



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**"ELABORACION DE UN PLAN DE MEJORA CONTINUA  
PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE  
EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE BURGA EXPRESS"**

**PRESENTADO POR EL BACH:  
AREVALO MOLGRAGON, JOSE WILMER**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ASESOR:  
Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO**

**CHICLAYO - PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis lo dedico a mi familia, de manera muy especial, a mis adorados padres y queridos hermanos(as), a quienes guardo en mi corazón, por ser personas extraordinarias al haber forjado mi vida y mi profesión, pues, gran esfuerzo y abnegación son ejemplo de lucha en mi camino, de cual me siento muy orgulloso y feliz y más aún, al lograr una de mis metas trazadas, porque a pesar de las vicisitudes presentadas en este largo y escabroso trajinar de la mano del Ser Supremo he salido adelante con optimismo y perseverancia ratificando mi compromiso que, ante cualquier adversidad, seguiré luchando por todos ustedes y mis grandes sueños.

Arévalo Moldragón, José Wilmer.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por regalarnos un día más de vida y su infinita misericordia, a mis maestros por brindarnos sus enseñanzas y conocimientos que me han permitido asumir los retos que se me presente.

A la Universidad Alas Peruanas por el apoyo, acogida y a su formación brindada en sus aulas en la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

Al Dr. DIOS CASTILLO, Christian A., asesor de mi tesis, por su desinteresada ayuda y colaboración para la realización del presente trabajo de investigación.

A la Empresa de Transporte Burga Express que permitió a través de su gerente y trabajadores recopilar información para el desarrollo de la investigación.

Arévalo Moldragón, José Wilmer.

## RESUMEN

El presente trabajo de estudio titulado: Elaboración de un Plan de Mejora Continua para mejorar la Calidad del Servicio al Cliente en la empresa de Transporte Burga Express. Se tuvo como objetivo elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express, respondiendo al problema de ¿De qué manera mejora la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express?

El estudio se planteó bajo un tipo de investigación descriptiva de diseño no experimental – propositiva, pues de acuerdo a la problemática identificada se estableció un plan de mejora continua acorde a la realidad, además la población fue 600 clientes de la empresa de Transportes Burga Express, de los cuales 273 fueron la muestra de estudio y en los que se aplicó un cuestionario como instrumento enfocado en la calidad del servicio con la finalidad de desarrollar un plan de mejora continua.

El estudio concluyó que la situación actual de la calidad del servicio al cliente es regular, además los factores que influyen en la calidad del servicio es la falta de comunicación, la disposición del tiempo de los empleados no es correcta, además las características tangibles como el acceso a los vehículos y los equipos son aspectos a mejorar y considerar dentro del diseño de un plan de mejora continua.

**PALABRAS CLAVE.** Plan de mejora continua, calidad del servicio.

## **ABSTRACT**

The present study work entitled: Preparation of a Continuous Improvement Plan to improve the Quality of Customer Service in the Burga Express Transportation company. The objective was to elaborate a continuous improvement plan to improve the quality of customer service in the Transportes Burga Express company, responding to the problem of How does the quality of customer service improve in the Transportes Burga Express company.

The study was carried out under a type of descriptive research of non-experimental design - propositional, since according to the identified problem a continuous improvement plan was established according to reality, in addition the population was 600 clients of the Burga Express Transport company, of which 273 were the study sample and in which a questionnaire was applied as an instrument focused on the quality of the service in order to develop a continuous improvement plan.

The study concluded that the current situation of the quality of customer service is regular, in addition the factors that influence the quality of service is the lack of communication, the disposition of the employees' time is not correct, in addition to the tangible characteristics such as the Access to vehicles and equipment are aspects to be improved and considered within the design of a continuous improvement plan.

**KEYWORDS.** Continuous improvement plan, quality of service.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT .....	V
INTRODUCCIÓN .....	11
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	14
1.2. Formulación del problema.....	17
1.2.1. Problema principal .....	17
1.2.2. Problemas secundarios.....	17
1.3. Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos .....	17
1.4. Justificación del estudio .....	18
1.5. Limitaciones.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	20
2.1. Antecedentes del estudio.....	20
2.2. Bases teóricas .....	24
2.3. Definición de términos.....	32
2.4. Hipótesis .....	34
2.4.1. Hipótesis general .....	34
2.4.2. Hipótesis específica .....	34
2.5. Variables .....	34

2.5.1. Definición conceptual de la variable.....	34
2.5.2. Definición operacional de la variable .....	35
2.5.3. Operacionalización de la variable .....	36
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	39
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	39
3.2. Descripción del ámbito de la investigación .....	39
3.3. Población y muestra.....	40
3.3.1. Población .....	40
3.3.2 Muestra .....	40
3.4. Técnicas e instrumento para la recolección de datos .....	41
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento .....	41
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos .....	42
CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....	44
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN.....	57
CONCLUSIONES .....	60
RECOMENDACIONES .....	61
APORTE CIENTÍFICO.....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
ANEXOS .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de la variable plan de mejora continua</i> .....	36
Tabla 2. <i>Operacionalización de la variable calidad de servicio</i> . ....	37
Tabla 3. <i>Resumen de procesamiento de datos</i> .....	42
Tabla 4. <i>Alfa de Cronbach del instrumento calidad del servicio</i> . ....	42
Tabla 5. <i>Valora la capacidad del personal de la empresa para brindar el servicio</i> . .....	44
Tabla 6. <i>La experiencia de los empleados para brindar el servicio</i> . ....	45
Tabla 7. <i>La confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express cuando adquiere el servicio</i> .....	46
Tabla 8. <i>La comunicación de los empleados con los clientes</i> . ....	48
Tabla 9. <i>Disposición de tiempo de los empleados para atender a los clientes</i> . 49	
Tabla 10. <i>Valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades</i> .....	50
Tabla 11. <i>Valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa</i> .....	51
Tabla 12. <i>La voluntad que tiene los empleados de la empresa en ayudar a los clientes</i> .....	53
Tabla 13. <i>La accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa</i> .....	54
Tabla 14. <i>Los equipos que tienen los vehículos de la empresa Burga Express</i>	55
Tabla 15. <i>FODA de la empresa</i> .....	62
Tabla 16. <i>Detalles de la propuesta para mejorar la calidad de servicio de la empresa Burga Express SRL</i> .....	65
Tabla 17. <i>Plan de actividades para mejorar la calidad del servicio de la empresa Burga Express SRL</i> .....	70



Tabla 18. <i>Matriz de Consistencia de las variables</i> .....	81
Tabla 19. <i>Total de clientes según sexo</i> .....	87
Tabla 20. <i>Número de clientes según edad</i> .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Valora la capacidad del personal de la empresa para brindar el servicio. .....	44
<i>Figura 2.</i> La experiencia de los empleados para brindar el servicio .....	46
<i>Figura 3.</i> Confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express cuando adquiere el servicio.....	47
<i>Figura 4.</i> La comunicación de los empleados con los clientes.....	48
<i>Figura 5.</i> Disposición de tiempo de los empleados para atender a los clientes.	49
<i>Figura 6.</i> Valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades. .....	51
<i>Figura 7.</i> Valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa .....	52
<i>Figura 8.</i> La voluntad que tiene los empleados de la empresa en ayudar a los clientes.....	53
<i>Figura 9.</i> La accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa.....	54
<i>Figura 10.</i> Los equipos que tienen los vehículos de la empresa Burga Express. .....	55
<i>Figura 11.</i> Total de clientes según sexo.....	87
<i>Figura 12.</i> Número de clientes según edad.....	88

## INTRODUCCIÓN

El estudio titulado “Elaboración de un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express”. El problema identificado en la empresa de transportes Burga Express es el no poder brindar un adecuado servicio a los pasajeros ha generado un malestar, porque no brinda las comodidades adecuadas debido a que sus vehículos se encuentran en pésimas condiciones y su personal no se encuentra capacitado para administrar o promocionar un buen servicio, siendo esto un factor que no permite tener una buena aceptación en el mercado, así como en los ingresos que perciben de forma diaria, semanal y mensual no permiten cubrirlos gastos realizados por la empresa.

En ese sentido, se planteó como problema general ¿De qué manera mejora la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express? y como problemas específicos: (1) ¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express?, (2) ¿Qué factores influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express? y (3) ¿Qué características debe tener un plan de mejora para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express?

Con respecto a los objetivos estos se plantearon como objetivo general este se planteó como elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express y como objetivos específicos fue: (1) diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, (2) identificar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express y (3) diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.

El trabajo de investigación se justificó desde tres aspectos. El científico, pues la investigación se justifica porque permitió aportar a las teorías existentes en calidad del servicio. El institucional, se desarrolla con la finalidad de contribuir

a mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa Burga Express y de las empresas de transporte en general y desde un punto de vista social porque permite contribuir con la mejora en la calidad de los servicios prestados por las empresas de transporte interprovinciales de pasajeros.

De igual forma y con respecto al marco teórico este se definió en base a las teorías referidas a las variables de estudio como plan de mejora continua y la calidad del servicio al cliente. En base a la primera variable está definida como una mejora continua y una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos con el fin de mejorar los procesos de la organización (Gutiérrez, 2010). En ese mismo aspecto se tiene a la variable calidad de servicio la cual Serna (2006) refiere que es un conjunto de estrategias que permiten satisfacer la necesidad no solo de los clientes si no de los proveedores e inclusive de la competencia.

