, por tanto queda aceptada la hipótesis.

CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el trabajo de investigación, sobre la base de los objetivos, el análisis de los resultados obtenidos y la comprobación de hipótesis llegamos a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: Los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que existen causas negativas que inciden en un bajo nivel de calidad, existe una deficiente capacidad de prestación de servicio con calidad, no existe instrumentos de gestión debidamente planteados ni existe la utilización de la tecnología que permita su optimización, existe deficiente sistema de control y muy poco trabajo en equipo, los cuales influyen en un bajo nivel de calidad.

SEGUNDA: La evaluación de los usuarios revelan que la empresa ofrece un servicio regular, así mismo determina que hay un bajo nivel de calidad en la prestación de servicios tales como la empresa no tiene mucha empatía con los usuarios, no es de mucha confiabilidad ni garantiza la seguridad en el servicio, es de difícil accesibilidad y lenta respuesta en la atención a la inquietud de los usuarios es por esto que la imagen empresarial es considera regular.

TERCERA: La evaluación financiera efectuada con respecto a la rentabilidad empresarial es muy baja, por ende la empresa es ineficiente, puesto que existe una deficiente gestión del capital y exceso de costos y gastos, que la rentabilidad en los periodos 2015 y 2014 es inferior 0.10 céntimos por cada 1.00 sol invertido, no ha generado los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: La gestión de calidad es de suma importancia y se debe implementar eventos de capacitación en gestión de calidad, implementación y utilización de la tecnología e instrumentos de control, de forma organizada y coordinada con el propósito de optimizar la calidad de servicio.

SEGUNDA: La calidad de servicios prestados se puede superar mediante la empatía con los usuarios, inspirando confiabilidad y seguridad, así mismo buscando la forma posible para escuchar a los usuarios sea sus opiniones, quejas o sugerencia y dar respuestas rápidas y optimas, así mejorará la imagen empresarial.

TERCERA: La rentabilidad es el objetivo principal de toda actividad económica y esto es posible mediante la observación de las ventas, optimizando mediante la calidad de servicio, así mismo control de costos y gastos que disminuyen la rentabilidad, también es de importancia la utilización de la tecnología como aliado, estos de forma organizada de forma sistemática ayudará en el incremento de la rentabilidad.

CUARTA: Para mejorar la situación de la empresa se recomienda aplicar las estrategias de gestión de calidad que plantea incrementar la calidad del servicio al cliente en todos sus ámbitos, por ello al analizar los principales puntos que inciden en la calidad del servicio al cliente, se pronostica revertir la rentabilidad de la empresa, los principales puntos son, imagen empresarial, capacidad de servicio, instrumentos de gestión, aplicación tecnológica y sistemas de control.

BIBLIOGRAFÍA

- Adrianzen, M. (1997). *Enciclopedia de Contabilidad II Edic.* Lima: Universidad Libre S.A.
- Alvarez, P. (2006). *Introducción a la Calidad.* España: Ideas Propias.
- Apaza, M. (2007). *Formulación, Análisis e interpretación de los Estados Financieros.* Lima: Instituto Pacífico S.A.C.
- Apaza, M. (2010). *Consultor Economico Financiero.* Lima: Instituto Pacífico SAC.
- Apaza, M. (2012). *Contabilidad de Sociedades.* Lima: Entrelíneas S.R.Ltda.
- Bon, J. (2008). *Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3.* Reino Unido: Editorial del Gobierno Británico.
- Bravo, M. (1994). *Contabilidad Financiera Básica.* Lima: San Marcos.
- Callo, A. (2000). *La Contabilidad de la Empresa T1.* Lima: Corporación Editora Continental S.A.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica.* Lima: san Marcos.
- Díaz, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial.* España: Esic editorial.
- Esteo, F. (1998). *Análisis Contable de la Rentabilidad Empresarial.* Madrid: Centro de Estudios Financieros.

- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Oxford University Press.
- Hernández, R. F., & Baptista, P. (2006). *Metodología de Investigación*. México: McgrawHill Interamericana.
- Hernandez, R. y. (2007). *Fundamentos de la Metodología de la Investigación*. España: Mc Graw-Hill.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Madrid: Díaz de Santos.
- Machaca, M. (2011). *Capacidad Gerencial y Calidad de Servicio en las Empresas de transporte Urbano en la Ciudad de Juliaca – 2010*. Puno: Tesis para optar el título profesional de contador Público.
- Montesinos, J. (2004). *Las 30 Leyes del Marketing en el Perú*. Lima: Colores y Trazos.
- Palomino, P. (2001). *Metodología Diseño y Técnicas de Investigación*. Puno: Titikaka-FCEDUC.
- Pérez, C. (2014). *La Calidad del Servicio al Cliente y su Influencia en los Resultados Económicos y Financieros*. Chiclayo: Tesis Pregrado.
- Picazo, L. (1999). *Ingeniería de servicios*. España: Ediciones Mc-Graw- Hill.
- Quino, G. (2012). *Análisis de la Situación Económica y Financiera para la Toma de Decisiones*. Puno: Tesis Pregrado.
- Ramos, B. (2013). *Determinación de Costos y Rentabilidad de las Empresas de Transportes Terrestre de pasajeros*. Puno: Tesis Pregrado.

- Rey, M. (1999). *Calidad del servicio al cliente y gestión de reclamaciones: teoría y casos*. Sevilla: CEADE.
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la Gestión Empresarial*. España: Eumed.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.
- Sanchez, H. (1998). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica*. Lima: Mantaro.
- Vargas, G. (1979). *Proyectos de Transportes Vol.4*. Mexico: LIMUSA.
- Viveros, J. (2002). *Apuntes de principios y modelos de calidad*.
- Zela, B. (2012). *Gestión del Talento Humano y su Incidencia en la Rentabilidad de las Empresas de Transportes de pasajeros Interdepartamental*. Puno: Tesis pregrado.
- Zelayaran, M. (2002). *Metodología de Investigación Jurídica*. Lima: Jurídicas.

ANEXOS

ANEXO 01: Estado De Situación Financiera Comparativo

EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS S.C.R.L.		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA COMPARATIVO		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 - 2014		
(Expresado en nuevos soles)		
ACTIVO	2015	2014
Activo Corriente		
Efectivo y Equivalente de Efectivo	600,251.00	442,240.00
Otras Cuentas por Cobrar		526.00
Total Activo Corriente	600,251.00	442,766.00
Activo No Corriente		
Inmueble, Maquinaria y Equipo	1,428,763.00	1,472,763.00
Depreciación Acumulada	(720,030.00)	(543,974.00)
Otros Activos	18,365.00	
Total Activo No Corriente	727,098.00	928,789.00
TOTAL ACTIVO	1,327,349.00	1,371,555.00
PASIVO Y PATRIMONIO		
Pasivo Corriente		
Tributos por Pagar	521.00	428.00
Remuneraciones y Part. Por Pagar	16,310.00	16,190.00
Total Pasivo Corriente	16,831.00	16,618.00
TOTAL PASIVO	16,831.00	16,618.00
PATRIMONIO		
Capital	1,546,058.00	1,580,058.00
Resultados Acumulados	(243,821.00)	(237,531.00)
Resultado del Ejercicio	8,281.00	12,410.00
TOTAL PATRIMONIO	1,310,518.00	1,354,937.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1,327,349.00	1,371,555.00

ANEXO 02: Estado Resultados Comparativo

EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS S.C.R.L.		
ESTADO RESULTADOS COMPARATIVO		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 - 2014		
(Expresado en nuevos soles)		
Detalles	2015	2014
Ventas Netas o Ingresos por Servicios	960,187.00	932,430.00
(-) Costo de Servicios	(0.00)	(0.00)
Utilidad Bruta	960,187.00	932,430.00
(-) Gastos de Administración	(372,611.00)	(370,831.00)
(-) Gastos de Ventas	(579,295.00)	(549,189.00)
Utilidad Operativa	8,281.00	12,410.00
(-) Gastos Financieros	(0.00)	(0.00)
(-) Otros Gastos	(0.00)	(0.00)
Utilidad Antes de Partic. e IR.	8,281.00	12,410.00
(-) Impuesto a la Renta	(2,319.00)	(3,475.00)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	5,962.00	8,935.00

