

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano  
de la ciudad de Juliaca 2020**

Tesis para obtener el Título Profesional de Administración y Negocios  
Internacionales

Por:

Yesica Quispe Pacori

Asesor:

Lic. Dante Ortiz Guillen

Juliaca, diciembre 2021

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

Dante Ortiz Guillen, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

### **DECLARO:**

Que el presente informe de investigación titulado: **“LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE LA CIUDAD DE JULIACA 2020”** constituye la memoria que presenta la Bachiller **Yesica Quispe Pacori** para obtener el título de Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

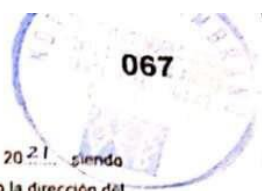
Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 03 días del mes de diciembre del año 2021



---

Mg. Dante Ortiz Guillen  
Asesor



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquani, a los 16 día(s) del mes de agosto del año 2021, siendo las 15:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Juliaca, bajo la dirección del (de la) presidente(a)

Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta el (la) secretario(a) Mtro. Wilson Cruz Mamani y los demás miembros Mtro. Julio Samuel Torres Miranda, Mtra. Ruth Gladys Cheque Pilco y el (la) asesor(a) Lic. Dante Ortiz Guillen

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: La calidad de servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020

del(los) bachiller(es): a) Yesica Quispe Pacori b) c)

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales (Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Yesica Quispe Pacori

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Aprobado, 14, C, Aceptable, Bueno

Bachiller (b):

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Empty

Bachiller (c):

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Empty

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente/a

Asesor/a

Miembro

Handwritten signature of the Secretary

Miembro

Bachiller (c)

## **DEDICATORIA**

Dedico a DIOS por darle sentido a mi vida, mi mamita Elena Pacori Apaza, mi hermana Yesenia Dolores Quispe Pacori y mis hermanos quienes me apoyan y motivan a seguir adelante y mi mayor motivo mi bebe que es mi bendición y alegría más grande.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme el don de la vida, sabiduría fortaleza y las bendiciones recibidas durante el desarrollo de la investigación.

A mi familia, amigos compañeros de estudio y de trabajo quienes me apoyaron y alentaron para concluir el proceso de la investigación.

A mi asesor Lic. Dante Ortiz Guillen y a mis dictaminadores, Mg Ruth Gladys Choque Pilco y Lic. Julio Samuel Torres Miranda Martínez por sus orientaciones en el desarrollo y culminación del trabajo.

## INDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>v</b>
<b>INDICE.....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>ix</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>x</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xi</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>Planteamiento del Problema .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Descripción del Problema.....</b>	<b>12</b>
<b>2. Formulación del Problema.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1. Problema General .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2. Problemas Específicos.....</b>	<b>16</b>
<b>3. Objetivos de la Investigación .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1. Objetivo General.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>17</b>
<b>4. Justificación.....</b>	<b>17</b>
<b>4.1. Relevancia social .....</b>	<b>17</b>
<b>4.2. Relevancia teórica .....</b>	<b>18</b>
<b>4.3. Relevancia metodológica .....</b>	<b>18</b>
<b>Capitulo II .....</b>	<b>19</b>
<b>Marco teórico de la investigación .....</b>	<b>19</b>
<b>1. Antecedentes de la investigación.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1. Antecedentes internacionales .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2. Antecedentes nacionales.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3. Antecedentes locales.....</b>	<b>23</b>
<b>2. Marco Bíblico Filosófico.....</b>	<b>24</b>
<b>3. Revisión de la Literatura.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1. Servicio.....</b>	<b>27</b>

3.2.	Características del Servicio .....	28
3.3.	Calidad del servicio.....	30
3.4.	Calidad en el transporte público.....	31
3.4.1.	Evaluación de la calidad de servicio.....	33
3.5.	Calidad de servicio en el modelo SERVQUAL.....	33
3.1.	Aplicación del modelo SERVQUAL en el sector transporte.....	38
4.	Marco Conceptual.....	39
4.1.	Calidad de servicio .....	39
4.2.	Calidad Percibida.....	39
4.3.	Calidad esperada.....	40
4.4.	Elementos tangibles.....	40
4.5.	Expectativas.....	40
4.6.	Transporte Público .....	40
4.7.	Modelo SERVQUAL.....	40
Capítulo III.....		41
Materiales y método de la investigación .....		41
1.	Diseño de Investigación .....	41
2.	Tipo de Investigación.....	41
3.	Variables.....	41
3.1.	Variable: Calidad del servicio.....	41
3.2.	Operacionalización de variables .....	41
4.	Población y muestra.....	43
4.1.	Población.....	43
4.2	Muestra. ....	43
4.2.1.	Tamaño muestral. ....	43
5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	43
5.1.	Técnica .....	43
5.2.	Instrumento .....	44
5.3.	Confiabilidad del cuestionario .....	44

<b>6. Proceso de recolección de datos .....</b>	<b>45</b>
<b>7. Plan de procesamiento de datos .....</b>	<b>45</b>
<b>Capítulo IV .....</b>	<b>46</b>
<b>RESULTADOS Y CONCLUSION.....</b>	<b>46</b>
<b>1. Confiabilidad de las variables de expectativas y percepción de la calidad de servicio cuestionario de SERVQUAL.....</b>	<b>46</b>
<b>1.2. Confiabilidad según las dimensiones del cuestionario SERVQUAL expectativas de la calidad de servicio.....</b>	<b>47</b>
<b>1.3. Confiabilidad según las dimensiones del cuestionario SERVQUAL percepción de la calidad de servicio .....</b>	<b>47</b>
<b>1.3.1. Análisis de datos sociodemográficos.....</b>	<b>48</b>
<b>1.3.2. Resultados del cuestionario en relación a las expectativas de la calidad de servicio</b>	<b>49</b>
<b>1.4. Características del porcentaje según las dimensiones de la variable expectativas de la calidad de servicio.....</b>	<b>49</b>
<b>2. Resultados del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio.....</b>	<b>52</b>
<b>2.1. Características de los resultados según las dimensiones de la variable expectativas de la calidad de servicio.....</b>	<b>52</b>
<b>3. Pruebas de normalidad.....</b>	<b>55</b>
<b>4. Estadísticos de correlación .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>57</b>
<b>DISCUSIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>61</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>65</b>
<b>Anexo 1. Cuestionario de expectativas de la calidad de servicio .....</b>	<b>65</b>
<b>Anexo 2. Cuestionario de percepción de la calidad de servicio.....</b>	<b>67</b>
<b>Anexo 3: Consentimiento informado.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexo 4. Matriz de consistencia.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo 5: Datos de la población.....</b>	<b>71</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensiones del Modelo SERVQUAL.....	35
Tabla 2 Dimensiones e ítems del Modelo SERVQUAL .....	36
Tabla 3 Operacionalización de variables .....	42
Tabla 4 Escala de Likert .....	46

## **Resumen**

La calidad de servicio tiene cinco dimensiones y son tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El mismo que resulta de la diferencia entre las expectativas que el cliente tenga y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido, para ello se consideró el enfoque cuantitativo con un diseño de investigación no experimental. La recolección de los datos es de tipo transversal transaccional y una muestra que compone de 399 usuarios que toman el servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca. Para el procesamiento de la base de datos se tomaron las respuestas de las encuestas que están constituidas por preguntas cerradas mediante una escala de Likert con un grado de 1 al 5, El instrumento que se utilizó fue el cuestionario del método serqual, aplicando el software estadístico SPSS.

***Palabras clave:*** Calidad, servicio, serqual, cliente.

## **Abstract**

The quality of service has five dimensions and they are tangibility, reliability, responsiveness, security and empathy, The same that results from the difference between the expectations that the client has and their perceptions about the results of the service offered, for this the quantitative approach was considered with a non-experimental research design.

The data collection is of a transversal transactional type and a sample that comprises 399 users who take the service in the urban public transport sector of the city of Juliaca. For the processing of the database, the responses of the surveys that are constituted by closed questions were taken using a Likert scale with a grade of 1 to 5, The instrument used was the questionnaire of the servqual method, applying the statistical software SPSS.

**Keywords:** Quality, service, servqual, client,

## CAPITULO I

### Planteamiento del Problema

#### 1. Descripción del Problema

Referirse al tema del transporte en general implica considerar los distintos tipos de transporte que ofrece este servicio, pudiendo ser transporte de carga o transporte de pasajeros. La importancia del transporte radica en el papel esencial que juega para la diversificación geográfica y el comercio, ya sea a nivel internacional, nacional, regional, interprovincial o local. En cualquiera de estos contextos, coexisten una serie de aspectos que son valorados por los usuarios que hacen uso del mismo.

Cuando se trata de movilidad urbana (vehículos particulares, autobuses, bicicletas, motorizados, etc.), la valoración de la población suele ser de disconformidad. Así lo refleja el estudio de Índice de Movilidad Urbana (BBC Mundo, 2017), el cual evaluó a 84 ciudades más grandes del mundo.

Según el estudio el promedio de valoración de servicio de transporte en estas ciudades arrojó como resultado un promedio de 43,9 puntos en una escala entre 0 y 100 puntos; donde Hong Kong fue la ciudad que lideró en el ranking con 58,2 puntos, lo que hace suponer que aún queda un gran trecho para alcanzar los 100 puntos.

Este estudio, que fue llevado a cabo por la consultora internacional Arthur D. Little y la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), consideró a nueve ciudades de América latina, entre ellas Lima (capital de nuestro país Perú). Los resultados del estudio ubican a Lima en el último puesto en el aspecto de infraestructura; asimismo, le ubica en el puesto 44 de las 84 ciudades con respecto al servicio de transporte público con una valoración de 43,5 puntos;

por encima de Buenos Aires y Ciudad de México que se ubicaron en el puesto 48 y 49, con 42,4 y 42,2 puntos respectivamente.

Eleonora Pazos, coordinadora de la división para América Latina de la UITP, citada por (BBC Mundo, 2017) expresa:

Cuando miramos el ranking de manera general, la posición de Latinoamérica no es la más conveniente a pesar de que en la gran mayoría de las grandes ciudades, en torno a la mitad de la población utiliza transporte público. Tenemos un buen uso del transporte público, pero una *mala calidad* en general. Tenemos que evolucionar muchísimo todavía.

Y las mejoras deben hacerse considerando los factores internos y externos que confluyen en el servicio del transporte público. Así; por un lado, a nivel macro, podríamos considerar al gobierno, con su Ministerio de transporte y Telecomunicaciones, como parte de estas mejoras del factor externo; ya que es el conjunto de sus miembros quienes crean las políticas de transporte (ejemplo: sistema de transporte urbano) para el buen funcionamiento del sector. Por otro lado, a nivel micro, tenemos a las empresas de transporte urbano que circulan en los diferentes lugares de nuestro país y cuyos factores internos (ejemplo: Posibilidad del usuario de contar con información, horarios, tiempo de espera, instalaciones, etc.) se reflejan en la calidad de servicio que brindan a los usuarios.

La diferencia entre nuestro país y otros como Santiago de Chile, por ejemplo, es que Santiago cuenta con un servicio mejor equipado que ofrecer a sus usuarios: uso de tarjetas inteligentes para hacer el pago, vehículos en buen estado, personal (conductor y otros) con pautas de comportamiento correcto, ambiente interno del bus apropiado, entre otros. Estos son algunos aspectos en los que debemos trabajar para ofrecer un servicio de calidad que la población merece.

Hoy en día se hace más imperativo que nunca el fomento del uso del transporte público por sobre el uso del transporte particular, ya que el aumento del uso de vehículos está produciendo altos índices de contaminación. Las emisiones de gas (dióxido de carbono) que producen los vehículos permanecen en el suelo, en la superficie de los depósitos de agua y éstos a su vez se mezclan con la cadena alimenticia que repercute en problemas para la salud de la población en general y daños serios para la naturaleza (García Liñan , 2015). Eleonora Pazos es aún más tajante sobre el uso del transporte público al señalar que:

Tenemos que hacer entender a la población que las ciudades de Latinoamérica no pueden sobrevivir a largo plazo, tanto en temas de competitividad como en temas de salud, considerando el aumento del número de vehículos. El transporte público tendrá que formar parte de la vida para sobrevivir.