La metodología del estudio estuvo enfocada en una investigación de tipo descriptiva y de diseño no experimental – propositiva, la cual tuvo como población a 600 clientes de la empresa de Transportes Burga Express y de muestra a 273. La técnica que se aplicó en el estudio fue la encuesta y el instrumento el cuestionario en la que se determinó una confiabilidad de 0.735 respecto a la calidad del servicio. En ese aspecto se determinó como resultados que es necesario mejorar la capacidad del personal para brindar el servicio ya que el 41.3% señala como regular.

De igual manera, se determinó que la situación actual respecto a la calidad del servicio estuvo determinada por la experiencia de los empleados al brindar un servicio y por el cual se evidenció que el 38.5% se encuentra establecido de forma regular y los factores que influyen en la calidad del servicio es de forma general la falta de comunicación, ausencia de tiempo y aspectos tangibles como ausencia de equipos y su acceso a los vehículos.

En ese aspecto la estructura de la investigación se planteó en capítulos como:

Capítulo I: descripción del problema, formulación del problema, objetivos, justificación y limitaciones.

Capítulo II: antecedentes del estudio, bases teóricas, definición de términos, hipótesis, variables y operacionalización.

Capítulo III: tipo y nivel de investigación, descripción del ámbito de investigación, población y muestra, técnicas e instrumento para recolectar datos, validez y confiabilidad del instrumento y plan de recolección de datos.

Capítulo IV y V: resultados y discusión, así como conclusiones, recomendaciones y aporte científico. De esta manera se concluyó del estudio que es necesario un plan de mejora continua y que se formuló en base a los resultados encontrados y respaldado en la teoría planteada.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

#### **En el ámbito internacional**

En México, el sistema de transporte de pasajeros ha sido percibido como un medio de baja calidad, esto debido a factores como la capacidad de respuesta, la fachada de la empresa, la calidad de los vehículos, la forma de vestir de los conductores, el trato brindado y la fiabilidad del servicio. Esto hace prever que son estos factores los que han afectado la satisfacción del cliente (Rodríguez, et al., 2018).

En Chile, la Experience is Everything PwC identificó que el vínculo entre las empresas y cliente son fundamentales en la actualidad, ya que este es elemento que permite tomar un mayor valor en las transacciones económicas. Es así que las relaciones entre empresa y cliente se rompen por una práctica negativa, por lo que la experiencia del cliente no termina con la entrega del servicio si no que incluye todo el proceso del servicio (Ojeda, 2020).

En Quito, los cambios y la modernidad del transporte implican mejorar la calidad del servicio satisfaciendo con ello la necesidad de transporte aun existente, pero para que eso suceda deber cumplir con los parámetros como seguridad, comodidad, accesibilidad, productividad y eficacia. Con ello se propone satisfacer la demanda en un 97% (Machado, 2020).

En ese sentido, un plan de mejora con la tecnología aplicada al transporte, no solo permite el seguimiento sino la gestión de las flotas de transporte, esto hace más seguro el seguimiento del servicio de pasajeros. Así con las herramientas tecnológicas adecuadas el transporte se vuelve más adecuado y permite un control, prevención de costos y una conducción más segura y eficiente, en el cliente se siente más seguro (Revista Viajeros, 2020).

### **En el ámbito nacional**

Desde una perspectiva nacional, Cruz del Sur ha fortalecido su servicio en lo que respecta a la calidad del servicio, recibiendo la certificación ISO 9001, referente al sistema de gestión y por lo cual demuestra que su servicio tiene altos estándares de calidad, asimismo su gestión en el servicio de transporte es eficiente de acuerdo a la certificación obtenida. Con ello la entidad asume un reto la de ir mejorando sus procesos a través de su evolución objetiva en que se procura la satisfacción del cliente (Anónimo, 2019).

En ese aspecto, la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y mercancías [SUTRAN] (2018) supervisa a las unidades de servicio interprovincial, con la finalidad de comprobar el cumplimiento de horas de conducción de los choferes, cumplimiento de traslado de menores, exceso de pasajeros y adecuada operatividad y mecánica de la unidad. Lo indicado de forma general suma a la calidad del servicio brindado por las empresas de transporte en el Perú que en su mayoría son las que incumplen y brindan un inadecuado servicio a sus clientes por lo que es pertinente un plan que permita mejorar estos aspectos.

Por su parte, Jiménez (2019) indica que la baja calidad en el transporte se debe a aspectos como la informalidad en la que se necesita que las autoridades y el propio empresario asuma su rol. Es así que se requiere un régimen que permita una gestión más eficiente en la que se genere un servicio de calidad que permita desarrollar nuevos emprendimientos empresariales idóneos donde se permita renovar la flota vehicular y se plantee un plan de mejora idónea para el transporte público.

### **En el ámbito regional**

En el aspecto regional la Municipalidad Provincial de Cajamarca (2019) ha desarrollado operativos donde se busca establecer el ordenamiento y control y calidad del servicio de transporte, asimismo admite una continuidad y un seguro en las actividades de transporte interprovincial.

En ese aspecto es importante considerar un plan que permita mejorar la calidad del servicio brindado al cliente.

### **En el ámbito institucional**

En el contexto local en la provincia de Chota departamento de Cajamarca existe una variedad de empresas de transporte que se dedican a la prestación del servicio de transporte a las diferentes ciudades de Chota – Chiclayo, Chota – Cajamarca y viceversa, tales como Tours Ángel Divino SAC, Transporte Delgado Rodríguez [TDR], Turismo Atahualpa SRL, Transporte Akunta e Ilucán SA, Transporte Royal Palaces SA, Turismo Diaz SA, Burga Express SRL.

En la actualidad la intervención del Estado a través del Ministerio de Transporte y Comunicaciones [MTC] y con la mejora y asfaltado de la línea vial Chota – Chiclayo, se ha visto que el sector transporte ha evolucionado significativamente, generando una gran oportunidad para su desarrollo económico y administrativo. Esto ha incrementado la necesidad de adquirir nuevas unidades de transporte modernas, con el fin de satisfacer las exigencias del cliente en el transporte interprovincial; es así que el sector transporte interprovincial está desempeñando un papel muy trascendental.

En ese aspecto, la empresa de Transporte Burga Express SRL, es una unidad económica familiar que cuenta con 14 años de experiencia en el mercado local, dedicada al transporte interprovincial de pasajeros, ha demostrado una organización formal y confiable para los clientes, proveedores, trabajadores y comunidad en general; generando un valor para cada uno de sus socios, sin embargo, la empresa Burga Express tiene falencias en seguridad, puntualidad, ausencia de horarios diversos y de un servicio de calidad; así como innovación de infraestructura tecnológica.

Es así que la empresa al no brindar un adecuado servicio a los pasajeros ha generado cierto malestar, porque no brinda las comodidades adecuadas debido a que sus vehículos se encuentran en pésimas condiciones y su personal no se encuentra capacitado para administrar o



promocionar un buen servicio, siendo esto un factor que no permite tener una buena aceptación en el mercado, así como en los ingresos que perciben de forma diaria, semanal y mensual no permiten cubrir los gastos realizados por la empresa. Es en ese sentido, y con la autorización de la gerencia administrativa se precisa desarrollar una evaluación y análisis de la entidad en la que se sugiere una propuesta para mejorar la calidad de atención al cliente.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema principal**

¿De qué manera mejora la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express?

### **1.2.2. Problemas secundarios**

¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express?

¿Qué factores influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express?

¿Qué características debe tener un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.

Identificar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.

Diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.

#### **1.4. Justificación del estudio**

##### **Científica**

El presente trabajo de investigación se sustenta en el uso del método científico, ya que el investigador procedió en función de los objetivos, hipótesis y marco teórico del estudio, siendo este último el que admitió establecer las dimensiones e indicadores mostrados como ítems en el instrumento y que posterior a ello supuso obtener resultados mostrados en la investigación.

Asimismo, la investigación se justifica porque permitió aportar a las teorías existentes en calidad del servicio. De igual manera a contribuir en optimizar los mecanismos de la calidad del servicio a través de un plan de mejora continua, el cual es parte de un conjunto de componentes que inciden de forma directa o indirectamente a la rentabilidad óptima de la empresa.

##### **Institucional**

La investigación se realizó con la finalidad de contribuir a mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa Burga Express y de las empresas de transporte en general. De igual forma permite ahondar en la empresa en un proceso de cambios hacia la calidad y en los servicios que da al cliente. Por otra parte, logra establecer la búsqueda de optimización de procesos y la consecución de metas institucionales dentro de la empresa, así como de su recurso humano que se encuentre en la entidad.

##### **Social**

La presente investigación permite contribuir con la mejora en la calidad de los servicios prestados por las empresas de transporte interprovinciales de pasajeros, de igual manera se buscó con el estudio ser

un elemento de conocimiento a las personas e interesados en conocer sobre un plan de mejora continua en la calidad del servicio.