ANEXO 03: Matriz de Consistencia

“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS S.C.R.L. PERIODOS 2014 - 2015”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
PG: ¿En qué medida la calidad de los servicios de transporte de pasajeros incide en la Rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. en los periodos 2014 y 2015?	OG: Determinar la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. periodos 2014 - 2015.	HG: La deficiente calidad de servicios de transporte de pasajeros incide negativamente en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. periodos 2014 - 2015.	V. I. Calidad de servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empatía ✓ Confiabilidad ✓ Seguridad ✓ Accesibilidad ✓ Respuesta ✓ Imagen empresarial
			V. D. Rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estados Financieros ✓ Ratios de rentabilidad
PE 1: ¿Cuáles son las principales causas que inciden en la deficiencia de la calidad de servicios prestados por la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.?	OE 1: Determinar las principales causas que inciden en la deficiencia de la calidad de servicios prestados por la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.	HE 1: Existen causas negativas que inciden en un bajo nivel de calidad en la prestación de servicios de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.	V. I. Causas negativas.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Grado de Instrucción ✓ Eventos de capacitación ✓ Instrumentos de gestión ✓ Tecnología ✓ Sistemas de control ✓ Trabajo en equipo
			V. D. Calidad de servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empatía ✓ Confiabilidad ✓ Seguridad ✓ Accesibilidad ✓ Respuesta ✓ Imagen empresarial
PE 2: ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de la prestación de servicios y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.?	OE 2: Determinar el nivel de rentabilidad de la prestación de servicios y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.	HE 2: La baja rentabilidad de la prestación de servicios incide negativamente en el desarrollo empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.	V. I. Rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estados Financieros ✓ Ratios de rentabilidad
			V. D. Desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Imagen empresarial ✓ Capacidad de servicio ✓ Instrumentos de gestión ✓ Aplicación tecnológica ✓ Sistema de control
	OE 3: Proponer estrategias para mejorar la calidad de servicio y rentabilidad empresarial de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L.			

ANEXO 04: Encuesta dirigida a Los Socios**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

La presente encuesta se realiza con fines estrictamente académicas, para lo cual se solicita a usted contestar con mayor veracidad posible, agradecemos su gentil colaboración.

**Encuesta dirigida a los socios, directivos y/o trabajadores de la Empresa
Dorado Express**

01. ¿Actualmente, cuál es su grado de instrucción?

- a) Primaria ()
- b) Secundaria ()
- c) Técnico ()
- d) Superior ()
- e) No estudio ()

02. ¿Existe con frecuencia cursos, talleres de capacitación de Calidad de Servicio en la empresa?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) No sabe ()

03. ¿Conoce los instrumentos de gestión (Manual de Organizaciones y funciones MOF, Reglamento de Organizaciones y Funciones ROF, etc), con el que cuenta la Empresa?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) No sabe ()

04. ¿En la gestión y prestación de servicios se utiliza con frecuencia la tecnología?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) No sabe ()

05. ¿La empresa cuenta con algún sistema de control en alguna área?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) No sabe ()

06. ¿Existe coordinación y participación adecuada entre las áreas de la empresa?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) No sabe ()

¡Gracias por su gentil colaboración!

ANEXO 05: Encuesta dirigida a Los Usuarios**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

La presente encuesta se realiza con fines estrictamente académicas, para lo cual se solicita a usted contestar con mayor veracidad posible, agradecemos su gentil colaboración.

Encuesta dirigida a los usuarios de la Empresa Dorado Express

01. ¿Considera que la empresa busca la satisfacción suya en el servicio que presta?

- a) Sí ()
- b) No ()

02. ¿Usted confía en el servicio de la empresa y la recomienda?

- a) Sí ()
- b) No ()

03. ¿En todo el momento que implica el servicio, usted sintió la garantía del servicio?

- a) Sí ()
- b) No ()

04. ¿Escuchan y consideran su opinión los trabajadores y la empresa en general?

- a) Sí ()
- b) No ()

05. ¿Usted está conforme con la forma y oportunidad de la atención en el servicio?

- a) Sí ()
- b) No ()

06. ¿Frente a otras empresas como considera a Dorado Express?

- a) Muy buena ()
- b) Buena ()
- c) Regular ()
- d) Mala ()
- e) Muy mala ()

¡Gracias por su gentil colaboración!

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

ARTÍCULO CIENTÍFICO

IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS
S.C.R.L. PERIODOS 2014 - 2015

IMPLICATION OF THE QUALITY OF SERVICE IN THE PROFITABILITY OF THE
TRANSPORTATION COMPANY INTERPROVINCE GOLDING EXPRESS S.C.R.L.
PERIODS 2014 - 2015

PRESENTADO POR:

MAMANI BASURCO, YANETH

DIRECTOR

:

.....
DR. MARCO ANTONIO RUELAS HUMPIRI

COORDINADOR DE
INVESTIGACIÓN

:

.....
DR. GERMÁN ALBERTO MEDINA COLQUE

PUNO – PERÚ

2018

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS
S.C.R.L. PERIODOS 2014 - 2015”**