¿Acaso no es esa razón suficiente para prestarle atención al servicio que ofrece el transporte público? Es por ello que se debe procurar el uso de vehículos de transporte público que agrupe a varias personas, en lugar del uso de los vehículos particulares. Esto reduciría enormemente el número de vehículos sobre marcha. Y para lograr dicha hazaña, es menester mejorar la calidad de servicio que se ofrece.

Los medios de comunicación a diario dan cuenta de la gran deficiencia del sector de transporte público, en especial el urbano, donde se logra visualizar aspectos que en nada favorecen la calidad del servicio que debe fomentar, y el transporte público de la ciudad de Juliaca no es ajeno a la esta realidad.

Por muchos años se ha lidiado con el malestar del servicio que se ofrece, reflejado en condiciones paupérrimas de los vehículos, tiempo de espera, aglomeración de pasajeros,

inexactitud de paraderos, trato inapropiado, entre otros; los mismos que son manifestados por la baja aceptación del público usuario.

Aunque la ciudad de Juliaca cuenta con amplio número de empresas de transporte público urbano, se evidencia un sistema de transportación deficiente, lo cual es corroborado por el sub gerente de regulación de vehículos mayores de la Municipalidad Provincial de San Román, Basilio Quispe Chaiña, citado por (Supo, 2019), quien señala que el desorden y la informalidad en el transporte público son evidentes y que a diario se presentan por lo menos dos quejas por parte de los usuarios; las más comunes están relacionadas a que los transportistas no respetan sus rutas, no llegan a su destino final y el abandono de pasajeros.

Además, el gerente de Transportes de la provincia de San Román, William Calsín Quispe, citado por (Correo, 2020), manifiesta que la situación presente del transporte es un caos; esto debido a la gran cantidad de vehículos de transporte público urbano y particulares que están en las calles, lo que complica la transitabilidad. No es de sorprender entonces que la población desee hacer sentir su malestar; no obstante, no ha tenido la oportunidad de pronunciarse formalmente sobre el servicio recibido, y esto complicaría la situación ya que las empresas de transporte que vienen funcionando dentro de la ciudad de Juliaca desconocen el sentir de sus usuarios con relación a este tema.

A raíz de todo lo expuesto, la presente investigación pretende analizar la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.

## **2. Formulación del Problema**

### **2.1. Problema General**

¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?

### **2.2. Problemas Específicos**

- ¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de fiabilidad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?
- ¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de capacidad de respuesta en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?
- ¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de seguridad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?
- ¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de empatía en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?
- ¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de elementos tangibles en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?



### **3. Objetivos de la Investigación**

#### **3.1.Objetivo General.**

Analizar la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020

#### **3.2.Objetivos Específicos.**

- Describir la calidad del servicio en su dimensión de fiabilidad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.
- Describir la calidad del servicio en su dimensión de capacidad de respuesta en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.
- Describir la calidad del servicio en su dimensión de seguridad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.
- Describir la calidad del servicio en su dimensión de empatía en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.
- Describir la calidad del servicio en su dimensión de elementos tangibles en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.

### **4. Justificación**

#### **4.1.Relevancia social**

Debido a la alarmante realidad del sector de transporte público en nuestra localidad, sin dejar de mencionar la realidad nacional, es menester realizar un análisis sobre la calidad del servicio que brinda a la ciudadanía, ya que la información que se obtenga permitirá a las empresas de transporte conocer sus fortalezas y debilidades; lo que les conllevaría a trabajar sobre aquellos aspectos en los cuales presentan deficiencias y mantener o mejorar sus buenas prácticas.

Asimismo, se justifica a razón de que los resultados a obtenerse luego del estudio, servirán como fuente para que el área de transporte de la ciudad de Juliaca pueda tomar medidas que coadyuven a capacitar a los transportistas y ofrecerles oportunidades de mejorar su servicio; así como también se eduque más a la población en relación al uso del servicio de transporte público.

#### **4.2.Relevancia teórica**

El estudio de la calidad de servicio en el transporte público de la ciudad de Juliaca ha de contribuir al acervo teórico, ya que la aplicación del Modelo SERVQUAL para medir la calidad de servicio en esta área no ha sido aún usada dentro de nuestra región; sin embargo, este instrumento sí ha sido validado para su uso en el sector de transporte público.

Los resultados obtenidos serán válidos y confiables; por lo que el análisis de los datos que se obtengan servirá como base para investigaciones relacionadas a este sector. Asimismo, el estudio de este tema contribuye a expandir información teórica sobre la situación actual de la calidad de servicio en el sector transporte público urbano a nivel local, regional y nacional.

#### **4.3.Relevancia metodológica**

El instrumento de SERVQUAL es un modelo empleado en el ámbito internacional para medir la calidad del servicio; sin embargo, su aplicación no ha sido difundida aun en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, por lo que esta investigación ofrece una iniciativa para poder medir la calidad del servicio de transporte público de los usuarios de la mencionada ciudad. Se pretende que, con el uso de este instrumento, los datos a obtener signifiquen un proceso de mejora continua en el servicio que brindan los transportistas para que de esa forma los usuarios puedan beneficiarse de lo que se les ofrece.

Por las razones expuestas en la relevancia social, teórica y metodológica podemos afirmar que se justifica el estudio de la presente investigación.

## **Capítulo II**

### **Marco teórico de la investigación**

#### **1. Antecedentes de la investigación**

##### **1.1. Antecedentes internacionales**

Morán Villafuerte (2016) en su investigación de “Análisis de la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario”, tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas, desde la óptica del usuario. La Metodología de investigación es de tipo descriptivo. Las técnicas de investigación utilizadas para este informe fueron: encuesta, entrevista y observación. La encuesta se tomó a 407 personas, considerando que tuvieran edades de 15 años en adelante, se aplicó aleatoriamente en todas las parroquias urbanas de la ciudad de Esmeraldas: Bartolomé Ruiz, 5 de agosto, Esmeraldas, Luis Tello y Simón Plata Torres; contenía diecisiete preguntas. La entrevista por su parte, presentó diecinueve preguntas y fue aplicada a dos directivos y cuatro socios de las organizaciones encargadas del servicio en Esmeraldas. Por su parte, la observación permitió evidenciar algunos aspectos fundamentales del presente informe como: congestión del servicio en horas pico, trato entregado a los usuarios, forma de conducción de las unidades, estado de los buses, entre otros. Por medio de los métodos científicos analítico y estadístico se logró estudiar la información para luego presentar los resultados mediante gráficos y tablas. Entre los principales resultados se evidencia el alto grado de insatisfacción de los usuarios del servicio de transporte en relación a las variables: “trato recibido de parte de choferes y cobradores” con el 95,82%, seguido de “comodidad y limpieza de los buses” con el 79,61%, y “conducción de los buses” con el 78,63% de insatisfacción. En lo relacionado al cumplimiento de rutas y frecuencias, el 79,60%

está satisfecho, seguido del 73,22% que también lo está en lo que respecta al costo del servicio. Como conclusión principal se considera que la calidad del servicio de transporte urbano en Esmeraldas presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio en casi sesenta años de utilización, siendo el trato recibido por parte de choferes y cobradores la mayor queja que presentan los usuarios.

Silva Morales & Sánchez Torres (2017) en su estudio titulado “Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de Cuenca”, tuvo como objetivo determinar los factores preponderantes de la calidad del transporte urbano de pasajeros. El estudio es un proyecto técnico, cuyo proceso de recolección de datos fue el uso del instrumento de la encuesta sobre percepción de la calidad del servicio de transporte urbano, aplicado a los usuarios del mismo, que representan un total de 137076 usuarios. Su muestra estuvo representada por 384 personas. Los resultados obtenidos fueron que la gran mayoría de los usuarios percibe como mala la calidad del servicio que se les brinda; asimismo, consideran que entre los principales factores para la existencia de calidad de servicio en la ciudad de Cuenca están los vehículos, reguladores, conductores y usuarios, los cuales afectan al servicio prestado en dicha ciudad.

(De Oña López, 2013) en su tesis titulada “Análisis de la calidad del servicio del transporte público mediante árboles de decisión”, tuvo como objetivo validar la técnica de Árboles de Decisión como una metodología adecuada para el análisis de la calidad de servicio en el transporte público. La metodología de la investigación adoptó un estudio de tipo experimental, se utilizaron los datos recogidos en varias encuestas de satisfacción en dos modos de transporte público distintos: el transporte público de bus y el transporte público de ferrocarril. Los resultados de la investigación mostraron que los Árboles de Decisión pueden ser utilizados de forma efectiva para analizar la calidad del servicio en el transporte público y que puede ser empleada para extraer útiles reglas de decisión en las que se explica la interacción de las variables que participan en el modelo.

## **1.2. Antecedentes nacionales.**

Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio (2018) en su investigación “ Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana”, tuvo por objetivo validar el modelo SERVQUAL aplicado al sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana y medir el impacto de cada dimensión en la calidad percibida. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo: se utilizó la medición numérica y el análisis estadístico para probar las hipótesis planteadas; además, es no experimental, dado que no se manipuló ninguna de las variables. La recolección de la información es del tipo transversal o transeccional: realizada en un solo momento; finalmente, el estudio es de tipo correlacional, ya que permitió conocer la relación entre las variables, es decir, la relación entre las dimensiones del modelo SERVQUAL con la variable de estudio: la calidad de servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana. El instrumento usado fue el cuestionario del modelo SERVQUAL, que está compuesto de 22 preguntas, este se aplicó a usuarios que hayan realizado al menos tres viajes en el último mes. Los resultados indican que todas las dimensiones del modelo escogido, tanto en su conjunto como individualmente, tienen un impacto positivo en la calidad percibida. Además, la investigación provee evidencia de una herramienta validada para medir y diagnosticar el nivel de calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana.

Reyes Palacios (2017) en su tesis titulada “Aplicación del Modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C. año 2016- Piura”, tuvo como objetivo determinar cómo es la calidad del servicio que brinda la empresa EMTRUBAPI SAC Piura, según dos grandes puntos de vista de los usuarios: Desde sus expectativas y perspectivas del servicio al cliente. Se empleó un tipo de investigación descriptivo que partió del modelo de las Brechas propuesto por Parasuraman Zeithlam y Berry.

Como herramienta se optó por adaptar la metodología Servqual (Service Quality) por ser considerada como la mejor para determinar las brechas existentes en el servicio esperado y el percibido. La población seleccionada para el estudio fueron los clientes de la empresa de transporte EMTRUBAPI SAC. Como instrumento de medida para la recolección de los datos sobre la calidad de servicio al cliente se utilizaron encuestas, observación, test; sistemas de medición de donde se obtuvo como resultado que la calidad en el servicio ofrecido por la empresa de transporte EMTRUBAPI SAC en sus cinco dimensiones, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, presenta diversas deficiencias y; por lo tanto, no es excelente.

Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante (2017), en su tesis titulada “Calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C. Chiclayo -2016”, tuvo como objetivo determinar el grado de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dentro de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C. el tipo de investigación fue correlacional con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental transeccional correlacional. La muestra se obtuvo mediante la fórmula de población finita teniendo como referencia a los clientes anuales de la empresa del año 2015. Para la recolección de los datos se hizo uso del instrumento de la encuesta, aplicada especialmente a los clientes que acudían a solicitar el servicio de transporte de dicha empresa. Entre los principales resultados obtenidos se pudo evidenciar que existe una óptima relación entre la calidad de servicio que brinda la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C y la satisfacción de sus clientes a través de los distintos procesos que implica la prestación del servicio según las dimensiones establecidas para el estudio de operacionalización, de los cuales también reflejó que la empresa tiene ciertos aspectos en que mejorar dentro del servicio para lograr así una mayor satisfacción del usuario para ello se propuso la implementación de un programa de mejora de la calidad del

servicio para aumentar la satisfacción del cliente buscando lograr así un impacto significativo en términos económicos, social y organizacional dentro de la empresa.