### **1.5. Limitaciones**

El trabajo tuvo algunas limitaciones ya que ciertos clientes del servicio interprovincial de pasajeros de la empresa de transporte Burga Express no accedieron a participar en la investigación por temor a responder la encuesta aplicada en su momento.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes del estudio**

#### **A nivel internacional**

García (2016) en su investigación “La Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de transporte de pasajeros flota bolívar”. Su objetivo general fue establecer procesos de la gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la cooperativa de transportes de pasajeros Flota Bolívar de la ciudad de Quevedo. La investigación fue descriptiva y la técnica fue la encuesta lo cual es aplicado a 85 trabajadores tanto en el área administrativa y operativa de la empresa. Concluyó que la empresa de transporte de pasajeros flota bolívar no tiene una herramienta de gestión administrativa y una buena estructura organizacional, pues el análisis de la situación actual determinó que si existe liderazgo y posicionamiento en el mercado y la competencia; así mismo, el 100% de los socios de la cooperativa de transporte Flota Bolívar consideran que existen deficiencias en las funciones administrativas por el desconocimiento de la gestión administrativa.

Sánchez (2019) en su investigación “Plan de direccionamiento estratégico y de mercadeo para la empresa PDS Express ubicada en la ciudad de Santiago de Cali Periodo 2019 – 2021”. Su objetivo general fue formular un plan de direccionamiento estratégico y de mercadeo para la empresa PDS Express ubicada en la ciudad Santiago de Cali para el periodo 2019 – 2021. La investigación fue descriptiva y de tipo cualitativo la técnica utilizada fue la observación. Concluyó que la elaboración de un plan estratégico permite a la empresa tener un direccionamiento a corto, mediano y largo plazo, obtener y analizar la información necesaria para poder tomar decisiones acertadas, incorporar una filosofía corporativa que le permita un mejoramiento continuo e innovación constante para mantenerse competitivamente en el mercado; además un plan de mejora contribuye al crecimiento y fortalecimiento de la empresa, convirtiéndola en una

organización sólida y competitiva, con un direccionamiento encaminado al mejoramiento continuo.

Bernal (2018) en su investigación “Propuesta de mejoramiento del proceso de servicio al cliente, en la empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S.”. Su objetivo general fue mejorar los tiempos de respuesta del servicio al cliente en la empresa Genionet Telecomunicaciones. La investigación fue descriptiva con una muestra de 5 trabajadores del área de servicio al cliente; llegó a la conclusión que el área de atención al cliente de la empresa Genionet, se encontraron deficiencias en algunos procesos como: el seguimiento al proceso de atención al cliente, la atención de peticiones, quejas y reclamos, y la medición de la satisfacción del cliente, generando una imagen negativa de la empresa. Al respecto, es importante resaltar que existe en la empresa el compromiso de los empleados del área por mejorar continuamente la calidad del servicio.

### **A nivel nacional**

Linares (2018) en su investigación “Propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al Cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018”. Tuvo como objetivo general diseñar una propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018. Asumió la investigación descriptiva la misma que fue conformada por una muestra de 60 clientes representativos de la empresa, a la cual se le aplicó la técnica de la encuesta y concluyó que la propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al cliente, se fundamenta en los enfoques actuales de la calidad del servicio y la mejora continua. Asimismo, se tomó en cuenta el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente. Las falencias que se buscan mejorar son los limitados espacios donde se brinda el servicio y se realiza la espera de los clientes; la percepción de los clientes es que los colaboradores se muestran demasiado ocupados y no tienen conocimiento para resolver cualquier duda.

Castillo (2016) en su investigación “Programa de mejora continua en la calidad de servicio de la empresa Claro en Distribuidor Autorizado - 2014”. El objetivo general es desarrollar un programa de mejora continua que permita mejorar la calidad de servicio en la empresa Claro de un distribuidor autorizado 2014. La investigación fue descriptiva, la muestra fue de 40 trabajadores a los cuales se aplicó la técnica de la encuesta y concluyó que en la empresa se encontró varios errores por parte del colaborador hacia el cliente y de los cuales se logró mejorar gracias a la aplicación de los talleres; también se realizaron constantes cambios de personal debido a que de estos influye la atención al cliente; se tomó la decisión de brindar mensualmente capacitaciones para obtener una calidad de servicio al cliente; concluyó también que al implementar el programa de mejora, pues con los talleres se logró disminuir la mala calidad del servicio brindado.

Herrera (2017) en su investigación “Mejora de la calidad de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la empresa Olva Courier, Chimbote – 2017”. Su objetivo general fue mejorar la calidad de atención para aumentar la satisfacción al cliente en la empresa Olva Courier – 2017. La investigación fue de tipo pre experimental donde se aplicó las técnicas de encuesta y observación a la muestra que estuvo conformada por clientes interno y externos: los internos fueron 5 trabajadores y un supervisor y los externos fueron 120 clientes. Concluyó que la implementación fue dos temas del cronograma de las capacitaciones donde se mejoró el ánimo y la tranquilidad de los clientes. La propuesta que no se logró implementar fue el de los incentivos por motivos de que el gerente no se encontraba en la empresa y no hubo una reunión con la administradora para aprobar esa propuesta. Por lo tanto, al implementar estas propuestas se logró mejorar el nivel de la calidad de atención y aumentar la satisfacción de los clientes externos.

## **A nivel regional**

Gonzales (2018) en su investigación “Diseño de procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente en el área de Call Center en el Grupo Multiservis, 2017”. Tuvo como objetivo general diseñar los procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente en el área de Call center en el Grupo Multiservis, 2017, la investigación fue no experimental transversal con una muestra de 385 clientes de la empresa para lo cual aplicó como técnicas la observación, entrevista y encuesta. Concluyó que se diseñaron los procesos del área, conformados por los procesos misionales orientado a la calidad del servicio al cliente, operativos por el proceso de servicio de movilidad y de apoyo para la prevención de pérdidas, los mismos que están orientados a mejorar la calidad del servicio al cliente en el área de Call center, debido a que se ha demostrado estadísticamente que existe una correlación positiva muy fuerte.

Piedra (2017) en su investigación “Influencia del ISO 9001: 2008 en la mejora de la calidad de atención y orientación de los usuarios del OSIPTEL, Cajamarca 2016 – 2017”. Tuvo como objetivo general Determinar la influencia del ISO 9001:2008 en la mejora de la calidad de atención y orientación de los usuarios del OSIPTEL – Cajamarca 2016 y primer trimestre del 2017. La investigación fue longitudinal con una muestra de 5 personas encargadas de la atención al cliente para cual aplicó las técnicas de la entrevista y la encuesta. Concluyó que La calidad de atención y orientación de los usuarios es completamente eficiente, ya que se ha podido demostrar en la satisfacción de los mismos gracias al desempeño que el personal realiza, además que, en la investigación, se trató desde el principio, buscar a través de distintos métodos, lo que permitió llegar a la conclusión que la eficiencia de la calidad de atención y orientación de los usuarios. Se pudo observar en documentos, de cómo este proceso mejoró y también se lo observó en la práctica ya que demostró lograr la satisfacción del usuario.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Plan de mejora continúa**

#### **2.2.1.1. Concepto**

Para Camisón, et. al. (2006) refiere que la mejora continua consiste en un proceso que permite la consecución de la mejora de la calidad en cualquier proceso de la organización, la que a su vez supone una metodología para mejorar continuamente y su aplicación resulta muy útil en la gestión de los procesos.

Asimismo, Gutiérrez (2010), indica que la mejora continua es una consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando causas o restricciones, estableciendo nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño.

#### **2.2.1.2. Características**

Cervera (2002), indica que uno de los elementos clave para el éxito en los proyectos o planes para la mejora continua, es la participación activa y creativa de los directivos y colaboradores. En ese aspecto:

Los directivos tienen como misión según Cervera (2002): (1) buscar información sobre los problemas e incidencias; (2) involucrar a las distintas áreas implicadas, en las soluciones y su implantación; (3) trabajando con la mentalidad de la empresa de servicios, donde la flexibilidad y la atención al cliente son primordial; (4) realizando un papel más de liderazgo y apoyo, que de control; estimulando



y motivando a todos los colaboradores y (5) aportando el apoyo técnico y los recursos necesarios.

Por otro lado, según Cervera (2002) los colaboradores deben de participar: (1) ofreciendo la información de los problemas e incidencias a la dirección de la organización; (2) involucrándose de forma activa en aplicación de los planes de mejora; (3) proponiendo continuas propuestas y nuevas sugerencias; (4) participando y colaborando en los círculos de calidad y (5) actuando y jugando un papel activo en los grupos de mejora.

### 2.2.1.3. Componentes

La Secretaria General de Comunicaciones [SGC] del Ministerio de Administración Pública [MAP] (2017) refiere que los componentes del plan de mejora son los siguientes:

- **Objetivos:** Establecen las metas y los resultados que se desean lograr respecto al plan de mejora a ejecutar.
- **Áreas de Mejora:** Las áreas deben ser seleccionadas para incluirlas en el plan de mejora siendo importante analizar el logro de objetivos institucionales, posibilidad de ejecutarlas y su impacto en los resultados de la gestión.
- **Metas:** aspectos a alcanzar en un plazo determinado.
- **Actividades:** Hechos que deben ser llevados a cabo para solucionar las debilidades o mejorarlas.
- **Responsables:** Encargado o encargados de ejecutar las actividades para la mejora de las actividades.
- **Capacidad de ejecución:** Identificado como los recursos materiales, financieros, humanos, tecnológicos, u otros aspectos necesarios para la ejecución de la mejora.