**"IMPLICATION OF THE QUALITY OF SERVICE IN THE PROFITABILITY OF THE
TRANSPORTATION COMPANY INTERPROVINCE GOLDING EXPRESS S.C.R.L.
PERIODS 2014 - 2015 "**

MAMANI BASURCO, YANETH

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

ARTÍCULO CIENTÍFICO**IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DORADO EXPRESS
S.C.R.L. PERIODOS 2014 – 2015.****IMPLICATION OF THE QUALITY OF SERVICE IN THE PROFITABILITY OF THE
TRANSPORTATION COMPANY INTERPROVINCE GOLDING EXPRESS S.C.R.L.
PERIODS 2014 – 2015.**

MAMANI BASURCO, YANETH

Yessmine.7@gmail.com

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Facultad De Ciencias Contables Y Administrativas

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

La mayoría de las empresas de servicios del sector transporte de la región Puno tiene deficiente calidad en la prestación de servicios tales que la empresa de transporte no tiene mucha empatía con los usuarios que es tan solo en 36,4%, con influencias desfavorables en los índices de rentabilidad de la empresa, que en los periodos 2015 y 2014 es inferior a 0.10 céntimos por cada 1.00 sol invertido, se presenta la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad, mediante las causas importantes que influyen en la calidad tales como: grado de Instrucción, eventos de capacitación, sistemas de control, trabajo en equipo, tecnología y funciones que influyen en la rentabilidad de la empresa de transportes. Se aplicó el método analítico que permitió identificar el nivel de calidad mediante las causas y consecuencia, el método deductivo nos permitió que a partir de los estados financieros determinamos una realidad concreta como es la rentabilidad, el método descriptivo utilizamos para el reconocimiento de la realidad de la calidad de servicios y la rentabilidad, estos a partir de técnicas como la encuesta, análisis documental y la observación directa, tomando en cuenta a los directivos de la empresa y los usuarios que reciben el servicio. Finalmente se determina que la deficiente calidad de servicios de transporte de pasajeros incide negativamente en la rentabilidad, dicha relación permite, a partir de la calidad de

servicio, un desarrollo empresarial en la empresa de transportes Dorado Express y empresas similares que buscan una mayor rentabilidad.

En el capítulo I, está referido al planteamiento, formulación y sistematización del problema, antecedentes de la investigación y objetivos de la investigación. En el capítulo II, está referido a las fuentes teóricas tales como el marco teórico y marco conceptual. En el capítulo III, hace mención de los métodos utilizados para la investigación, la población y muestra, los que fueron objeto de estudio del presente trabajo de investigación. En el capítulo IV, muestran los resultados en cuadros y gráficos elaborados en base a las encuestas realizadas a los socios – trabajadores y usuarios de la empresa en estudio.

PALABRAS CLAVES: Rentabilidad, Calidad, Servicio, Transporte y Gestión.

ABSTRACT

Most service companies in the transportation sector of the Puno region have poor quality in the provision of services such as the company does not have much empathy with users that is only at 36.4%, with unfavorable influences on the rates of Profitability of the company, which in the periods of 2015 and 2014 is lower than 0.10 cents for every 1.00 sun invested, presents the incidence of the quality of passenger transport services in the profitability, by the important causes that influence the quality such such as: degree of instruction, training events, control systems, teamwork, technology and functions that influence the profitability of the transport company. The analytical method that allowed us to identify the level of quality through the causes and consequences was applied, the deductive method allowed us to determine a concrete reality such as profitability, from the financial statements, the descriptive method we use for the recognition of the reality of the quality of services and profitability, based on techniques such as the survey, documentary analysis and direct observation, taking into account the company's executives and the users who receive the service. Finally, it is determined that the poor quality of passenger transport services has a negative impact on profitability, this relationship allows, based on the quality of service, a business development in the Dorado Express transport company and similar companies seeking greater profitability.

In chapter I, it refers to the approach, formulation and systematization of the problem, research background and research objectives. In chapter II, it is referred to

the theoretical sources such as the theoretical framework and conceptual framework. In chapter III, it makes mention of the methods used for research, population and sample, which were the object of study of the present research work. In chapter IV, they show the results in tables and graphs elaborated based on the surveys made to the partners - workers and users of the company under study.

KEYWORD: Profitability, Quality, Service, Transport and Management.