### **1.3. Antecedentes locales.**

López Molina (2018), en su tesis titulada “Capacidad gerencial y calidad de servicio en las empresas de transporte urbano en la ciudad de Puno-2015”, tuvo como finalidad analizar la capacidad gerencial y la calidad de servicio. El tipo de método de investigación del presente de trabajo es del nivel básico o descriptivo. Se utilizó la investigación no experimental de diseño descriptivo, ya que no existió manipulación intencional de la variable independiente y se realizó el análisis en un momento dado. La población estuvo compuesta por las Empresas de transporte urbano de inscritas formalmente en la Dirección de Transportes de la Municipalidad Provincial de Puno; asimismo, la muestra motivo de estudio estuvo constituida por 357 clientes que acudieron en promedio semanalmente a las distintas empresas de transporte urbano en el año 2015. Para la recolección de datos se hizo uso del instrumento de la encuesta, la observación y cuaderno de apuntes. Los resultados obtenidos fueron que un 43% de los gerentes tienen estudios secundarios, 29% tiene estudio superior, y un 29% con estudio técnico, lo cual demuestra que probablemente los gerentes no recibieron cursos de administración y de calidad de servicio; aquellos con estudios superiores no le dedican tiempo ni atención exclusiva a las necesidades requeridas por la empresa. Por otro lado, 41% de los usuarios encuestados considera que sus expectativas son cubiertas de manera regular, 38% considera que no cubre sus expectativas calificándola como mala, 11% afirma que sus expectativas no se cubren calificándola como pésima, 6% afirma que es buena, 4% afirma que es excelente. Por lo que se concluye que el nivel de calidad de servicio en las empresas de transporte urbano de pasajeros es deficiente y el nivel de satisfacción del cliente es negativo con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, por tanto, la mayoría de los usuarios no están conformes con el servicio recibido.

Vasquez Quispe (2016) en su tesis titulada “Calidad de Servicio y su influencia en la rentabilidad de las empresas de transportes de pasajeros interdepartamental ruta: Puno-Arequipa-Puno, período 2015”, planteó como objetivo analizar la calidad de servicio y su rentabilidad de las empresas de transporte, para así luego de conocer sus debilidades y proponer alternativas con el fin de elevar la calidad de servicio actual y por ende su rentabilidad. Este tipo de investigación es cuantitativo de nivel descriptivo, es decir se observó los hechos tal y como se dan en su contexto, para después describirlos de acuerdo a los resultados encontrados en la investigación. La población estuvo compuesta por las empresas de transporte de pasajeros que prestan el servicio y que tienen como ruta Puno – Arequipa - Puno; siendo estos un número de 11 Empresas y que se encuentran en la condición de activos, la muestra seleccionada es de tipo aleatoria no probabilística y por conveniencia, por lo que se tomó a tres (3) empresas de transporte de pasajeros que toman la ruta, Puno – Arequipa. Para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de observación con su instrumento cuadernillo de apuntes, la técnica de la encuesta con su instrumento de cuestionario. Los resultados muestran que la calidad de servicio está en los niveles de Regular a malo.

## **2. Marco Bíblico Filosófico.**

La prestación de un servicio de calidad es un asunto de suma importancia en el proceso productivo de este. Todas las acciones que se realicen en su proceso deben ser un reflejo de la búsqueda de su logro. Los principios y valores que acompañan a las personas involucradas en su prestación se verán reflejadas en el producto final del servicio que se brinde.

Es por ello que un trabajo diligente y personal en favor de la prestación de la calidad del servicio es esencial. No solo se trata de palabras decoradas que ofrezcan un servicio que no se cumplirá, se trata de demostrar con acciones las promesas que se venden a los clientes.



Decir que ofrecemos un servicio de calidad va más allá del simple hecho de darlo a conocer. Es sobre todo demostrar que ese servicio cumple con los requerimientos y las expectativas de los clientes; los mismos que se encuentran escritos en un Manual de Calidad que orienta los procesos de una empresa (EAE Business School, 2018).

En este manual se especifican los objetivos, políticas y estándares de calidad, así como los instrumentos con los que la empresa cuenta para alcanzar sus objetivos. Este documento enmarca el compromiso de calidad que la empresa hace para evaluar sus procesos, actividades, resultados, entre otros.

Sin lugar a dudas contar con este manual de calidad es de mucha utilidad para la empresa ya que se convierte en su guía. Así también, las personas que forman parte de este proceso de calidad de servicio tienen un manual que les orienta en sus pensamientos, sentimientos y acciones. Ese manual es la Biblia.

La misma Palabra de Dios nos dice que este libro de inspiración divina es una lámpara a los pies del ser humano; una lámpara que guía el transitar diario de cada persona. Ella nos enseña a caminar por la senda de la verdad y la justicia; nos enseña a trabajar con diligencia y con tesón para que los frutos a producir sean buenos en gran manera (Reina Valera, Sal.119:33-40).

El Señor en su palabra nos amonesta a hacer cada cosa como si la hiciéramos para Él: “Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor y no para los hombres; sabiendo que del Señor recibiréis la recompensa de la herencia, porque a Cristo el Señor servís” (Reina Valera, Col.3:23-24). Por lo tanto, la forma como servimos a los demás es la forma como servimos a Dios; y es Él quien nos dará la recompensa por el servicio brindado. ¿Qué servicio le estamos prestando?

El mejor ejemplo de calidad de servicio fue el que demostró Jesús aquí en la tierra. A lo largo de toda su vida fue un retrato vivo de lo que implica servir con calidad:

- Identificó las necesidades del ser humano caído, entendió sus tribulaciones y sus carencias y los satisfizo por medio de su carácter de amor (ejemplo: sanó enfermos, resucitó a los muertos, dio paz a los atribulados).
- Fue el líder del pueblo de Dios, conformó un grupo de personas llamadas discípulos a quienes sirvió con amor y sin prejuicios. Al mismo tiempo que les dejaba enseñanzas sobre cómo servir al Todopoderoso y a los demás.
- Creó un ambiente agradable, armonioso, de paz y esperanza, lo que impulsó el involucramiento y compromiso de quienes lo seguían para el cumplimiento de la misión.
- Atrajo a Él a niños, ancianos, ricos, pobres, foráneos, etc. su impacto fue tal que dejó huellas en la vida de esas personas que lo siguieron hasta su muerte.
- Día a día estaba en contacto con la Fuente de Vida que es Dios. Enseñó a sus discípulos a buscar esta Fuente de Vida para renovar sus fuerzas y ofrecer lo mejor de cada uno en bien de los demás (mejora continua).
- Estableció relaciones de vida con quienes aprendieron a conocerle y aceptarle, creando valor entre ambas partes.

Pero eso no fue todo, además de estos principios de gestión de calidad aplicados a la vida del ser humano, Jesús lo dio todo por amor. No le importó entregar su propia vida a favor de toda la humanidad. Lo hizo por amor, por el bienestar y felicidad eterna de nosotros.

Y ahora, quienes están al servicio de Cristo y son llamados también a servir a su prójimo, deben hacerlo como quien apacienta la iglesia del Señor, recurriendo a las Sagradas Escrituras

ya en ella tenemos el buen entendimiento de cómo obrar (Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, 2015).

Sin lugar a dudas, ofrecer un servicio de calidad al Señor es arduo, pero Él es fiel y bueno para ayudarnos en esta misión. Nos ha dejado instrucciones claras de cómo hacerlo en su Palabra Viva, pero si ignoramos este Gran Manual apartándonos de sus enseñanzas y recurriendo a nuestra propia razón, entonces las consecuencias serán negativas (Reina Valera, Rom.10:2-3).

La Sra. Gould White (1981) afirma que el Señor ha dejado asignado una obra a cada uno; es decir, cada uno de nosotros tiene una misión que cumplir; no podemos descuidarla o ignorarla pues está en juego la meta final de todo ser humano: su vida eterna. Esta misión podrá ser cumplida en tanto nos sujetemos al manual de vida: la Palabra de Dios. Sujetados en ella podremos obrar juntamente con Dios.

La obra del Señor podrá ser cumplida mientras todos y cada uno de nosotros nos esforcemos por realizarla. Debemos sentir que la vida y la prosperidad de esta misión resultan de nuestro trabajo arduo y abnegado. Ningún ocioso podrá ser reconocido como siervo de Dios, pues él tal no ha seguido el Manual de Vida. Los siervos del Señor son fieles a la misión encargada por Él.

Así también pasa en cualquier ámbito laboral. Si nos descuidamos y no consideramos las especificaciones, lineamientos o políticas de trabajo, nos perderemos dentro del proceso de producción del bien o del servicio que queramos ofrecer a nuestros clientes y los resultados serán desfavorables para la empresa.

### **3. Revisión de la Literatura**

#### **3.1.Servicio**

Servicio puede ser definido como una actividad que puede darse de forma directa o indirecta a través de la interacción entre el cliente y el proveedor y/u objeto del servicio con el fin de satisfacer las necesidades o deseos del cliente. Su característica principal es que casi siempre es inmaterial, pues no produce un producto físico (Grande Esteban, 2005).

Un servicio puede, entonces, ser cualquier actividad intangible que una parte le ofrece a la otra para satisfacer sus necesidades. Esta actividad que se ofrece implica, según la UNE en ISO 9000:2000, tomado de (Reyes Palacios, 2017):

- Una actividad que se realiza sobre un producto tangible del cliente. (ejemplo: lavandería).
- Una actividad que se realiza sobre un producto intangible del cliente. (ejemplo: el servicio de una aseguradora).
- La entrega de un producto intangible. (ejemplo: servicio de psicología).
- La creación de una ambientación para el cliente. (ejemplo: hoteles, gimnasios)

Por lo descrito, podemos afirmar entonces que, al ser la naturaleza de la prestación de un servicio generalmente intangible, esta sucede cuando se le entrega el servicio al cliente; por lo que la prestación del servicio es de forma simultánea. Ello significa que no puede ser valorado hasta el momento en el que suceda ese intercambio, ya que antes de ese momento no existe prestación de servicio. Solo se puede decir que se ha recibido el servicio en tanto haya un resultado del mismo.

### **3.2. Características del Servicio**

De acuerdo a Grande Esteban (2005), algunas de las características de los Servicios son:

- a) Intangibilidad
  - Los servicios no se almacenan, no se patentan.
  - Es difícil fijar los precios de los servicios y es difícil comunicarlos.

b) Heterogeneidad

- Su producción depende de la interacción entre el cliente y el proveedor.
- Su calidad puede ser alterada por factores no controlables al proveedor.
- La percepción del riesgo suele ser más alto que con los bienes.

c) Inseparabilidad

- Los clientes participan en la producción del servicio y generalmente se consumen simultáneamente.
- La producción masiva del servicio puede ser difícil.
- Es importante la descentralización de funciones de los trabajadores que forman parte de la empresa de servicios.

d) Carácter perecedero

- No hay devolución de servicios.
- No hay reventa de servicios. Puede ser difícil sincronizar la oferta con la demanda.

Bajo esta conceptualización sobre lo que implica la prestación de un servicio, es que su valoración se hace después de haber sido recibido por el cliente. Es decir, el cliente no puede hacer un juicio sobre el producto a menos que lo haya recibido.

La valoración que haga el cliente sobre el servicio recibido medirá la calidad del mismo en términos de su percepción. Así lo manifiestan Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio (2018), quienes señalan que son muchos los autores que vinculan el concepto de calidad del servicio con el concepto de percepción de la calidad de servicio.