- **Indicadores:** Son aspectos de medida por lo cual se determinará el logro de metas y objetivos, a partir de los resultados esperados pudiendo ser estos cuantitativos o cualitativos.
- **Productos:** establecido como los aspectos concretos a alcanzar como consecuencia de la mejora.
- **Fecha Inicio/Fin:** cada plan establecido en el plan de mejora debe ser enmarcado dentro de una fecha de inicio y una de terminó.
- **Medios de verificación:** enfocado a las herramientas establecidas para determinar el cumplimiento de las acciones e indicadores establecidos como documentos, sistemas, entre otros.

#### 2.2.1.4. Modelo

Cervera (2002) refiere que la mejora continua se basa en una metodología y un diseño que generalmente están estructuradas en las siguientes fases:

- **Fase 1.** Identificación del problema en el proceso decidido y definición del objetivo de la mejora. Es cuando identificamos el problema que sucede dentro una organización para luego tener que realizar una mejora.
- **Fase 2.** Recopilación y análisis de los datos disponibles y de los problemas más frecuentes. Es esta fase es el proceso de la obtención de la información y análisis de los problemas que existe.
- **Fase 3.** Identificación y determinación de las causas profundas del problema. En este caso se busca conocer cuáles son las diferentes causas por lo que se ha realizado este problema.
- **Fase 4.** Identificación de las soluciones y sus alternativas dando preferencias a las soluciones preventivas. Es

cuando establecen soluciones para el problema que se presenta.

- **Fase 5.** Confirmación que el problema y sus causas se han eliminado y se consigue el objetivo de la mejora. En esta fase se puede decir que ya están en un proceso de mejora para las actividades.
- **Fase 6.** Planificación e implementación de la mejor solución aceptada. Es cuando tienen presente de cuál es la mejor solución para desarrollar durante el proceso de mejora continua.
- **Fase 7.** Evaluación de la eficacia y eficiencia del plan de mejora en el proceso escogido. Se realiza una evaluación del plan, lo cual permitirá mejorar los procesos que se ha establecido para tener buenos resultados.

## **2.2.2. Calidad del Servicio al Cliente.**

### **2.2.2.1. Concepto**

Pizzo (2013) señala que la calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente.

Por su parte, Serna (2006) refiere que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

### 2.2.2.2. Características

La Paz (2007) citado por Verdú (2013) indica que los aspectos que deben cumplir las personas que trabajan con usuarios o clientes y que se relacionan con la calidad del servicio son las siguientes:

- **Formalidad:** Este elemento es entendido como la honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.
- **Iniciativa:** factor que es aceptado como el ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición (Crecimiento):** elemento que se define como el sentido de poder mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- **Autodominio:** tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida. Es decir, debes ser capaz de priorizar lo que debes realizar.
- **Disposición de servicio:** factor relacionado a la disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Colaboración:** entendido como el factor en el que el personal le gusta trabajar en equipo permitiendo la consecución de objetivos.
- **Enfoque positivo:** es la capacidad para ver con optimismo las cosas permitiendo ello tener un enfoque constructivo y en los que se busca dar solución a los problemas.
- **Observación:** es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.

- **Habilidad analítica:** este enfoque permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- **Imaginación:** es la capacidad de generar nuevas ideas ofreciendo alternativas para abordar una determinada situación.
- **Recursos:** implica tener un conjunto de habilidades y cualidades como imaginación, capacidad analítica, autocontrol y un enfoque positivo respecto a situaciones delicadas.

### 2.2.2.3. Factores que influyen en la calidad del servicio

Los factores que influyen en la relación cliente entidad de acuerdo Domínguez (2010) se clasifican conforme la situación, en ese aspecto los factores que influyen en la calidad del servicio serán:

#### A. Factor Humano

Uno de los factores que afecta el servicio al cliente es el estado de ánimo de los empleados, cuando tienen problemas familiares o personales y los llevan al lugar de trabajo, perdiendo el entusiasmo por sus labores y se desconcentran fácilmente y los conflictos laborales, el desorden, las actitudes de los clientes o de los prestadores de servicio, ya sean de manera positiva o negativa, y la comunicación inadecuada, provocada por los colegas del trabajo o por los mismos clientes (Domínguez, 2010).

## **B. Factor del Servicio**

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal es decir la formación, la capacitación del personal nos permite a desarrollar técnicas de comunicación y el modo de pensar para tratar con las personas. Los recursos humanos son importantes para las empresas y deben de recibir capacitaciones y tecnología de calidad para poder desarrollar su trabajo y aplicar herramientas, técnicas y estrategias en la gestión empresarial (Domínguez, 2010).

## **C. Factor Administrativo**

El proceso administrativo es una serie de actividades independientes utilizadas por la administración de una organización para el desarrollo de las funciones de planificar, organizar, suministrar el personal y controlar. Si una organización no tiene una base de datos, bitácoras, control del personal, capacitación del mismo, planes de trabajo, un servicio de calidad no estaría en un nivel de excelencia porque se expone el trabajo a una pérdida de datos, de nivel de trabajo, o del mismo orden de labores (Domínguez, 2010).

## **D. Factor Económico**

La actividad económica se encuentra sometida a una gran variedad de movimientos o fluctuaciones. Es decir, hay una multitud de cambios inciertos, no clasificables e imprecisos como los derivados de fenómenos climáticos y de cambios

políticos imprevistos, las características financieras pueden afectar tanto interna como externamente del negocio o la empresa. Así también puede haber variaciones en la economía del cliente causadas por una crisis en el mercado, devaluaciones monetarias, la falta de ingresos o pagos de salarios retrasados o no acordes a lo establecido (Domínguez, 2010).

#### 2.2.2.4. Modelo de SERVQUAL

Parasuraman, et. al. (1988), al igual de otros autores establecieron un instrumento para medir la calidad del servicio en la que se permite cuantificar este aspecto. Este instrumento fue definido como SERVQUAL, el cual permite dar una aproximado por separado de las expectativas y percepciones de los clientes. Este instrumento de escala múltiple presenta un alto nivel de fiabilidad y validez, siendo las empresas las que pueden usarlo para comprender lo anteriormente señalado. Es así que el instrumento a determinado diez determinantes de la calidad del servicio como:

- **Elementos tangibles:** apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- **Fiabilidad.** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.
- **Profesionalidad:** posesión de destrezas requeridas y conocimiento de los mecanismos de servicio.
- **Cortesía:** respeto, atención y amabilidad del personal contratado.

- **Credibilidad:** veracidad, honestidad y creencia del servicio que se provee.
- **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos y dudas.
- **Accesibilidad:** accesible y fácil de contratar.
- **Comunicación:** informar a los clientes de manera oportuna y escuchándolo.
- **Comprensión cliente:** conocer las necesidades del cliente de manera pertinente.

## 2.3. Definición de términos

### 2.3.1. Calidad

La calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo, adecuado a las necesidades del mercado. Para conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio (Deming , 1989).

### 2.3.2. Competencia

La competencia es la posibilidad que tiene un individuo de movilizar, de manera interiorizada, un conjunto integrado de recursos con el fin de resolver una familia de situaciones- problemas (Roegiers, 2007).

### 2.3.3. Control

Control significa vigilar las actividades de los empleados, determinar si la empresa se dirige a la consecución de las metas y tomar las acciones correctivas (Daft, 2010).

### 2.3.4. Cliente

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita para satisfacer sus necesidades y es por eso se crean, producen, fabrican y también comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).



### **2.3.5. Empresa**

La empresa se puede considerar como un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas en la producción, distribución de bienes o servicios (Pallares, et.al, 2005).

### **2.3.6. Estrategia**

La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas (Chandler, 2003).

### **2.3.7. Mejora continua**

La mejora continua es el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado (Kabboul, 1994).

### **2.3.8. Organización**

La organización como la identificación, clasificación de las actividades requeridas, conjunto de actividades para alcanzar objetivos y la asignación de actividades a un administrador con poder de autoridad (Koontz, et. al, 2008).

### **2.3.9. Plan**

El plan es el parámetro técnico y político dentro del cual se enmarcan los programas o proyectos y menciona que un plan presenta lineamiento, prioridades, estrategias de acción, asignación de recursos y conjunto de técnicas (Ander y Aguilar, 2005).

### **2.3.10. Servicio**

El servicio es cualquier actividad o beneficio que una de las partes puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no produce la propiedad de algo. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico (Kotler y Armstrong, 2007)

## 2.4. Hipótesis

### 2.4.1. Hipótesis general

Un plan de mejora continua permitirá establecer una mejor calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express SRL.

### 2.4.2. Hipótesis específica

- El Diagnóstico del estado actual de la empresa mejorara la calidad del servicio al cliente en la empresa Burga Express SRL.
- La Identificación de los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express SRL permitirá el mejoramiento de la misma.
- La Estimación de los resultados admitirá plantear un plan de mejora continua respecto a la calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express SRL.