INTRODUCCIÓN

En la región Puno existe una gran cantidad de servicios de transporte de pasajeros que va en crecimiento según la demanda de usuarios, aunque la calidad del mismo es decreciente, puesto que las empresas de transporte buscan formas de rentabilidad reduciendo los costos que impactan una deficiente calidad de servicios, y sin embargo dicho método, por la competencia existente no se consigue la rentabilidad deseada, he ahí que surge el problema de una deficiente nivel de rentabilidad en las empresas de transporte de servicio de pasajeros.

La rentabilidad está altamente relacionada con la calidad de servicio, a su vez relacionado con el usuario o cliente quienes son los que le generan ingresos a la empresa a diferencia de los demás agentes son los que constituyen egresos para la empresa.

En este contexto surge la relación de la calidad de servicio con la rentabilidad empresarial, que es en el presente trabajo presentamos el problema de investigación, como sigue: ¿En qué medida la calidad de los servicios de transporte de pasajeros incide en la Rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. en los periodos 2014 y 2015? Para dar respuesta a esta interrogante se utilizó diversos métodos y técnicas, guiados por nuestro objetivo que fue determinar la incidencia de la calidad de servicios de transporte de pasajeros en la rentabilidad, es así que fue validad la hipótesis planteada, La deficiente calidad de servicios de transporte de pasajeros incide negativamente en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Interprovincial Dorado Express S.C.R.L. periodos 2014 – 2015.

MÉTODOS Y MATERIALES

MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Método Deductivo

Va del conocimiento de las propiedades más generales, inherentes a numerosas cosas y fenómenos, al conocimiento de las propiedades de objetos y fenómenos singulares. Éste método se aplicó porque nos permitió que a partir de los estados financieros, mediante la aplicación de los indicadores generales de rentabilidad, logramos determinar una realidad concreta como es la rentabilidad.

Método Analítico

Procedimiento mental o material de descomposición de un todo en sus partes, y como cognición de cada una de ellas, es la descomposición de un todo en sus elementos heterogéneos y simples con relación al todo. Aplicamos éste método para identificar el nivel de calidad porque que analizamos cada uno de los indicadores que son las partes, en este caso, de la calidad de servicio, identificando las causas, características, así mismo reconocimos la naturaleza de la calidad y el efecto en la rentabilidad que a su vez analizamos también el nivel de rentabilidad.

Método Descriptivo

El método descriptivo consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otras variables tal como se dan en el presente. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural.

A través del método descriptivo identificamos y conocimos la naturaleza de la situación real de la calidad de servicio, nos permitieron reconocer datos específicos para determinar la calidad de servicio y también la rentabilidad, esto en un periodo determinado, a partir de técnicas como la encuesta, y análisis documental, tomando en cuenta a los directivos y/o socios de la empresa, los usuarios y los documentos fuente como los estados financieros.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La Observación.

Técnica que nos permitió ver la realidad, logramos esto mediante un instrumento que es el cuestionario que permitió cuantificar y comparar la información. Esta información se recopiló entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación. El cuestionario abarcó preguntas sobre la Calidad del Servicio al usuario y los socios con el objetivo de obtener la información correspondiente para aplicar en los resultados. Así mismo los ratios de rentabilidad fueron aplicados a los estados financieros de dos determinados periodos, que nos permitió reconocer la rentabilidad.

Investigación Documental

Esta es una técnica que consiste en la actividad de recoger datos de fuentes documentales, fue utilizado en la revisión de los documentos financieros como son los estados financieros que reflejan una realidad histórica de la empresa; Estado de situación financiera que nos muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones y las obligaciones, Estado de resultados que muestra la utilidad de la empresa durante un período determinado.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población de la Investigación es la empresa de transportes Interprovincial Dorado Express S.C.R.L, considerando que la empresa cuenta con 87 socios de los cuales algunos asumen cargos de gerente, coordinadores y otros como también trabajadores. Así mismo se considera en la investigación a los usuarios de la empresa.

Muestra

La muestra de la investigación es una representación de la población, que se consideró a los socios y usuarios de la empresa, para la determinación de la calidad de servicio y los estados financieros requeridos, de dos periodos para determinar la rentabilidad.