### **3.3.Calidad del servicio**

Gestionar una organización de forma exitosa implica implementar y mantener un sistema de gestión de calidad (Comités miembros de ISO). Este sistema de gestión de calidad, bajo el mismo principio de la ISO 9000:2000, comprende en términos generales:

- Que las organizaciones identifiquen y comprendan las necesidades de sus clientes y los satisfagan, esforzándose por ofrecer cada vez más un mejor servicio.
- Que las organizaciones tengan líderes que creen un ambiente interno de trabajo agradable donde se fomente el involucramiento y cumplimiento de los objetivos.
- Que las organizaciones identifiquen, entiendan y gestionen sus procesos para una eficaz y eficiente actuación que se refleje en el logro de los objetivos.
- Que las organizaciones no dejen de renovarse y ofrecer lo mejor que producen, sean bienes o servicios (mejora continua).
- Que las organizaciones tomen decisiones asertivas en base a la situación actual en la que se encuentran (datos e información tomados a partir de un estudio).
- Que las organizaciones establezcan una relación/interacción que sea beneficiosa para ambas partes para así crear valor.

Estos principios de gestión de la calidad son aplicables para cualquier organización que busca ofrecer sus productos para la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes y que busca liderar dentro de la preferencia de los consumidores.

Para conocer la calidad del servicio que ofrece una organización, esta recurre a estudios que le permitan interpretar las necesidades de los clientes y evaluar el desempeño de los servicios brindados. Contar con esta información, permite a las organizaciones reforzar la competitividad y establecer una relación con el consumidor. Reforzar la competitividad significa estar al tanto de la amenaza de nuevas empresas, vencer a los competidores, ganar y mantener porciones de mercado y reducir el poder de negociación de los consumidores.

Stefano, Guidek, Pellegrin Ansuji, & Pentiado Godoy (2008) manifiestan que brindar calidad de servicio hoy en día se hace más imperante que nunca, ya que en el contexto en el que actualmente vivimos los consumidores exigen servicios de menores precios, personalizados y con calidad. Estas demandas irán en ascenso debido al mundo globalizado en el que nos encontramos inmersos; por lo tanto, ello trae consigo también que la competencia se torne cada vez más fuerte.

Para producir calidad de servicio es necesario en primer lugar entender cómo percibe el cliente la calidad con base en sus características específicas. Para Long y McMellon (2004), citados por Stefano, Guidek, Pellegrin Ansuji, & Pentiado Godoy (2008), la calidad percibida es resultado de la comparación entre la calidad experimentada y la esperada por el cliente. Es así que se hace necesario para cualquier organización conocer la percepción que tienen los clientes sobre el servicio que brindan.

La calidad del servicio es un elemento fundamental porque define la apreciación del cliente mediante el consumo o la adquisición del servicio en el momento que se le ofrece, tener información de ella es para las organizaciones un recurso para interpretar las necesidades y expectativas de los clientes para de esa manera ofrecerles el servicio que ellos esperan.

### **3.4. Calidad en el transporte público**

Se conoce como transporte público al transporte colectivo de los pasajeros; es también el acto y efecto al traslado de personas desde su origen hasta su destino. Actualmente, en nuestro país hay un gran número de empresas de transporte públicas y privadas que ofrecen dicho servicio. Generalmente se usan autobuses o microbuses para el transporte de pasajeros. Sin embargo, no son los únicos ya que también se encuentran dentro de este rubro los trenes y otras unidades móviles que cumplen con la condición de traslado de pasajeros.

Ahora bien, para definir la calidad de servicio en el transporte público es menester acudir a estándares que regularicen su valoración. En tal sentido, podríamos recurrir a la Norma UNE-EN 13816, que, aunque es una norma española, es reconocida en términos de estandarización de Calidad y Seguridad. Dicha norma contempla estándares de calidad que están dirigidos a los operadores de transporte de viajeros por carretera, sea cual sea su modalidad. Esta norma especifica las condiciones en que se presta este servicio desde el punto de vista del viajero.

Es probable que pocos le hayan dado importancia al estudio de la calidad del servicio del transporte público urbano. Es preciso resaltar que este es uno de los servicios, sin desmerecer al resto, que mayor atención debiera prestársele pues forma parte esencial de la calidad de vida de todos los ciudadanos (INTEDYA, 2020), ya que gran parte del tiempo para trasladarnos de un lugar a otro se pasa en él; por lo tanto, hablar de su calidad de servicio equivale a hablar de la calidad de vida que se nos otorga durante el período que hagamos de su uso.

La norma contempla dos puntos de vista: (1) el de la administración (titular del servicio) y los operadores (prestadores del servicio); y, por otra parte, el de los clientes (actuales y potenciales). Según la Norma UNE-EN ISO, 2008, las visiones de calidad de servicio son:

- a) Calidad esperada: nivel de satisfacción anticipado del usuario al utilizar el servicio.
- b) Calidad objetivo: objetivos definidos a partir de las necesidades de los clientes. Deben ser cuantificables para medir la repercusión en los pasajeros.
- c) Calidad producida: nivel alcanzado diario en condiciones operacionales normales, definido por el impacto que tiene en los clientes, indicadores en % de pasajeros afectados.
- d) Calidad percibida: percepción experimentada por el pasajero durante su viaje. La calidad percibida es subjetiva, puede variar entre uno y otro pasajero.



### **3.4.1. Evaluación de la calidad de servicio.**

Para la evaluación de la calidad de servicio han surgido a lo largo de los años diferentes modelos que han demostrado ser un instrumento para la recolección de datos sobre el asunto de calidad de servicio. Así, dentro de la Escuela Norteamericana encontramos el Modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988); y, el Modelo SERVPERF desarrollado a partir del SERVQUAL por Cronin y Taylor (1992) (Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio, 2018).

El Modelo SERVPERF es un modelo alternativo al SERVQUAL; sin embargo, la diferencia está en que la primera no considera los ítems referidos a las expectativas de los clientes. Los autores del SERVPERF sostienen que el Modelo SERVQUAL no es el más adecuado para medir la calidad del servicio ya que el concepto de expectativas no ofrece información objetiva. Es por ello que, los autores solo han considerado la evaluación del desempeño del servicio recibido. Sin embargo, el modelo SERVQUAL es el que ha mantenido su vigencia y es el que se utiliza ampliamente para medir la calidad del servicio.

### **3.5. Calidad de servicio en el modelo SERVQUAL**

Tener como objetivo la calidad del servicio no es sinónimo de conformidad con nuestras especificaciones como unidad prestadora de servicios, es más bien, conformidad con las especificaciones de los clientes. Esta se hace real en la percepción que tengan los clientes por el servicio recibido.

El Modelo SERVQUAL define como calidad del servicio a la diferencia entre las percepciones reales de los clientes del servicio y las expectativas que tenían sobre este. Es así que, un cliente valora negativamente (positivamente) la calidad del servicio en el que sus percepciones eran también inferiores (superiores) a las expectativas que tenía del él. Y, la

percepción de la calidad de servicio se da en función del servicio que presta el proveedor, evaluado en contraste con sus expectativas respecto a lo que esperaba del servicio del proveedor (Reyes Palacios, 2017).

El modelo de la escuela norteamericana desarrollado por Parasaruman, Zeithhalm y Berry (1988) es un instrumento que hace una medición por separado entre la expectativas y percepciones del cliente sobre un servicio en particular.

En una primera fase, este modelo apuntaba a diez dimensiones que determinaban la calidad del servicio. Estas dimensiones comprendían un total de 97 preguntas. Las dimensiones eran:

- a) Elementos tangibles: apariencia física de las instalaciones, equipamiento y personal.
- b) Fiabilidad: capacidad para realizar el servicio de forma cuidadosa y que genere confianza.
- c) Capacidad de respuesta: disposición para atender las dudas e inquietudes de los clientes y proveerles de un servicio pronto.
- d) Profesionalidad: demostración de destrezas y conocimiento requerido para la prestación del servicio.
- e) Cortesía: trato amable y cordial en la realización de la prestación del servicio.
- f) Credibilidad: demostración de confiabilidad y honestidad sobre la prestación del servicio.
- g) Seguridad: demostración de resguardo y protección.
- h) Accesibilidad: disponibilidad de contacto y acercamiento.
- i) Comunicación: disposición a mantener informados a los clientes; así como también a escucharlos.
- j) Comprensión del cliente: demostración de interés por conocer las necesidades y expectativas de los clientes.

Luego de la aplicación del cuestionario, realizaron una purificación del mismo por medio del coeficiente alfa y el análisis factorial, correlacionando los ítems para la eliminación de algunos; así, llegaron a 7 dimensiones conformado por 34 ítems. Esto fue parte de la segunda fase.

Y para finalizar con el proceso de condensación, aplicaron las mismas validaciones del coeficiente de alfa y análisis factorial, para finalmente dar con un cuestionario de cinco dimensiones que incluyen 22 ítems. Este nuevo formato condensado fue comparado con el inicial (97 ítems) y se verificó su consistencia interna y su dimensionalidad.

Dentro de las cinco dimensiones finales están incluidas algunas de las 10 dimensiones que originalmente se encontraban especificadas en el cuestionario. Durante el proceso de purificación y condensación estas dimensiones eran similares; por lo que, la versión final del cuestionario las agrupa sin dejarlas de lado. Así, las dimensiones de competencia, cortesía, credibilidad y seguridad están ahora etiquetadas dentro de la dimensión *Seguridad*; y, accesibilidad, comunicación y comprensión se encuentran dentro de *Empatía*.

A continuación, se muestran las dimensiones de esta nueva y última versión:

Tabla 1

*Dimensiones Modelo SEVQUAL*

Dimensiones	Definición
Tangibilidad	Apariencia física de las instalaciones, equipamiento y personal.
Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio de forma cuidadosa y que genere confianza (precios accesibles, amabilidad y con el compromiso de la empresa en ayudar al cliente.)
Capacidad de respuesta	disposición para atender las dudas e inquietudes de los clientes y proveerles de un servicio pronto (deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente)

Seguridad	Demostración de amplio conocimiento del servicio y atención cortés de los colaboradores; así como su capacidad para inspirar resguardo y protección
Empatía	Demostración de entendimiento, cuidado y atención a las necesidades del cliente (atención individualizada al cliente, la relación entre cliente y empresa, dar información clara y precisa).

Adaptado de Parasuraman et al. (1988)

Asimismo, cada una de estas cinco dimensiones están reflejadas en 22 ítems o preguntas que apuntan a las expectativas y percepciones de la calidad del servicio que ofrece una organización.

Tabla 2

*Dimensiones e ítems Modelo SEVQUAL*

Dimensiones	N.º Pregunta	Expectativa	Percepción
<b>Tangibilidad</b>	1	Las empresas excelentes tendrán equipos de aspecto moderno.	XYZ tiene un equipo de aspecto moderno.
	2	Las instalaciones físicas de las empresas excelentes son visualmente atractivas.	Las instalaciones físicas de XYZ son visualmente atractivas.
	3	Los empleados de las compañías excelentes serán aseados en apariencia.	Los empleados de XYZ son pulcros en apariencia.
	4	Los materiales asociados con el servicio (itinerario, declaraciones, folletos) serán visualmente atractivos en una excelente empresa.	Los materiales asociados con el servicio (itinerario, declaraciones, folletos) son visualmente atractivos en XYZ.
<b>Fiabilidad</b>	5	Cuando las empresas excelentes prometen hacer algo en un cierto tiempo, lo harán.	Cuando XYZ promete hacer algo en un cierto tiempo, lo hace.
	6	Cuando los clientes tienen un problema, las empresas excelentes mostrarán un interés sincero en solucionarlo.	Cuando se presenta un problema, XYZ muestra un sincero interés en resolverlo.
	7	Excelentes empresas realizarán el servicio correctamente la primera vez.	XYZ realiza su servicio correctamente la primera vez.
	8	Excelentes empresas ofrecerán sus servicios en el momento en que prometen hacerlo.	XYZ proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.
	9	Excelentes empresas procurarán siempre estar libre de errores.	XYZ insiste en registros sin errores.