## 2.5. Variables

### 2.5.1. Definición conceptual de la variable

#### A. Variable independiente: Plan de mejora Continua

La mejora continua es una consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando causas o restricciones, estableciendo nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño (Gutiérrez, 2010).

#### B. Variable dependiente: Calidad del servicio al cliente

La calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y, ofreciéndole, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante

errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente (Pizzo, 2013).

## **2.5.2. Definición operacional de la variable**

### **A. Variable independiente: Plan de mejora continua**

El plan de mejora continua se planteará con la identificación del problema, con la recopilación y análisis de datos, identificación y determinación de las causas, identificación de las soluciones y sus alternativas, planificación y verificación del plan de mejora continua.

### **B. Variable dependiente: Calidad del servicio al cliente**

La calidad del servicio al cliente será medible a través de una encuesta establecido a través de las dimensiones como empatía, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y elementos tangibles.

### 2.5.3. Operacionalización de la variable

**Tabla 1.**

*Operacionalización de la variable plan de mejora continua*

<b>DIMENSIONES</b>	<b>SUBDIMENSIONES</b>
Identificación del problema.	Es cuando identificamos el problema en una organización
Recopilación y análisis de los datos.	La recopilación y análisis de los datos del problema.
Identificación y determinación de las causas	Las causas por lo que se ha realizado el problema.
Identificación de las soluciones y sus alternativas	Establecer soluciones y sus alternativas al problema.
Confirmación que el problema y sus causas se han eliminado.	Se realiza una confirmación del problema eliminado
Planificación.	La planificación de la mejor solución.
Evaluación del plan de mejora.	Evaluación de la eficacia y eficiencia del plan de mejora

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2.

Operacionalización de la variable calidad de servicio.

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	CATEGORÍAS	TÉCNICAS	FUENTE INFORMANTE	ÍTEM
Empatía	Accesibilidad y confianza que tiene los empleados con los clientes.	¿Cómo es la atención individualizada que los empleados de la empresa Burga Express brindan a los clientes?	<b>Cuantitativos</b> <b>Ordinales</b> 0% - 100% <b>Escala</b> Muy mala. Mala. Regular. Buena. Muy buena. Excelente	Encuesta	Cliente	1
Capacidad de respuesta	Disposición y voluntad del personal	¿Cómo es la disposición y voluntad del personal de la empresa para ofrecer un servicio rápido?				2
Seguridad	Profesionalidad y atención	¿Cuál es la profesionalidad y atención de				3

	mostrados por los empleados	los empleados de la empresa Burga Express a los clientes?	
Fiabilidad	Capacidad para ejecutar el servicio	¿Cuál es la habilidad de los empleados para ejecutar el servicio en un tiempo adecuado?	4
Elementos Tangibles	Recursos materiales de la empresa.	¿Cuáles son los equipos que la empresa tiene para brindar el servicio?	5

Fuente. Elaboración propia.

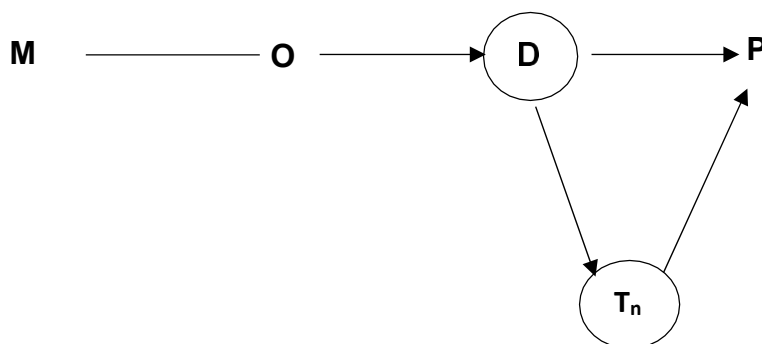
## CAPITULO III. METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y nivel de investigación

El estudio es descriptivo puesto que de acuerdo Arias (2016) se establece en la caracterización de un fenómeno con el fin de conocer su comportamiento, es cuantitativa, porque de acuerdo a Bernal (2010) se establece en la medición de los fenómenos derivado de un marco conceptual, por lo tanto, los resultados del estudio permiten describir el proceso de la calidad en el servicio al cliente, además evaluados y medidos por valores estadísticos.

### 3.2. Descripción del ámbito de la investigación

El diseño de la investigación es la no experimental porque Dzul (2010) indica que se realiza sin manipular las variables, además es propositiva, pues conforme a Tantaleán (2015) busca proponer una solución a un problema, previo diagnóstico y evaluación de un hecho o fenómeno. En ese aspecto, el trabajo es no experimental propositiva, porque no se manipuló ninguna variable y se busca establecer una propuesta de plan de mejora continua. A continuación, se muestra el diseño de la investigación:



**Donde:**

**M:** muestra del estudio.

**O:** Observación.

**D:** diagnóstico.

**Tn:** análisis y fundamentación del estudio.

**P:** propuesta del plan de mejora continúa.

### 3.2.1. Descripción del ámbito de la investigación

El desarrollo de este estudio pretende proponer un plan de mejora de la calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express, ubicado en la provincia de Chota departamento de Cajamarca.

## 3.3. Población y muestra

### 3.3.1. Población.

La población es el conjunto finito o infinito de elementos con características similares para los cuales serán extensivas las conclusiones (Arias, 2016). En ese aspecto la población para el desarrollo del estudio estuvo compuesta por 600 clientes que reciben el servicio de transporte por la empresa Burga Express SRL.

### 3.3.2 Muestra.

La muestra de acuerdo a Arias (2016) es un subconjunto de la población, en ese sentido se establece criterios estadísticos para el cálculo de la muestra, es en este aspecto que el criterio se determinó de la siguiente forma:

$$n = \frac{Nz_a^2 p q}{e^2 x (N - 1) + Z^2 p q}$$

**Donde:**

**n:** muestra.

**N:** total de población.

**p:** proporción esperada.

**q:** (1- p).

**e.:** nivel de error aceptado.



**Z:** nivel de confianza o seguridad.

**Desarrollo:**

$$n = \frac{600 \times 2.24^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (600 - 1) + 2.24^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

**Entonces:**

$$n = 273$$

En ese aspecto la muestra del presente estudio fueron 273 clientes de la entidad seleccionada.

### **3.4. Técnicas e instrumento para la recolección de datos**

#### **3.4.1 Técnica: encuesta.**

La encuesta es una técnica que permite obtener información respecto de estudio o respecto a un tema en particular (Arias, 2016). Por lo que el estudio aplicó esta técnica con la finalidad de obtener información, respecto a la calidad del servicio al cliente que ofrece la empresa de transporte Burga Express en la ciudad de Chota.

#### **3.4.2 Instrumento: Cuestionario.**

El cuestionario es una modalidad de encuesta realizada de forma escrita y que contiene la lista de preguntas (Arias, 2016). En ese aspecto, el cuestionario del presente estudio permitió obtener los datos del estudio.

### **3.5. Validez y confiabilidad del instrumento**

#### **3.5.1. Validez.**

La validez es la prioridad de un instrumento para medir lo que se quiere lograr, es decir permite lograr evaluar un atributo que le interesa al examinador (Ñaupas, et. al, 2018). En ese aspecto el instrumento del estudio será válido por juicio de expertos en ese

aspecto el instrumentó se realizará a través de la validez de expertos.

### 3.5.2. Confiabilidad.

La confiabilidad del instrumento se establece cuando las mediciones hechas no varían significativamente, ni el tiempo, ni en la aplicación en diferentes personas (Ñaupas, et. al, 2018). En ese aspecto la confiabilidad del instrumento se determinó por alfa de Cronbach. En ese sentido, la confiabilidad para el cuestionario de la calidad de servicio fue el siguiente:

**Tabla 3**

*Resumen de procesamiento de datos*

		N	%
Casos	Válido	273	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	273	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 4.**

*Alfa de Cronbach del instrumento calidad del servicio.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.735	10

Fuente. SPSS 26.

### 3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Para la recolección de datos en los clientes de la empresa de transporte Burga Express se solicitará formalmente la autorización para la aplicación del instrumento, y también tener el permiso de cada cliente para que participe en la investigación.