MATERIALES

Los materiales utilizados fueron textos relacionados a la gestión de calidad y de servicios, normas ISO 9001: Satisfacción del cliente, aplicación de encuestas validadas en referencia a las normas de calidad, instrumento en forma de cuestionario, con el propósito de analizar la calidad de servicio ofrecida por la empresa de transporte de pasajeros. Además los estados financieros requeridos para la determinación del índice de rentabilidad y su relación con la calidad de servicio.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación y el análisis, según los objetivos planteados, son los siguientes:

CALIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS

A. Trabajadores y/o Socios

CUADRO 01 Eventos De Capacitación

Eventos de capacitación	N° de Encuestados	%
Sí	2	10.0%
No	14	70.0%
No sabe	4	20.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Como muestra el cuadro 1, tan sólo el 10% afirma contar con capacitación, el 20% muestra una indiferencia al respecto y la gran mayoría que es el 70% no conoce de eventos de capacitación, lo que demuestra que la mayoría no están capacitados sobre la calidad de servicio, así mismo se demuestra el desinterés de los encuestados en el desarrollo y participación de este tipo de eventos de capacitación.

Capacitación es un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente.

Debido a que el 70% de los encuestados no tiene capacitación en ningún tipo de actividades empresariales, no adquieren ni tienen conocimiento ni habilidad para gestionar y prestar un servicio de calidad.

CUADRO 02 Trabajo En Equipo

Trabajo en equipo	N° de Encuestados	%
Sí	8	40.0%
No	10	50.0%
No sabe	2	10.0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores y/o socios de Dorado Express SCRL.

Se observa que el cuadro 02, el 40% señala que existe coordinación y participación adecuada entre las áreas de la empresa, sin embargo el 50% declara que no existe dicha coordinación y el 10% de los encuestados desconoce, esto demuestra que existe una deficiente coordinación y participación adecuada de las diferentes áreas de la empresa en la prestación de servicios con calidad, por tanto sin precisión de coordinación y participación es evidente una deficiente calidad de servicio.

Trabajo en equipo es el trabajo hecho por varios individuos donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común. Es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya un compañerismo.

El 50% responde que no hay un trabajo en equipo, puesto que no hay una asignación específica de actividades o la distribución de tareas de forma coordinada, por tanto no existe un trabajo de compañerismo entre los socios, esto afecta en la calidad de servicio.

B. Usuarios

CUADRO 03 Empatía

Empatía	N° de Encuestados	%
Sí	20	36.4%
No	35	63.6%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

Así como la cuadro 03, muestra que sólo el 36% de los usuarios encuestados señalan que la empresa busca empáticamente su satisfacción, sin embargo el 64% afirma lo contrario, por lo que se demuestra que existe una deficiente trato o búsqueda de brindar un servicio de calidad y enfoque en los usuarios en se sientan comprendidos y atendidos adecuadamente.

Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona.

Debido a que la mayoría de los usuarios no percibe la empatía, es decir no sienten que son comprendidos al momento de recibir el servicio por parte de los que atienden el servicio de transporte, esto es clara evidencia de la deficiente calidad de servicio.

CUADRO 04 Imagen Empresarial

Imagen empresarial	N° de Encuestados	%
Muy buena	6	10.9%
Buena	15	27.3%
Regular	22	40.0%
Mala	7	12.7%
Muy mala	5	9.1%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios de Dorado Express SCRL.

El cuadro 04 muestra que sólo el 11% de los encuestados señala a la empresa como de muy buena imagen, el 27% describe como de buena imagen, 40% de los usuarios determina que la empresa es de regular reputación, 13% de los encuestados señala de mala imagen y el 9% de muy mala imagen, esto nos demuestra que la empresa tiene una imagen empresarial regular, falta mejorar la calidad de su servicio para satisfacer cabalmente a la mayoría de sus usuarios.

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.

La imagen empresarial en su mayoría es considerada regular esto debido a la baja calidad de servicio, ya que los clientes tienen una percepción de regular aceptación, porque la empresa no trabaja en esta área para superar a una imagen significativa.

RENTABILIDAD DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS**Rentabilidad Económica (ROI)**

$$ROI = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Total Activo}}$$

CUADRO 05 Rentabilidad Económica

$$2015 = \frac{5,962.00}{1,327,349.00} = 0.45\%$$

$$2014 = \frac{8,935.00}{1,371,555.00} = 0.65\%$$

Fuente: EE.FF. Dorado Express SCRL. 2015 – 2016

En el cuadro 05 se observa que en el periodo 2014 la empresa tuvo una rentabilidad de 0.65%, en el periodo 2015 obtuvo una rentabilidad económica de 0.45%, esto representa que la rentabilidad a partir de cada un sol del total activo en menor a un céntimo, evidentemente una rentabilidad muy deficiente, en el periodo 2014 fue de 0.065 céntimos y aun menor en el periodo 2015 que fue de 0.045 céntimos, por tanto la productividad del capital es deficiente.