<b>Capacidad de respuesta</b>	10	Los empleados de compañías excelentes les dirán a los clientes exactamente cuándo los servicios serán realizados.	Los empleados de XYZ le indican exactamente cuándo se realizará el servicio.
	11	Los empleados de compañías excelentes darán servicio pronto a los clientes (rápida atención).	Los empleados de XYZ le dan un servicio rápido.
	12	Los empleados de excelentes empresas estarán siempre dispuestos a ayudar a los clientes.	Los empleados de XYZ siempre están dispuestos a ayudar.
	13	Los empleados de empresas excelentes nunca estarán demasiado ocupados para responder a las peticiones de los clientes (siempre disponibles para atender dudas).	Los empleados de XYZ nunca están demasiado ocupados para responder peticiones.
<b>Seguridad</b>	14	El comportamiento de los empleados de las empresas excelentes infundirá confianza en los clientes.	El comportamiento de los empleados de XYZ infunde confianza en los clientes.
	15	Los clientes de las empresas excelentes se sentirán seguros en sus transacciones.	Hay seguridad en las transacciones con XYZ.
	16	Los empleados de excelentes empresas serán siempre corteses con los clientes.	Los empleados de XYZ son siempre corteses.
	17	Los empleados de excelentes empresas tendrán los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los clientes.	Los empleados de XYZ tienen el conocimiento para responder preguntas.
<b>Empatía</b>	18	Excelentes empresas darán a los clientes atención individual.	XYZ brinda atención individual.
	19	Excelentes empresas tendrán horarios de operación convenientes para todos sus clientes.	XYZ tiene horas de servicio convenientes para todos sus clientes.
	20	Excelentes empresas tendrán empleados que le brindarán atención personalizada a sus clientes.	XYZ tiene empleados que prestan atención personalizada.
	21	Las compañías excelentes tendrán los mejores intereses del cliente en el corazón (pondrá siempre el interés del cliente en primer lugar por sobre todo).	Los intereses de los clientes son la prioridad de XYZ.
	22	Los empleados de excelentes empresas entenderán las necesidades específicas de sus clientes.	Los empleados de XYZ entienden las necesidades específicas de los clientes.

Fuente: Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio (2018)

Como bien se mencionó con anterioridad, el modelo SERVQUAL mide la calidad del servicio a partir de la diferencia entre las expectativas que tiene el cliente en relación al servicio que se le va a brindar y la percepción que se forma una vez recibido este.

A pesar de las críticas y cuestionamientos por la subjetividad del concepto de las expectativas, este modelo ha sido aplicado en diferentes estudios que pretenden medir la calidad del servicio; sin embargo, no muchos lo han aplicado en el sector del transporte público urbano.

### **3.1. Aplicación del modelo SERVQUAL en el sector transporte**

El modelo SERVQUAL ha sido diseñado por Parasuraman et al. (1988) con la finalidad de medir la calidad del servicio que es brindado por el proveedor del mismo. Su aplicación ha tomado lugar en diferentes categorías, dentro de ellas a la categoría de transporte terrestre interprovincial, urbano y turístico. Los estudios ahí llevados demuestran la vigencia del modelo para medir la calidad del servicio dentro de este sector.

En nuestro país también se han desarrollado estudios para medir la calidad del servicio de transporte usando este modelo; sin embargo, hay dos que están directamente relacionados al transporte público y que son más próximos; estos son los de Chávez Montoya, Quezada Barreto, & Tello Horna (2017) quienes en su investigación validaron las cinco dimensiones del instrumento SERVQUAL para su aplicación a la calidad de servicio del sector transporte en nuestro país; lograron validar la existencia de relación interna entre seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía; además que explicaron la calidad del servicio en función de cada una de las dimensiones. Este estudio dejó un precedente útil para usar el modelo SERVQUAL para evaluar las percepciones y expectativas de la calidad del servicio en el sector del transporte interprovincial en nuestro país.

Así también, tenemos el estudio de Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio (2018) quienes desarrollaron su investigación con base en el estudio realizado por Chávez Montoya et al (2017). No obstante, el rubro de su investigación fue el transporte urbano moderno en Lima Metropolitana. En su estudio

concluyeron que todas las dimensiones del modelo SERVQUAL tienen un impacto significativo positivo sobre la calidad del servicio al cliente; por lo que validaron el uso del instrumento antes mencionado para diagnosticar el nivel de calidad del servicio en este sector.

Es por tal razón que en la presente investigación se hará uso del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano en la ciudad de Juliaca. Pese a que existen otros instrumentos para su medición, se opta por este porque es el más aceptado y de mayor uso a nivel mundial por su vigencia y alta aplicabilidad Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio (2018).

Del mismo modo, el cuestionario de SERVQUAL que se usará para el presente estudio toma como punto de partida el adaptado por Chávez Montoya, Quezada Barreto, & Tello Horna (2017).

#### **4. Marco Conceptual**

##### **4.1. Calidad de servicio**

La calidad de servicio puede ser definido como el juicio global que se forma un cliente acerca de la excelencia total o superioridad de un producto o servicio, el mismo que resulta de la diferencia entre las expectativas que el cliente tenga y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido (Zeithaml, 1988, citado por Chávez Montoya, Quezada Barreto, & Tello Horna , 2017).

##### **4.2. Calidad Percibida**

Es lo que piensa el cliente sobre el servicio que se le ha brindado. Es la valoración que hace el cliente sobre su satisfacción con la calidad del servicio que ha recibido. En otras palabras, es su percepción (Galviz, G.2011 citado por Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante , 2017).

### **4.3. Calidad esperada**

Es lo que el cliente espera recibir al momento que se le brinde el servicio. En otras palabras, son las expectativas que tiene el cliente sobre la calidad del servicio (Galviz, G.2011 citado por Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante , 2017).

### **4.4. Elementos tangibles**

Evidencias físicas y concretas de las instalaciones, los equipos, las personas, higiene y limpieza que intervienen en la prestación del servicio (Galindo, M. y Sastre, A. 2011 citados por Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante , 2017).

### **4.5. Expectativas**

Son los anhelos/deseos que se hacen los clientes al momento de adquirir o recibir un servicio (Ligero, M. 2011 citado por Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante, 2017)

### **4.6. Transporte Público**

Acto de trasladar a las personas desde su punto de origen hacia su destino. Hace referencia a los autobuses, trenes y otros cuya finalidad es la movilización de los ciudadanos de un lugar a otro. A diferencia del transporte privado, el transporte público está disponible para todos (Silva Morales & Sánchez Torres, 2017)

### **4.7. Modelo SERVQUAL**

Es un instrumento aplicado para medir la calidad del servicio por medio de la diferencia entre las expectativas y percepciones del cliente sobre el servicio recibido. El instrumento se representa por medio de un cuestionario que comprende cinco dimensiones de 22 ítems (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988 citados por Acosta López, Astudillo Rodríguez, García Evertsz, More Ocampo, & Valencia Villavicencio, 2018)



## **Capítulo III**

### **Materiales y método de la investigación**

#### **1. Diseño de Investigación**

De acuerdo con los objetivos propuestos, el estudio es de enfoque cuantitativo con un diseño de investigación no experimental; la recolección de los datos es de tipo transversal o transeccional, debido a que se realiza en un solo momento; finalmente, el estudio de investigación es descriptiva, ya que no se manipulará deliberadamente las variables; se mostrarán tal y como se encuentran según Fernández, Baptista, & Hernández (2014).

#### **2. Tipo de Investigación**

Como se mencionó con anterioridad, el estudio de la presente investigación corresponde al del tipo descriptivo, ya que analizará las condiciones actuales de la calidad del servicio que ofrece el transporte público urbano en la ciudad de Juliaca (Fernández, Baptista, & Hernández, 2014).

#### **3. Variables**

##### **3.1.Variable: Calidad del servicio**

La calidad de servicio se define como la diferencia entre las expectativas que tiene el cliente sobre el servicio que se le ha de brindar y la percepción que tiene sobre el mismo una vez recibido, evaluando así cinco aspectos: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad (o elementos tangibles).

##### **3.2.Operacionalización de variables**

Tabla 3

*Operacionalización de variables.*

Variable	Dimensiones	Indicadores	
Calidad de servicio	Fiabilidad	1. Cuando esta empresa de transporte promete hacer una mejora al servicio, ¿la cumple?	
		2. Cuando Ud. tiene un problema, ¿El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte muestra un sincero interés en solucionarlo?	
		3. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿muestra integridad y transparencia en su servicio desde el inicio hasta el fin de su recorrido?	
		4. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿concluye su servicio en el tiempo prometido?	
		5. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿se esfuerza por brindar su servicio sin errores?	
	Capacidad de respuesta	6. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le informa constantemente sobre los horarios en los que se da el servicio?	
		7. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿lo atiende de manera oportuna?	
		8. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿siempre están dispuestos a ayudarlo?	
		9. El chofer y/o cobrador la empresa de transporte utilizada, ¿siempre están disponibles para responder a sus inquietudes/dudas?	
	Seguridad	10. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le transmite confianza?	
		11. ¿Siente seguridad al realizar su viaje en la empresa de transporte que usa?	
		12. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿son siempre amables?	
		13. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿demuestra seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?	
		14. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le brinda información detallada del viaje?	
		Empatía	15. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le ofrece una atención personalizada?
			16. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿está disponible en horarios convenientes?
	17. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿se muestra atento a sus dudas/ inquietudes?		
	18. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿se preocupa por sus necesidades/ intereses?		
	Elementos tangibles	19. La empresa de transporte utilizada, ¿cuenta con vehículos en buen estado?	
		20. La empresa de transporte utilizada, ¿cuenta con un local apropiado y atractivo? ¿cuenta con asientos cómodos y en buen estado?	
		21. La empresa de transporte utilizada, ¿ofrece un ambiente limpio y ordenado?	
22. El chofer – cobrador(a) de la empresa de transporte utilizada, ¿se muestran aseados, adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc.)?			

**Fuente.** Adaptación de Chávez Montoya, Quezada Barreto, & Tello Horna (2017)

## 4. Población y muestra

### 4.1. Población

Para Hernández, Fernández, & Baptista (2010) una población es un conjunto finito o infinito, con características parecidas. En ese sentido, la población, objeto de la presente investigación, está constituida por los usuarios del servicio de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca. Según el Instituto Nacional de Estadística e informática (2015), el número de habitantes en la ciudad de Juliaca es de 278, 444 personas (ver Anexo 5). De este número total, no se considerará a aquellos que estén entre los 0 a 14 años (85,614) por considerárseles menores de edad. Por lo tanto, la población se reduciría a 192,830 personas.

### 4.2 Muestra.

Para la determinación de la muestra se aplica la fórmula de estadística descriptiva el cual nos permite conocer el tamaño de la muestra, con un nivel de error de 5%. Se consideró el total de la población de Juliaca ya que la gran mayoría de ellos hace uso de dicho servicio de transporte.

#### 4.2.1. Tamaño muestral.

$$n = \frac{N}{E} - 1) + 1$$

Valores:

n= tamaño de la muestra

n=

N= población

$$\frac{192830}{0.05} - 1) + 1$$

E= error admisible de la muestra

**n= Tamaño de la muestra : 399 personas**

## 5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 5.1. Técnica

Las técnicas que se utilizarán para la recolección y descripción se consideraron los siguientes:

### **Encuesta**

La técnica a ser usada para la recolección de los datos será la encuesta. La encuesta es una técnica cuyo propósito es obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos sobre sí mismos o en relación a un tema en particular Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante (2017). Esta técnica consiste en un conjunto de preguntas orientadas a recopilar datos de los clientes que hacen uso del servicio de transporte público urbano en la ciudad de Juliaca.