Luego se procederá a la recolección de la información aplicando un cuestionario a cada uno de los clientes de la empresa para este trabajo se

utilizará el programa de Microsoft Excel y SPSS 26. para procesar los datos y obtener los resultados

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

### A. Elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express.

Con la finalidad de establecer la “elaboración de un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express se evaluó la dimensión fiabilidad, cuyo resultado se muestra a continuación:

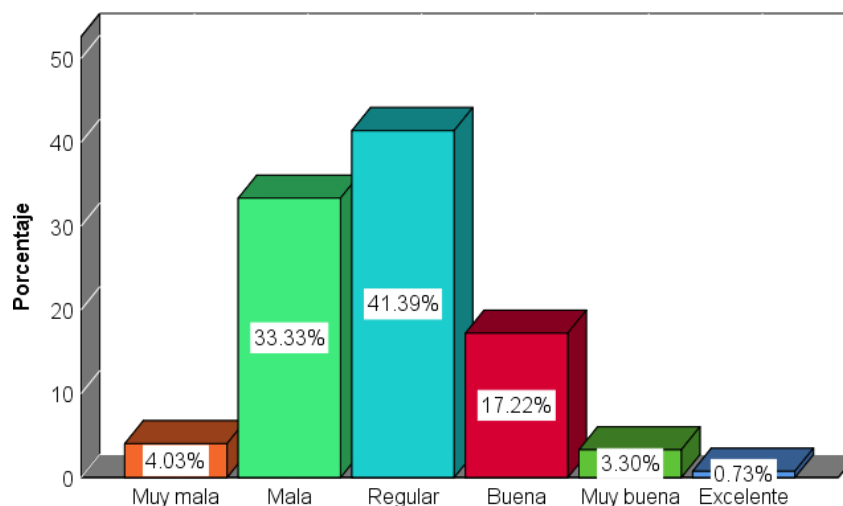
Pregunta 1. ¿Cómo valora la capacidad del personal de la empresa para prestar el servicio correctamente a los clientes?

**Tabla 5.**

*Valora la capacidad del personal de la empresa para brindar el servicio.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	11	4.0	4.0	4.0
Mala	91	33.3	33.3	37.4
Regular	113	41.4	41.4	78.8
Válido Buena	47	17.2	17.2	96.0
Muy buena	9	3.3	3.3	99.3
Excelente	2	0.7	0.7	100.0
Total	273	100.0	100.0	

Fuente. Elaboración propia.



*Figura 1. Valora la capacidad del personal de la empresa para brindar el servicio.*

### Análisis e interpretación

El 4.03% de los clientes encuestados mencionó que el personal de la empresa tiene una muy mala capacidad para brindar el servicio, el 33.33% señaló que es mala, el 41.39% mencionó que es regular, el 17.22% refirió que es buena, el 3.30% muy buena y el 0.73% indicó que la capacidad del personal para brindar el servicio es excelente.

### B. Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.

Para lograr el diagnóstico de la situación actual de la calidad del servicio al cliente se aplicó una encuesta con respuestas en escala de Likert en base a las dimensiones de seguridad y empatía permitiendo obtener la información que se muestra a continuación:

Pregunta 2. ¿Cómo valora la experiencia de los empleados para brindar el servicio?

**Tabla 6.**

*La experiencia de los empleados para brindar el servicio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy mala	14	5.1	5.1	5.1
	Mala	84	30.8	30.8	35.9
	Regular	105	38.5	38.5	74.4
Válido	Buena	52	19.0	19.0	93.4
	Muy buena	16	5.9	5.9	99.3
	Excelente	2	0.7	0.7	100.0
	Total	273	100.0	100.0	

Fuente. Elaboración propia.

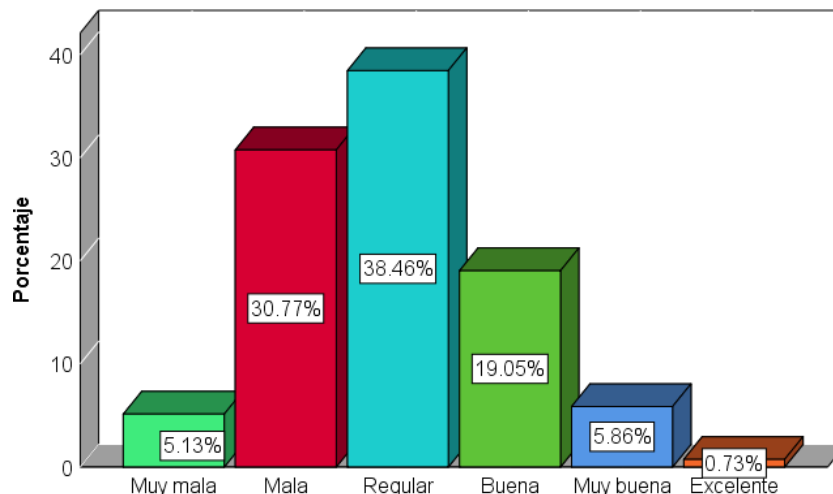


Figura 2. La experiencia de los empleados para brindar el servicio.

### **Análisis e Interpretación**

El 5.13% de los clientes encuestados señaló que la experiencia de los empleados para brindar el servicio es muy mala, el 30.77% refirió que es mala, el 38.46% indicó que es regular, el 19.05% señaló que es buena, el 5.86% indicó que es muy buena y el 0.73% refirió que la experiencia de los empleados para brindar el servicio es excelente.

Pregunta 3. ¿Cómo valora la confianza brindada por los empleados de la empresa de transporte Burga Express cuando adquiere su servicio?

### **Tabla 7.**

*La confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express cuando adquiere el servicio.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	18	6.59	6.59	6.59
Mala	51	18.68	18.68	25.27
Regular	106	38.83	38.83	64.10
Buena	76	27.84	27.84	91.94
Muy buena	15	5.49	5.49	97.44
Excelente	7	2.56	2.56	100.00

Total	273	100.00	100.00
-------	-----	--------	--------

Fuente. Elaboración propia.

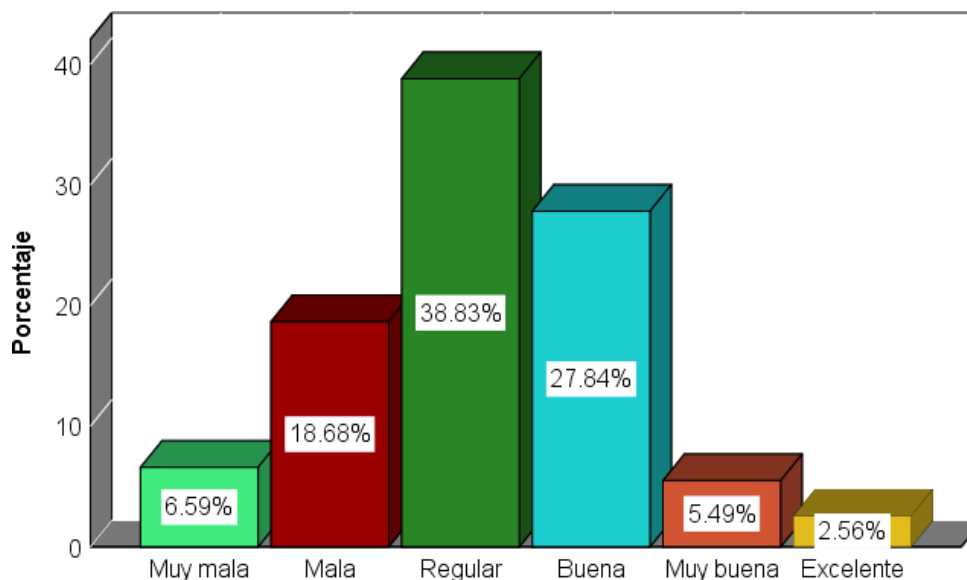


Figura 3. Confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express cuando adquiere el servicio.

### **Análisis e Interpretación**

EL 6.59% de clientes encuestados de la empresa Burga Express indicó que la confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express cuando adquiere el servicio es muy mala, el 18.66% indicó que es mala, el 38.83% de clientes refirió que es regular, el 27.84% indicó que es buena, el 5.49% señaló que es muy buena, y el 2.56% refirió que es excelente la confianza brindada por los empleados de la empresa Burga Express.

### **C. Identificar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.**

Con respecto al segundo objetivo específico y con la finalidad de identificar los factores que influyen en la calidad del servicio se estableció las dimensiones de empatía, capacidad de respuesta, seguridad y elementos tangibles de estos se obtuvo la siguiente información:

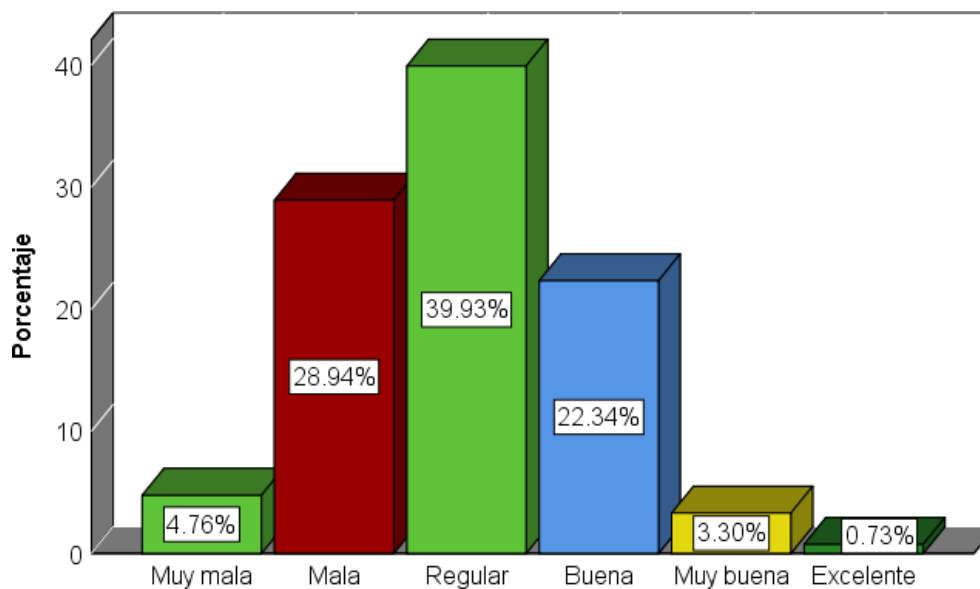
Pregunta 4. ¿Cómo valora la comunicación de los empleados con los clientes?