Es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar.

El gasto realizado es deficiente debido a que la rentabilidad es mínima y decreciente en los periodos analizados, es decir se muestra un clara rentabilidad baja.

RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Total Patrimonio}}$$

CUADRO 06 RENTABILIDAD FINANCIERA

$$2015 = \frac{5,962.00}{1,310,518.00} = 0.45\%$$

$$2014 = \frac{8,935.00}{1,354,937.00} = 0.66\%$$

Fuente: EE.FF. Dorado Express SCRL. 2015 – 2016

Señala el cuadro 06 que la rentabilidad financiera en el periodo 2014 fue el 0.66%, lo que demuestra que de cada un sol del patrimonio se recuperó 0.066 céntimos y en el periodo 2015 fue el 0.45% que significa que de cada un sol invertido se recuperó 0.045 céntimos menor que el periodo anterior, se muestra claramente que la rentabilidad financiera es deficiente sido que el retorno es menor a un céntimo, lo que significa que la distribución de utilidades o la rentabilidad para los socios es muy baja.

Mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de la cantidad invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor.

Debido a que la empresa no tiene una administración eficiente en la generación de utilidades, la rentabilidad en ambos periodos y en forma decreciente es muy baja sobre el patrimonio constituido.

Rentabilidad Sobre Activos (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Utilidad de Operación} \times 100}{\text{Total Activos}}$$

CUADRO 07 Rentabilidad Sobre Activos

$$2015 = \frac{8,281.00}{1,327,349.00} = 0.62\%$$

$$2014 = \frac{12,410.00}{1,371,555.00} = 0.90\%$$

Fuente: EE.FF. Dorado Express SCRL. 2015 – 2016

Se observa en el cuadro 07 que la rentabilidad sobre activos en el periodo 2014 fue de 0.90%, lo que representa que de cada un sol que compone el activo se recupera el 0.090 céntimos y en el periodo 2015 fue de 0.62% menor del periodo anterior, lo que significa que de cada un sol del activo retorna el 0.062 céntimos, en ambos periodos la rentabilidad es menor a un céntimo una evidente baja rentabilidad, por tanto de determina la ineffectividad de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

El cociente mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor.

La rentabilidad sobre los activos es baja debido a que la empresa no tiene una administración eficiente para la generación de utilidades mediante los activos, es decir los activos no generan beneficios rentables.

Rentabilidad Neta Sobre Ventas (ROS)

$$\frac{\text{Utilidad Neta} \times 100}{\text{Ventas Netas}}$$

CUADRO 08 Rentabilidad Neta Sobre Ventas

$$2015 = \frac{5,962.00}{960,187.00} = 0.62\%$$

$$2014 = \frac{8,935.00}{932,430.00} = 0.96\%$$

Fuente: EE.FF. Dorado Express SCRL. 2015 – 2016

El cuadro 08 muestra que en el periodo 2014 la rentabilidad neta sobre las ventas fue el 0.96%, que representa que de cada un sol de las ventas la utilidad es de 0.096 céntimos y en el periodo 2015 la rentabilidad neta sobre las ventas fue de 0.62% lo que representa que de cada un sol de las ventas la utilidad es de 0.062 céntimos, menor a un céntimo.

Muestra la rentabilidad que se obtiene por cada una de las unidades vendidas por una empresa en el transcurso de su actividad, una vez descontados los costes variables y directos de las ventas realizadas.

Debido a que las ventas son bajas y los gastos y costos absorben toda la utilidad, se muestra una baja rentabilidad en ambos periodos y de forma decreciente.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación justifican las hipótesis propuestas, de esta forma queda demostrada que la calidad de servicio influye directamente en la rentabilidad de la empresa de transportes Dorado Express. Considerando las investigaciones relacionadas por diferentes autores, de los cuales podemos mencionar: (Machaca, Capacidad Gerencial y Calidad de Servicio en las Empresas de transporte Urbano, 2011). En su tesis titulada, Capacidad Gerencial y Calidad de Servicio en las Empresas de transporte Urbano en la Ciudad de Juliaca – 2010. Concluye que el nivel de calidad de servicio que prestan las empresas de transporte urbano es considerado deficiente, ya que según los usuarios un 33% calificó como mala la calidad de servicio, un 17% califica como pésima, mostrando así que la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido, así mismo señala que existe bajo nivel de rentabilidad en las empresas; de esta forma se evidencia la relación entre la calidad de servicio y su influencia en la rentabilidad, por tanto para una rentabilidad deseada es importante implementar la gestión de calidad e incidir en la prestación de un servicio de calidad.