### **5.2. Instrumento**

El instrumento a ser aplicado será un cuestionario. El cuestionario es una herramienta conformada por una serie de preguntas que hacen referencia a un tema en particular (Hurtado, J. 2000 citado por Díaz Vásquez & Sánchez Bustamante , 2017). Así en la presente investigación se hará uso del cuestionario del modelo SERVQUAL. El cual está compuesto por 5 dimensiones, con una medición de escala de Likert de 1 al 5 siendo así: Totalmente en desacuerdo (TD = 1), En desacuerdo (D = 2), Ni acuerdo/Ni desacuerdo (NA/ND = 3), De acuerdo (DA = 4) y Totalmente de acuerdo (TA = 4). Este instrumento está compuesto por 22 ítems de las cuales se dividen en:

- |                          |         |
|--------------------------|---------|
| - Fiabilidad             | 1 - 5   |
| - Capacidad de respuesta | 6 - 9   |
| - Seguridad              | 10 - 14 |
| - Empatía                | 15 - 18 |
| - Elementos tangibles    | 19 – 22 |

### **5.3. Confiabilidad del cuestionario**

Según Hernández (2019) explica que la validez de un instrumento se da en la medida en que este mide con objetividad a una variable. A ese respecto, por medio de la revisión del estado del arte sobre el Modelo SERVQUAL, se han encontrado estudios como el de Chávez et al (2017) y Acosta et al (2018), quienes usaron el modelo a nivel nacional en el sector transporte y obtuvieron resultados positivos sobre la confiabilidad del instrumento para su aplicación en el sector antes mencionado. Asimismo, el instrumento fue sometido a juicio de expertos quienes determinaron el coeficiente de correlación y confiabilidad del Alfa de Crombrach, los cuales miden la homogeneidad de las preguntas, promediando todas las correlaciones entre los ítems, y aceptando la utilización del instrumento.

## **6. Proceso de recolección de datos**

Para la recolección de los datos, se hará uso del cuestionario de SERVQUAL. Este instrumento será aplicado a 399 personas seleccionadas como parte de la muestra. Las características de esta muestra poblacional es que todos son usuarios del transporte público urbano de la ciudad de Juliaca.

La aplicación del cuestionario será realizada de forma individual y considerando la neutralidad al momento de realizar la encuesta para evitar sesgos en el levantamiento de la información. Para asegurar la aleatoriedad y dispersión de la información, la encuesta será tomada en paraderos con mayor afluencia de usuarios; dentro de ellas se encuentran: Jirón San Roman, Mariano Nuñez, Cusco, Ayacucho, Virgen de Fátima, Av. Manuel Núñez Butron 778, Dorado Express Jr tumbes 448.

## **7. Plan de procesamiento de datos**

Para el procesamiento de la base de datos se tomarán las respuestas de las encuestas, que están constituidas por preguntas cerradas mediante una escala de Likert con un grado de 1 al 5

(Tabla 4), que serán evaluadas a los usuarios del transporte público urbano de la ciudad de Juliaca. Estos datos serán procesados por medio del paquete estadístico SPSS; el mismo que dará mayor exactitud de los resultados que de él se obtengan. Para el análisis e interpretación de los resultados se hará uso de Microsoft Excel; por medio del cual, se mostrarán los resultados en tablas y figuras.

Tabla 4

*Escala de Likert.*

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

**Fuente.** *Elaboración propia.*

## Capítulo IV

### RESULTADOS Y CONCLUSION

#### 1. Confiabilidad de las variables de expectativas y percepción de la calidad de servicio cuestionario de SERVQUAL.

En la tabla 1 se observan los resultados del análisis de consistencia interna por Alfa de Cronbach; para la primera variable expectativas de la calidad de servicio que es de 0.895 la cual es considerada como confiable y la segunda variable percepción de la calidad de servicio que es de 0.913 la cual es considerada como confiable.

**Tabla 1**

*Alfa de Cronbach de las variables de expectativas y percepción de la calidad de servicio.*

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Expectativas de la calidad de servicio	0.895	22
Percepción de la calidad de servicio	0.913	22

**Fuente:** *Elaboración propia.*

### **1.2.Confiabilidad según las dimensiones del cuestionario SERVQUAL expectativas de la calidad de servicio.**

En la tabla 2 se observan los resultados del análisis de consistencia interna por Alfa de Cronbach, para la primera dimensión fiabilidad de la variable expectativas de la calidad de servicio que es 0.674 la cual es considerada como cuestionable. En la segunda dimensión capacidad de respuesta que es 0.644 la cual es considerada como cuestionable, en la tercera dimensión seguridad que es 0.652 la cual es considerada como cuestionable, en la cuarta dimensión empatía que es 0.638 la cual es considerada como cuestionable, y por último en la quinta dimensión elementos tangibles que es 0.650 considerada como cuestionable.

**Tabla 2**

*Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable de expectativas de la calidad de servicio*

Dimensiones de la variable expectativas de la calidad de servicio	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Fiabilidad	0.674	5
Capacidad de respuesta	0.644	4
Seguridad	0,652	5
Empatía	0.638	4
Elementos tangibles	0.650	4

**Fuente:** Elaboración propia.

### **1.3.Confiabilidad según las dimensiones del cuestionario SERVQUAL percepción de la calidad de servicio**

En la tabla 3 se observan los resultados del análisis de consistencia interna por Alfa de Cronbach, para la primera dimensión fiabilidad de la variable expectativas de la calidad de servicio que es 0.690 la cual es considerada como cuestionable. En la segunda dimensión capacidad de respuesta que es 0.700 la cual es considerada como confiable, en la tercera dimensión seguridad que es 0.762 la cual es considerada como confiable, en la cuarta dimensión empatía que es 0.708 la cual es considerada como confiable, y por último en la quinta dimensión elementos tangibles que es 0.684 considerada como cuestionable.

**Tabla 3***Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable de percepción de la calidad de servicio*

Dimensiones de la variable percepción de la calidad de servicio	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Fiabilidad	0.690	5
Capacidad de respuesta	0.700	4
Seguridad	0,762	5
Empatía	0.708	4
Elementos tangibles	0.684	4

**Fuente:** Elaboración propia.

### 1.3.1. Análisis de datos sociodemográficos

En la tabla 4 se evidencia el análisis porcentual de los datos sociodemográficos de la población de estudio, el cual contribuye a 397 participantes evaluados, donde el 54,9% (218 participantes) son de género femenino, el 45,1% (179 participantes) son de género masculino, la población de la investigación osciló entre las edades de 15 a 85 años de edad, siendo todos los participantes de procedencia de la ciudad de Juliaca.

Tabla 4

*Cuadro porcentual de datos sociodemográficos de la población de estudio*

Datos sociodemográficos	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Género	Femenino	218	54.90%
	Masculino	179	45.10%
Edad	15 a 25 años de edad	44	11.20%
	26 a 35 años de edad	128	32.20%
	36 a 45 años de edad	101	25.40%
	46 a 55 años de edad	59	14.80%
	56 a 65 años de edad	41	10.30%
	66 a 85 años de edad	24	6.05%
Procedencia	Juliaca	397	100%

**Fuente:** Elaboración propia



### 1.3.2. Resultados del cuestionario en relación a las expectativas de la calidad de servicio

En la tabla 5 se evidencia que según a la expectativa de la calidad de servicio, el 28,7% (114 participantes) de los encuestados presentó una expectativa de calidad de servicio bajo. El 46,1% (183 participantes) de los encuestados presenta una categoría promedio en las expectativas de la calidad de servicio. El 25,2% (100 participantes) de los encuestados presenta una categoría alta en las expectativas de la calidad de servicio, teniendo un total de 397 participantes.

**Tabla 5**

*Nivel de la variable de expectativas de la calidad de servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel				
	Bajo	114	28,7	28,7
	Promedio	183	46,1	74,8
	Alto	100	25,2	100,0
	Total	397	100,0	100,0

**Fuente:** Elaboración propia.

### 1.4. Características del porcentaje según las dimensiones de la variable expectativas de la calidad de servicio

En la tabla 6 se evidencia las características del porcentaje de la dimensión fiabilidad del cuestionario expectativas de la calidad de servicio, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 31,7% (126 participantes) de los encuestados representan a una categoría baja en esta dimensión, el 40,6% (161 participantes) de los encuestados representan una categoría promedio, el 27,7% (110 participantes) de los encuestados representan a un rango alto en la dimensión de fiabilidad.

**Tabla 6***Nivel de la dimensión fiabilidad por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	126	31,7	31,7	31,7
	Promedio	161	40,6	40,6	72,3
	Alto	110	27,7	27,7	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 7 se evidencia las características del porcentaje de la dimensión capacidad de respuesta de la encuesta expectativas de la calidad de servicio, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 37,5% (149 participantes) de los encuestados representan a una categoría baja en cuanto a la capacidad de respuesta, el 41,8% (166 participantes) de los encuestados representan una categoría promedio, el 20,7% (82 participantes) de los encuestados representan a un rango alto en cuanto a la capacidad de respuesta.

**Tabla 7***Nivel de la dimensión capacidad de respuesta por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	149	37,5	37,5	37,5
	Promedio	166	41,8	41,8	79,3
	Alto	82	20,7	20,7	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 8 se evidencia las características del porcentaje de la dimensión de seguridad del cuestionario de expectativas de la calidad de servicio, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 37,8% (150 participantes) de los encuestados representan a una categoría baja en la dimensión de seguridad, el 40,1% (159 participantes) de los encuestados representan una

categoría promedio y, el 22,2% (88 participantes) de los encuestados representan a un rango alto.

**Tabla 8**

*Nivel de la dimensión seguridad por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	150	37,8	37,8	37,8
	Promedio	159	40,1	40,1	77,8
	Alto	88	22,2	22,2	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En relación a la tabla 9 indica que las características del porcentaje de la dimensión de empatía en las expectativas de la calidad de servicio, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 30,5% (121 participantes) de los encuestados representan a una categoría baja, el 47,9% (190 participantes) de los encuestados representan una categoría promedio, el 21,7% (86 participantes) de los encuestados representan a un rango alto en esta dimensión de empatía de las expectativas de la calidad de servicio.

**Tabla 9**

*Nivel de la dimensión de empatía por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	121	30,5	30,5	30,5
	Promedio	190	47,9	47,9	78,3
	Alto	86	21,7	21,7	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 10 en relación a las características del porcentaje de la dimensión de elementos tangibles del cuestionario de las expectativas de la calidad de servicio, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 25,7% (102 participantes) representan a una categoría baja,

el 49,1% (195 participantes) representan una categoría promedio y el 25,2% (100 participantes) representan a un rango alto de la dimensión elementos tangibles las expectativas de la calidad de servicio.

**Tabla 10**

*Nivel de la dimensión de elementos tangibles por frecuencia y porcentajes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	102	25,7	25,7
	Promedio	195	49,1	74,8
	Alto	100	25,2	100,0
	Total	397	100,0	100,0

**Fuente:** *Elaboración Propia*

## **2. Resultados del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio**

En la tabla 11 se evidencia las características generales del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 participantes, el 27,7% (110 participantes) representan a un rango de bajo de las percepciones de la calidad de servicio, el 45,6% (181 participantes) representan a una categoría promedio de las percepciones de la calidad de servicio, y el 26,7% (106 participantes) representan a una categoría alta de las percepciones de la calidad de servicio.

**Tabla 11**

*Nivel de la variable percepciones de la calidad de servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	110	27,7	27,7
	Promedio	181	45,6	73,3
	Alto	106	26,7	100,0
	Total	397	100,0	100,0

**Fuente:** *Elaboración Propia*

### **2.1. Características de los resultados según las dimensiones de la variable expectativas de la calidad de servicio**

En la tabla 12 se evidencia las características por la dimensión de fiabilidad del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 participantes, el 28,7% (114 participantes) representan a un rango de bajo, el 47,6% (189 participantes) representan a una categoría promedio y el 23,7% (94 participantes) representan a una categoría alta.

**Tabla 12**

*Nivel de la dimensión fiabilidad por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	114	28,7	28,7	28,7
	Promedio	189	47,6	47,6	76,3
	Alto	94	23,7	23,7	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 13 se evidencia las características por la dimensión de capacidad de respuesta del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 33,5% (133 participantes) representan a un rango de bajo, el 53,4% (212 participantes) representan a una categoría promedio y el 13,1% (52 participantes) representan a una categoría alta.

**Tabla 13**

*Nivel de la dimensión capacidad de respuesta por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	133	33,5	33,5	33,5
	Promedio	212	53,4	53,4	86,9
	Alto	52	13,1	13,1	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 14 se evidencia las características por la dimensión de seguridad del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 25,9% (103 participantes) representan a un rango de bajo, el 50,1% (199

participantes) representan a una categoría promedio y el 23,9% (95 participantes) representan a una categoría alta.