**Tabla 8.**

*La comunicación de los empleados con los clientes.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	13	4.76	4.76	4.76
Mala	79	28.94	28.94	33.70
Regular	109	39.93	39.93	73.63
Válido Buena	61	22.34	22.34	95.97
Muy buena	9	3.30	3.30	99.27
Excelente	2	0.73	0.73	100.00
Total	273	100.00	100.00	

Fuente. Elaboración propia.



*Figura 4.* La comunicación de los empleados con los clientes.

### **Análisis e Interpretación**

El 4.76% de los clientes encuestados refirió que la comunicación de los empleados es muy mala, el 28.94% refirió que es mala, el 39.93% indicó



que es regular, el 22.34% refirió es buena, el 3.30% señaló que es muy buena y el 0.73% indicó que la comunicación de los empleados es excelente.

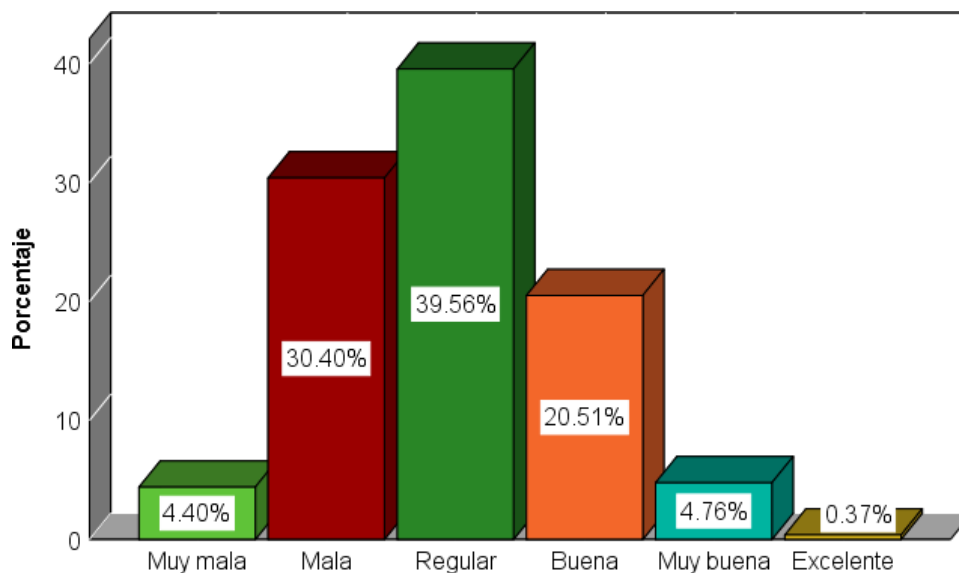
Pregunta 5. ¿Cómo valora la disposición del tiempo de los empleados al momento de atender a los clientes y el brindar el servicio?

**Tabla 9.**

*Disposición de tiempo de los empleados para atender a los clientes.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	12	4.40	4.40	4.40
Mala	83	30.40	30.40	34.80
Regular	108	39.56	39.56	74.36
Válido Buena	56	20.51	20.51	94.87
Muy buena	13	4.76	4.76	99.63
Excelente	1	0.37	0.37	100.00
Total	273	100.00	100.00	

Fuente. Elaboración propia.



*Figura 5.* Disposición de tiempo de los empleados para atender a los clientes.

### Análisis e Interpretación

El 4.40% de clientes encuestados señaló que es muy mala la disposición de los empleados para atender a los clientes, el 30.40% indicó que es mala, el 39.56% refirió que es regular, el 20.51% señaló que es buena, el 4.76% indicó que es muy buena y el 0.37% refirió que es excelente la disposición de tiempo de los empleados para atender a los clientes.

Pregunta 6. ¿Cómo valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades?

**Tabla 10.**

*Valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	12	4.40	4.40	4.40
Mala	80	29.30	29.30	33.70
Regular	99	36.26	36.26	69.96
Válido Buena	64	23.44	23.44	93.41
Muy buena	11	4.03	4.03	97.44
Excelente	7	2.56	2.56	100.00
Total	273	100.00	100.00	

Fuente. Elaboración propia.

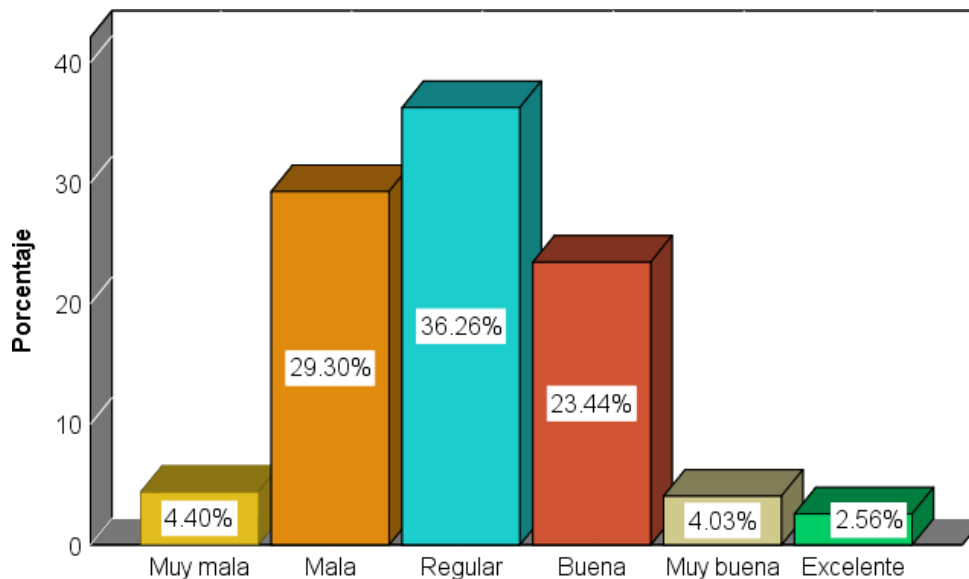


Figura 6. Valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades.

### Análisis e Interpretación

El 4.40% de los clientes encuestados refirió que es muy mala el desarrollo de actividades por parte del personal, el 29.30% refirió que es mala, el 36.26% indicó que es regular, el 23.44% señaló que es buena, el 4.03% refirió que es muy buena y el 2.56% señaló que es excelente el desarrollo de actividades del personal en la empresa.

Pregunta 7. ¿Cómo valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa?

**Tabla 11.**

*Valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	9	3.3	3.3	3.3
Mala	62	22.7	22.7	26.0
Válido Regular	126	46.2	46.2	72.2
Buena	61	22.3	22.3	94.5
Muy buena	12	4.4	4.4	98.9

Excelente	3	1.1	1.1	100.0
Total	273	100.0	100.0	

Fuente. Elaboración propia.

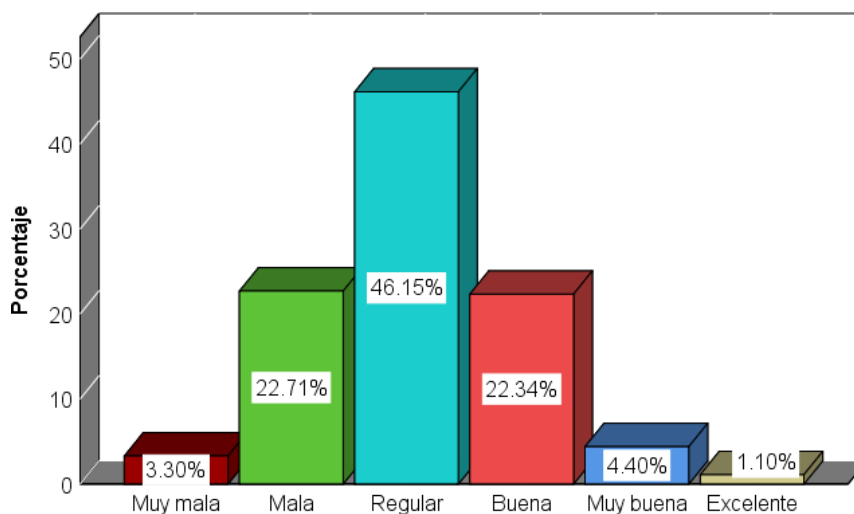


Figura 7. Valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa.