Según conclusiones de (Zela, Gestión del Talento Humano y su Incidencia en la Rentabilidad, 2012), en su tesis denominada Gestión del Talento Humano y su Incidencia en la Rentabilidad de las Empresas de Transportes de pasajeros Interdepartamental Ruta Juliaca - Arequipa, periodos 2010 - 2011. Concluye que cuando se trata de atender al usuario, el personal de las empresas descuidan como se debe brindar un buen servicio, esto una vez comprobada, que la empresa no cuenta con especialista en su plan organizacional ni tampoco con el asesoramiento de gestión del personal, solo está a responsabilidad de los gerentes, que a la vez no tienen conocimiento ni experiencia en la gestión del personal, también concluye que existe bajo nivel de rentabilidad en las empresas, tal como se demostró en la comprobación de las razones financieras aplicadas al balance general y estado de ganancias y pérdidas; coincidentemente con nuestra investigación aquí se muestra la realidad en la prestación de servicios específicamente en la atención directa a los clientes o usuarios, donde no existe un conocimiento adecuado en la atención al usuario por lo que es determinada como deficiente calidad, así mismo se muestra la falta de organización y también la influencia en la rentabilidad.

Así mismo (Ramos, 2013). En su tesis titulado Determinación de Costos y Rentabilidad de las Empresas de Transportes Terrestre de pasajeros, periodo 2010.

Indica que los estados financieros que muestran las empresas no están representados de acuerdo a una realidad, faltando agrupar los de más gastos como: seguros, fletes, administración y las decisiones son tomadas por sus propietarios y la rentabilidad obtenida es casi uniforme de las empresas de transporte existiendo un rango desde 1.43% hasta 7.30% de rentabilidad; de esto entendemos y coincidimos que por falta de un adecuado control de calidad no se consideran algunos gastos que puedan ayudar en una adecuada gestión de calidad, así mismo se muestra que la dirección no cuenta con una preparación adecuada en calidad y todo esto siempre incide en la rentabilidad que es en ocasiones por debajo del costo de oportunidad ofrecidas por las entidades financieras.

CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el trabajo de investigación, sobre la base de los objetivos, el análisis de los resultados obtenidos y la comprobación de hipótesis llegamos a las siguientes conclusiones:

Los resultados llegados en nuestra investigación en la calidad del servicio revelan que existen causas negativas que inciden en un bajo nivel de calidad, existe una deficiente capacidad de prestación de servicio con calidad, no existe instrumentos de gestión debidamente planteados, debido que el 60% no lo conoce, ni existe la utilización de la tecnología en 75% que permita su optimización, existe deficiente sistema de control y muy poco trabajo en equipo, los cuales influyen en un bajo nivel de calidad. Así mismo la evaluación de los usuarios revelan que la empresa ofrece un servicio regular, así mismo determina que hay un bajo nivel de calidad en la prestación de servicios tales como la empresa no tiene mucha empatía con los usuarios solo en 36,4%, no es de mucha confiabilidad ni garantiza la seguridad en el servicio, es de difícil accesibilidad y lenta respuesta en la atención a la inquietud de los usuarios es por esto que la imagen empresarial es considera regular.

La evaluación financiera efectuada con respecto a la rentabilidad empresarial es muy baja, por ende la empresa es ineficiente, puesto que existe una deficiente gestión del capital y exceso de costos y gastos, que la rentabilidad en los periodos 2015 y 2014 es inferior 0.10 céntimos por cada 1.00 sol invertido, no ha generado

los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial y a su vez una deficiente gestión de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

Apaza, M. (2010). *Consultor Economico Financiero*. Lima: Instituto Pacifico SAC.

Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: san Marcos.

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de Investigación*. México: McgrawHill Interamericana.

Machaca, M. (2011). *Capacidad Gerencial y Calidad de Servicio en las Empresas de transporte Urbano*. Puno: Tesis.

Ramos, B. (2013). *Determinación de Costos y Rentabilidad de las Empresas de Transportes Terrestre*. Puno: Tesis.

Sanchez, H. (1998). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica*. Lima: Mantaro.

Zela, B. (2012). *Gestión del Talento Humano y su Incidencia en la Rentabilidad*. Puno: Tesis.