**Tabla 14**

*Nivel de la dimensión seguridad por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	103	25,9	25,9	25,9
	Promedio	199	50,1	50,1	76,1
	Alto	95	23,9	23,9	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 15 se evidencia las características por la dimensión de empatía del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 27,5% (109 participantes) representan a un rango de bajo, el 43,6% (173 participantes) representan a una categoría promedio y el 29,0% (115 participantes) representan a una categoría alta.

**Tabla 15**

*Nivel de la dimensión empatía por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	109	27,5	27,5	27,5
	Promedio	173	43,6	43,6	71,0
	Alta	115	29,0	29,0	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

En la tabla 16 se evidencia las características por la dimensión de elementos tangibles del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, en los encuestados, se puede apreciar que, de un total de 397 encuestados, el 25,7% (102 participantes) representan a un rango de bajo, el 46,9% (186 participantes) representan a una categoría promedio y el 27,5% (109 participantes) representan a una categoría alta.

**Tabla 16***Nivel de la dimensión elementos tangibles por frecuencia y porcentajes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel	Bajo	102	25,7	25,7	25,7
	Promedio	186	46,9	46,9	72,5
	Alto	109	27,5	27,5	100,0
	Total	397	100,0	100,0	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

### 3. Pruebas de normalidad

La tabla 17 revela los resultados de la prueba de normalidad para todas las variables de estudio, cuyo  $gl= 397$ , por lo tanto, se opta por el uso de la prueba de Kolmogórov-Smirnov la cual proporciona un valor de  $Sig.< al ,000$ , lo cual demanda que las variables del estudio poseen una distribución normal, por lo que ameritan ser procesadas inferencialmente con un estadístico no paramétrico.

**Tabla 17***Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Expectativas de la calidad de servicio	,085	397	,000	,948	397	,000
Percepciones de la calidad de servicio	,122	397	,000	,926	397	,000

**Fuente:** *Elaboración propia.*

### 4. Estadísticos de correlación

Se observa en la Tabla 18 que, siendo las variables de distribución no normal, se procesó por Rho de Spearman, por lo que se encontró que existe relación modernamente baja entre la variable de expectativas y percepciones de la calidad de servicio, ( $\rho=0,252$ ;  $sig\ 0,000$ ) lo que quiere decir que si una variable se incrementa la otra tiende a subir

**Tabla 18***Correlación por Rho de Spearman*

			Expectativas de la calidad de servicio	Percepciones de la calidad de servicio
Rho de Spearman	Expectativas de la calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,252**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	397	397
	Percepciones de la calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,252**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	397	397

**Fuente:** Elaboración propia.



## ANEXOS

**Tabla 1**

*Baremación del Cuestionario Expectativas de la calidad de servicio*

	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles	TOTAL
Bajo	0 - 16	0 - 13	0 - 17	0 - 13	0 - 13	0 - 74
Promedio	16 - 19	13 - 16	17 - 20	13 - 16	14 - 16	75 - 86
Alto	20 - 25	16 - 20	20 - 25	16 - 20	17 - 20	87 - 110

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 2**

*Baremación del Cuestionario Percepción de la calidad de servicio*

	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles	TOTAL
Bajo	0 - 14	0 - 12	0 - 14	0 - 11	0 - 11	0 - 65
Promedio	15 - 18	12 - 16	15 - 19	12 - 15	12 - 15	76 - 80
Alto	18 - 25	16 - 20	19 - 25	16 - 20	16 - 20	81 - 102

**Fuente:** Elaboración propia.

## DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la calidad de servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca; se pudieron conocer los resultados después de la aplicación del instrumento denominado Modelo SERVQUAL, el mismo que fue validado por Hernández (2019), Chávez (2017) y Acosta (2018), quienes utilizaron dicho modelo a nivel nacional en el sector de transporte y obtuvieron resultados positivos.

Algunas características sociodemográficas de la población es que se caracteriza por estar constituida de una mayoría femenina; es una población joven cuyas edades fluctúan entre los 26 y 35 años.

Según nuestro resultado de la tabla 1 podemos determinar el análisis de consistencia interna por Alfa de Cronbach; para la primera variable expectativas de la calidad de servicio que es de 0.895 la cual es considerada como confiable y la segunda variable percepción de la calidad de servicio que es de 0.913 la cual es considerada como confiable.

Según la expectativa de la calidad de servicio que los usuarios esperan recibir está en, la tabla 5 muestra que un 46,1% (183 participantes) espera recibir una calidad de servicio promedio. Ello se contrasta con la tabla 11 del cuestionario de percepciones de la calidad de servicio, donde se puede apreciar que el 45,6% (181 participantes) perciben recibir una calidad de servicio promedio. Estos datos nos dan evidencia de que la población de la ciudad de Juliaca no tiene mayores expectativas sobre la calidad de servicio en el transporte público urbano ya

que el porcentaje de las expectativas y de la percepción del servicio que reciben es igual: calidad de servicio promedio.

Asimismo, del cuestionario de expectativas de calidad de servicio (tabla 6), los usuarios del transporte público urbano, dentro de las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, muestran mayores expectativas en la dimensión fiabilidad en donde el 27,7% (110 participantes) se sobrepuso a las demás. Sin embargo, del cuestionario de percepciones de calidad de servicio (tabla 15), se obtiene que, el 29,0% (115 participantes) percibe como alta la dimensión de empatía. Ello nos muestra que, aunque sus expectativas de recibir una calidad de servicio en la dimensión de fiabilidad son altas, en realidad, perciben que es la dimensión empatía la que se sobrepone.

Del cuestionario de expectativas de calidad de servicio (tabla 8), los usuarios del transporte público urbano, dentro de las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, muestran menores expectativas en la dimensión seguridad en donde el 37,8% (150 participantes) se ubicó por debajo de las demás. Sin embargo, del cuestionario de percepciones de calidad de servicio (tabla 13), se obtiene que, el 33,5% (133 participantes) percibe como baja la dimensión de capacidad de respuesta. Ello nos muestra que, aunque sus expectativas de recibir una menor calidad de servicio en la dimensión de seguridad, en realidad, perciben que es la dimensión de capacidad de respuesta la que menor calidad de servicio reciben.

Considerando a los autores Diaz y Sanchez (2017) en sus estudios que realizaron sobre la empresa de transporte Ángel Divino dan a conocer el nivel de calidad del servicio de la empresa desarrollando y mencionando que la empatía mejora la calidad de servicio motivo por el cual tienen una aceptación de 69,13% y la dimensión de capacidad de respuesta para solucionar los problemas mencionando un porcentaje general que es de

55.8% por ende concluye una similitud entre ambos autores.

Se debería tomar medidas para realizar el servicio adecuado con eficiencia que estén tomados en cuenta con las opiniones por los clientes, con un proceso fácil para brindar el servicio.

### **RECOMENDACIONES**

Se recomienda implementar nuevas estrategias de servicio en el cual los clientes puedan estar involucrados con su respectiva participación que implique la presentación del servicio de transporte.

Se recomienda mantener constantemente un personal capacitado para poder brindar un buen servicio de atención a los usuarios para que las falencias puedan disminuir.

Se recomienda a los choferes y cobradores desarrollar la filosofía de liderazgo de servicio y tener claramente la misión y visión que genere compromiso al momento de brindar el servicio.

Y por último se recomienda que todas las empresas de transporte urbano tomen en cuenta los elementos de la calidad de servicio de forma equitativa ya que esto ayuda a la mejora continua del día a día, en brindar un servicio adecuado al usuario y ellos también puedan obtener resultados buenos.

## Referencias

- Acosta, A., Astudillo, C., García, J., More, J., & Valencia, C. (agosto de 2018). *Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana*. Tesis para optar el grado de Magíster en Dirección de Marketing. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. (2015). *Manual de la Iglesia*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana.
- BBC Mundo. (10 de Febrero de 2017). *¿Cuáles son las ciudades con mejor y peor transporte público en América Latina?* Obtenido de BBC News:  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38927134>
- Chávez, C., Quezada, R., & Tello, D. (octubre de 2017). *Calidad en el servicio en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú*. Tesis para optar el grado de Magíster en Dirección de Marketing. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Comités miembros de ISO. (s.f.). *Norma internacional: Sistemas de gestión de la calidad- conceptos y vocabulario* . Obtenido de Gestión de la Calidad ISO 9000:2000:  
<https://gestiondecalidadmpn.files.wordpress.com/2012/02/iso-9000-2000-sistemas-de-gestic3b3n-de-la-calidad-conceptos-y-vocabulario.pdf>
- Correo. (12 de junio de 2020). *Edición Puno-Juliaca*. Obtenido de Diario Correo:  
<https://diariocorreo.pe/edicion/puno/juliaca-nueva-tarifa-de-transporte-publico-localseria-de-s-150-942693/?ref=dcr>
- De Oña, R. (2013). *Análisis de la calidad del servicio del transporte público mediante árboles de decisión* . Tesis para la obtención del grado de Doctor . Granada, España: Universidad de Granada.

Díaz, V., & Sánchez, O. (2017). *Calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C. Chiclayo-2016*. Tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración. Pimentel, Perú: Universidad Señor de Sipan.

Diccionario de la Academia de la Lengua Española . (2019). *Servicio*. Obtenido de Asociación de Academia de la Lengua Española : <https://dle.rae.es/servicio>

EAE Business School. (22 de octubre de 2018). *Manual de Calidad: definición, especificaciones y estructura*. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/definicion-especificaciones-y-estructura-de-un-manual-de-calidad/#:~:text=Un%20manual%20de%20calidad%20es,objtivos%20fijados%20en%20este%20sentido>.

Fernández, C., Baptista, M. d., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (McGraw-Hill, Ed.) Mexico: Interamericana Editores S.A. Recuperado el 17 de 07 de 2019, de <https://markainvestigacion.wordpress.com/2019/01/14/libro-de-sampieri-sobre-metodologia-de-investigacion-6ta-edicion/>

García, S. (18 de agosto de 2015). *Más autos, más contaminación*. Obtenido de El Financiero: Economía, Mercados y Negocios en Alianza con Bloomberg: <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/salvador-garcia-linan/mas-autos-mas-contaminacion>

Gould, E. (1981). *Servicio Cristiano* . Obtenido de Elena G. De White Estate Web.: [file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Servicio%20Cristiano%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Servicio%20Cristiano%20(1).pdf)

Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC Editorial.

Hernández, S. R. (2019). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Education.

Instituto Nacional de Estadística e informática. (2015). *Población y Vivienda*. Obtenido de INEI Estadísticas: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

INTEDYA. (2020). *Calidad en el transporte público, une 13816*. Obtenido de Consultoría International Dynamic Advisors:

[https://www.intedya.com/internacional/11/consultoria-calidad-en-el-transporte-publico-une-](https://www.intedya.com/internacional/11/consultoria-calidad-en-el-transporte-publico-une-13816.html#:~:text=Descripci%C3%B3n,punto%20de%20vista%20del%20viajero.)

[13816.html#:~:text=Descripci%C3%B3n,punto%20de%20vista%20del%20viajero.](https://www.intedya.com/internacional/11/consultoria-calidad-en-el-transporte-publico-une-13816.html#:~:text=Descripci%C3%B3n,punto%20de%20vista%20del%20viajero.)

López, M. (2018). *Capacidad gerencial y calidad de servicio en las empresas de transporte urbano en la ciudad de Puno-2015*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Puno, Peru: Universidad Nacional del Altiplano.

Morán, G. (junio de 2016). *Análisis de la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario*. Tesis de grado previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación. Esmeraldas, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Reina Valera. (2015). *Salmo 119:33-40*. Brazil: Sociedades Bíblicas Unidas.

Reyes, M. (2017). *Aplicación del Modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016-Piura*. Tesis para optar el título de Licenciada en Ciencias Administrativas. Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura.

- Silva, N., & Sánchez, C. (2017). *Calidad del servicio de transporte urbano en la ciudad de Cuenca*. Proyecto técnico. Cuenca, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.
- Stefano, N., Guidek, R., Pellegrin, A., & Pentiado, L. (2008). *Una evaluación de la calidad de servicios prestados en Centros de Formación de Conductores utilizando la escala SERVQUAL y el modelo de los 5 GAPS*. Visión de futuro, 2-21.
- Supo, H. (18 de agosto de 2019). *Regulación de transporte público en Juliaca*. Obtenido de Diario Correo: <https://diariocorreo.pe/edicion/puno/regulacion-de-transporte-publico-en-juliaca-905121/>
- Vasquez, E. (2016). *Calidad de Servicio y su influencia en la rentabilidad de las empresas de transportes de pasajeros interdepartamental ruta: Puno-Arequipa-Puno, período 2015*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Puno, Perú: Universidad Nacional de Puno.



## Anexos

### Anexo 1. Cuestionario de expectativas de la calidad de servicio

#### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

El objetivo de la presente información es analizar la calidad de servicio en el sector de transporte público de la ciudad de Juliaca, por lo que requerimos de su participación la misma que se haga de forma anónima. Acepta usted participar de la siguiente información ( si /no)

Basado en su experiencia como usuario de transporte público urbano, piense en las cualidades que podría ofrecerle un servicio de EXCELENTE CALIDAD. Para cada afirmación, indique en qué medida la empresa de transporte debería tener las características descritas en las siguientes afirmaciones. Tomando en cuenta los siguientes valores: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni acuerdo ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo. Le agradecemos por su colaboración.

Datos demográficos:

Edad: \_\_\_\_\_ Género: F ( ) M ( ) Estado civil: S( ) C( ) V( ) D( ) Otro: \_\_\_\_\_

Grado de instrucción: P( ) S( ) T( ) U( ) Lugar de residencia: Juliaca( ) Puno( ) Otro: \_\_\_\_\_

Motivo por el cual tomo el servicio: Trabajo( ) Estudio( ) Deporte( ) Paseo( ) Otro: \_\_\_\_\_

Cuestionario:

¿Con que frecuencia hace uso del servicio publico urbano? siempre ( ) aveces ( )

frecuencia ( )

Ítems		TD	ED	NA/ND	DA	TA
Fiabilidad	1. Cuando esta empresa de transporte promete hacer una mejora al servicio, ¿debería cumplirla?	1	2	3	4	5
	2. Cuando Ud. tiene un problema, ¿El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte debería mostrar un sincero interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5
	3. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería mostrar integridad y transparencia en su servicio desde el inicio hasta el fin de su recorrido?	1	2	3	4	5
	4. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería concluir su servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4	5
	5. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería esforzarse por brindar su servicio sin errores?	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta	6. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería informar constantemente sobre los horarios en los que se da el servicio?	1	2	3	4	5
	7. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería atenderle de manera oportuna?	1	2	3	4	5
	8. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería estar siempre dispuesto a ayudarlo?	1	2	3	4	5
	9. El chofer y/o cobrador la empresa de transporte utilizada, ¿debería siempre estar disponible para responder a sus inquietudes/dudas?	1	2	3	4	5

Seguridad	10. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debe transmitirle confianza?	1	2	3	4	5
	11. ¿Siente seguridad al realizar su viaje en la empresa de transporte que usa?	1	2	3	4	5
	12. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿deben ser siempre amables?	1	2	3	4	5
	13. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debe mostrar seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?	1	2	3	4	5
	14. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debe brindarle información detallada del viaje?	1	2	3	4	5
Empatía	15. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería ofrecer una atención personalizada?	1	2	3	4	5
	16. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debe ofrecer su servicio en horarios convenientes?	1	2	3	4	5
	17. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería mostrarse atento a sus dudas/ inquietudes?	1	2	3	4	5
	18. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿debería mostrar interés/preocupación por sus necesidades/ intereses?	1	2	3	4	5
Elementos tangibles	19. La empresa de transporte utilizada, ¿debería contar con vehículos en buen estado?	1	2	3	4	5
	20. La empresa de transporte utilizada, ¿debería contar con asientos cómodos y en buen estado?	1	2	3	4	5
	21. La empresa de transporte utilizada, ¿debe ofrecerle un ambiente limpio y ordenado?	1	2	3	4	5
	22. El chofer – cobrador(a) de la empresa de transporte utilizada, ¿deben mostrarse aseados, adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc.)?	1	2	3	4	5

## Anexo 2. Cuestionario de percepción de la calidad de servicio

### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

El siguiente grupo de afirmaciones se relacionan con su percepción sobre la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca". Para cada afirmación, marque con una X en qué medida usted cree que la empresa de transporte que usted utilizó posee la característica descrita en la afirmación. Tomando en cuenta los siguientes valores: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni acuerdo ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo. Le agradecemos por su colaboración.

Datos demográficos:

Edad: \_\_\_\_\_ Género: F ( ) M ( ) Estado civil: S ( ) C ( ) V ( ) D ( ) Otro: \_\_\_\_\_

Grado de instrucción: P ( ) S ( ) T ( ) U ( ) Lugar de residencia: Juliaca ( ) Puno ( ) Otro: \_\_\_\_\_

Motivo por el cual tomo el servicio: Trabajo ( ) Estudio ( ) Deporte ( ) Paseo ( ) Otro: \_\_\_\_\_

Cuestionario:

¿Ha realizado un servicio en la empresa de transporte últimos 6 meses? SÍ ( ) NO ( )

Ítems		TD	ED	NA/ND	DA	TA
Fiabilidad	1. Cuando esta empresa de transporte promete hacer una mejora al servicio, ¿lo cumplió?	1	2	3	4	5
	2. Cuando Ud. tuvo un problema, ¿El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte mostró un sincero interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5
	3. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿mostró integridad y transparencia en su servicio desde el inicio hasta el fin de su recorrido?	1	2	3	4	5
	4. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿concluyó su servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4	5
	5. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿se esforzó por brindar su servicio sin errores?	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta	6. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le informó constantemente sobre los horarios en los que se da el servicio?	1	2	3	4	5
	7. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿lo atendió de manera oportuna?	1	2	3	4	5
	8. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿siempre estuvo dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5
	9. El chofer y/o cobrador la empresa de transporte utilizada, ¿siempre estuvieron disponibles para responder a sus inquietudes/dudas?	1	2	3	4	5
Seguridad	10. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿le transmitieron confianza?	1	2	3	4	5
	11. ¿Sintió seguridad al realizar su viaje en la empresa de transporte que usó?	1	2	3	4	5

	12. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿fueron siempre amables?	1	2	3	4	5
	13. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte utilizada, ¿demostraron seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?	1	2	3	4	5
	14. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte que usó, ¿le brindaron información detallada del viaje?	1	2	3	4	5
Empatía	15. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte que usó, ¿le ofrecieron una atención personalizada?	1	2	3	4	5
	16. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte que usó, ¿estuvo disponible en horarios convenientes?	1	2	3	4	5
	17. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte que usó, ¿se mostró atento a sus dudas/ inquietudes?	1	2	3	4	5
	18. El chofer y/o cobrador de la empresa de transporte que usó, ¿se preocupó por sus necesidades/ intereses?	1	2	3	4	5
Elementos tangibles	19. La empresa de transporte utilizada, ¿contaba con vehículos en buen estado?	1	2	3	4	5
	20. La empresa de transporte utilizada ¿contaba con asientos cómodos y en buen estado?	1	2	3	4	5
	21. La empresa de transporte utilizada, ¿le ofreció un ambiente limpio y ordenado?	1	2	3	4	5
	22. El chofer – cobrador(a) de la empresa de transporte utilizada, ¿se mostró aseado, adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc.)?	1	2	3	4	5

**Anexo 3: Consentimiento informado**

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**E.P. ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Juliaca, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020

Yo, .....,

voluntariamente he decidido colaborar en el estudio titulado “La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.”, realizado por la Bach.

Quispe Pacori Yesica de la E.P. Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca; cuya finalidad es analizar la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020. En tal sentido, doy mi consentimiento para que se me aplique el cuestionario.

Estoy informado sobre el carácter estrictamente confidencial de la entrevista, de modo que mi identidad como entrevistado no será revelada; al mismo tiempo, mi participación es voluntaria.

Firma

#### Anexo 4. Matriz de consistencia

Titulo	Problemas	Objetivos	Variables	Metodología
La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.	Problema General	Objetivo General		Tipo de la Investigación
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Analizar la calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020	Univariable: calidad del servicio del transporte público urbano	Descriptivo
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Población y muestra	Diseño de la Investigación
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de fiabilidad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Describir la calidad del servicio en su dimensión de fiabilidad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.	Población: usuarios del servicio de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca. Muestra: 399 personas seleccionadas por medio de la estadística descriptiva (muestreo aleatorio simple)	No experimental transeccional
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de capacidad de respuesta en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Describir la calidad del servicio en su dimensión de capacidad de respuesta en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.		Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario del Modelo SERVQUAL ( <i>adaptado de Chávez Montoya, Quezada Barreto, &amp; Tello Horna, 2017</i> )
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de seguridad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Describir la calidad del servicio en su dimensión de seguridad en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.		Escala de medición: tipo Likert Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo/ni desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de empatía en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Describir la calidad del servicio en su dimensión de empatía en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.		
	¿De qué manera se presenta la calidad del servicio en su dimensión de elementos tangibles en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020?	Describir la calidad del servicio en su dimensión de elementos tangibles en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, 2020.		

## Anexo 5: Datos de la población

A continuación, se presenta los datos específicos de la población al 30 de junio de 2015, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito (página oficial del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI))

Los datos para la presente investigación fueron tomados el 30 de junio, 2020 de

<https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'cuadro001\_1 (1).xls' with the following data:

PERÚ: POBLACIÓN TOTAL AL 30 DE JUNIO, POR GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO, 2015.																		
DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	Total	GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD																
		0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 y más
PERÚ	31,151,643	2,861,874	2,922,744	2,914,162	2,887,529	2,828,387	2,661,346	2,411,781	2,258,372	1,977,630	1,725,353	1,486,312	1,205,103	967,702	736,059	545,659	394,230	367,400
SAN ROMÁN	293,697	29,866	29,946	30,663	32,301	32,022	28,511	24,575	20,888	17,408	13,352	10,201	7,768	5,620	3,915	2,843	2,045	1,773
JULIACA	278,444	28,286	28,306	29,022	30,761	30,733	27,411	23,657	20,072	16,655	12,653	9,588	7,164	5,028	3,471	2,402	1,717	1,518
CABANA	4,224	356	457	469	448	349	267	230	216	211	198	175	197	182	142	129	113	85
CABANILLAS	5,374	572	515	557	577	482	428	356	332	256	257	208	186	193	138	147	91	79
CARACOTO	5,655	652	668	615	515	458	405	332	268	286	244	230	221	217	164	165	124	91
SANDIA	70,548	7,840	7,975	7,743	7,030	6,123	6,277	5,338	4,900	4,272	3,353	2,418	1,863	1,690	1,424	1,020	637	545
SANDIA	12,191	1,531	1,493	1,545	1,236	824	773	786	756	722	575	416	355	362	294	230	149	144
CUYOCUYO	4,707	605	552	613	490	298	254	307	288	250	220	171	147	154	144	103	63	48
LIMBANI	4,274	416	445	416	439	446	430	320	289	209	152	90	86	61	57	66	50	50
PATAMBUCO	3,960	548	617	561	382	202	220	232	210	235	167	136	111	95	90	57	52	45
PHARA	4,844	578	522	521	428	472	433	372	312	293	263	167	129	124	72	72	40	46
QUIACA	2,374	341	320	224	179	189	198	190	172	150	99	96	53	68	32	25	23	15
SAN JUAN DEL ORO	13,111	1,113	1,347	1,356	1,466	1,280	1,409	1,046	937	797	635	444	360	301	289	157	91	83
YANAHUAYA	2,269	266	226	264	202	184	217	187	187	156	81	53	64	60	55	28	23	16
ALTO INAMBARÍ	9,241	1,073	984	1,024	858	857	830	707	695	537	457	312	236	202	187	147	71	64