### **Análisis e Interpretación**

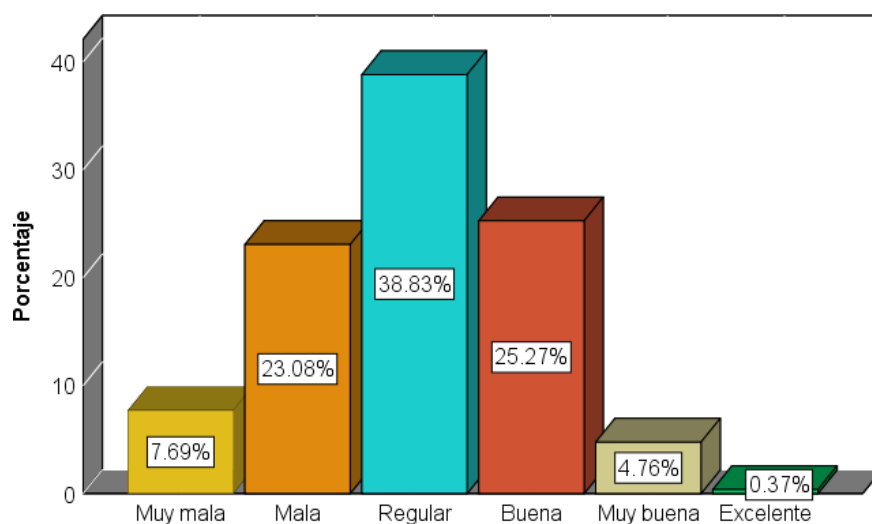
El 3.30% de clientes encuestados refirió que el desempeño de cada trabajador en la empresa es muy mala, el 22.71% indicó que es mala, el 46.15% indicó que es regular, el 22.34% indicó que es buena, el 4.40% indicó que es muy buena y el 1.10% refirió que el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa es excelente.

Pregunta 8. ¿Cómo valora la voluntad que tiene los empleados de la empresa Burga Express en ayudarlo a los clientes?

**Tabla 12.***La voluntad que tiene los empleados de la empresa en ayudar a los clientes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	21	7.69	7.69	7.69
Mala	63	23.08	23.08	30.77
Regular	106	38.83	38.83	69.60
Válido Buena	69	25.27	25.27	94.87
Muy buena	13	4.76	4.76	99.63
Excelente	1	0.37	0.37	100.00
Total	273	100.00	100.00	

Fuente: Elaboración propia.

*Figura 8.* La voluntad que tienen los empleados de la empresa en ayudar a los clientes.**Análisis e Interpretación**

El 7.69% de los clientes encuestados señaló que es muy mala la voluntad que tienen los empleados de la empresa para ayudar a los clientes, el 23.08% indicó que es mala, el 38.83% señaló que es regular, el 25.27% refirió que es buena, el 4.76% indicó que es muy buena y el 0.37% señaló que la voluntad que tiene los empleados de la empresa para ayudar a los clientes es excelente.

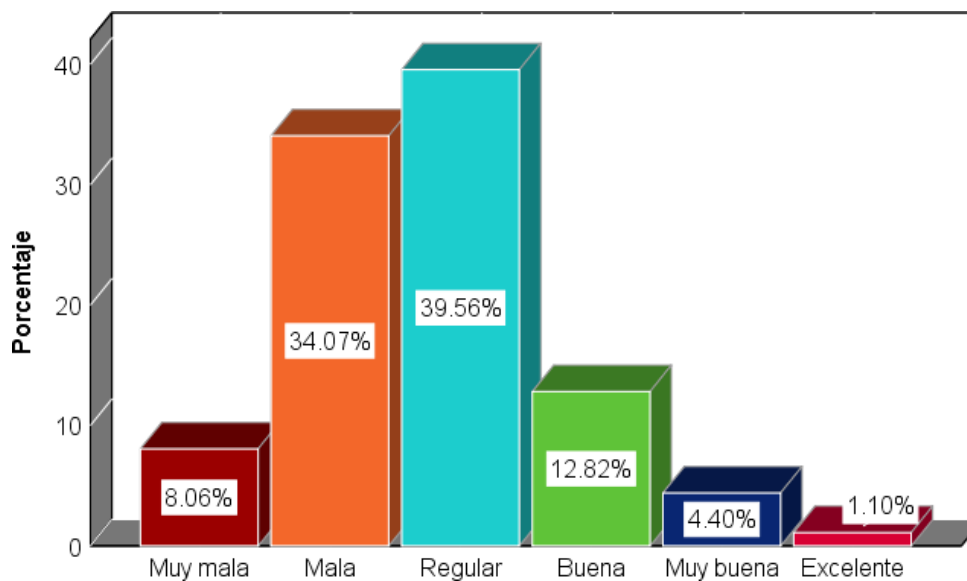
Pregunta 9. ¿Cómo califica la accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa?

**Tabla 13.**

*La accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	22	8.1	8.1	8.1
Mala	93	34.1	34.1	42.1
Regular	108	39.6	39.6	81.7
Válido Buena	35	12.8	12.8	94.5
Muy buena	12	4.4	4.4	98.9
Excelente	3	1.1	1.1	100.0
Total	273	100.0	100.0	

Fuente. Elaboración propia.



*Figura 9. La accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa*

## Análisis e Interpretación

El 8.06% indicó que es muy mala la accesibilidad a los vehículos de la empresa, el 34.07 señaló que es mala, el 39.56% refirió que es regular, el 12.82% indicó que es buena, el 4.40% señaló que es muy buena y el 1.10% indicó que es excelente la accesibilidad a los vehículos que de la empresa.

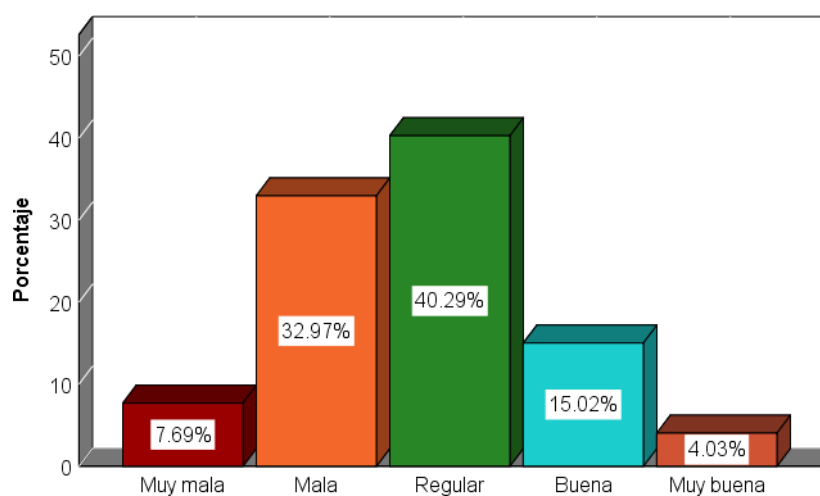
Pregunta 10. ¿Cómo califica a los equipos que tiene los vehículos de la empresa?

**Tabla 14.**

*Los equipos que tienen los vehículos de la empresa Burga Express*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy mala	21	7.7	7.7	7.7
Mala	90	33.0	33.0	40.7
Regular	110	40.3	40.3	81.0
Buena	41	15.0	15.0	96.0
Muy buena	11	4.0	4.0	100.0
Total	273	100.0	100.0	

Fuente. Elaboración propia.



*Figura 10.* Los equipos que tienen los vehículos de la empresa Burga Express.

### **Análisis e Interpretación**

El 7.69% de clientes encuestados refirió que los equipos de los vehículos de la empresa Burga Express son muy malos, el 32.97% indicó que son malos los equipos, el 40.29% señaló que son regulares, 15.02% indicó que son buenos los equipos y el 4.03% indicó que es excelente los equipos que tienen los vehículos de la empresa Burga Express.

#### **D. Diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express.**

Para el objetivo de diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express. Se aplicó un cuestionario, el que permitió identificar que la empresa debe mejorar la capacidad para brindar el servicio, la experiencia de los empleados en brindar el servicio, la confianza de los empleados, la comunicación de los empleados, disposición de los empleados para atender a los clientes, el desarrollo de actividades, el desempeño mostrado, la voluntad de los empleados para ayudar a los clientes, la accesibilidad a los vehículos y los equipos de los vehículos. Por lo tanto, se planteó un plan de mejora continua que mejore la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express SRL.



## CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo general, elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express, se estableció que los clientes en un 33.33% y en un 41.39% tienen una concepción mala y regular de la capacidad del personal para brindar el servicio, esto demuestra que es necesario elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio de la empresa de transportes Burga Express.

Lo señalada se puede contrastar con Sánchez (2019) quien identificó que la elaboración de un plan permite mejorar aspectos como su direccionamiento a corto, mediano y a largo plazo, además admite tomar decisiones acertadas en el que se logre tener una filosofía de mejora continua en que se dé una mejora que contribuya al crecimiento y fortalecimiento de la empresa. Esto se admite a lo señala Camisón, et. al. (2006) quien refiere que la mejora continua es un aspecto que reconoce la mejora de la calidad en cualquier proceso dado en la entidad.

En el primer objetivo específico, diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, se estableció que la situación actual de la calidad del servicio al cliente es regular debido a que el 38.5% y el 38.83% señaló que es regular la experiencia del personal al brindar el servicio y la confianza brindada. Lo identificado concuerda con Bernal (2018) quien identificó que las áreas del servicio al cliente son deficientes en procesos como el seguimiento al cliente, la atención a reclamos y quejas, así como la atención dada a los clientes lo que genera una imagen negativa de empresa, por otro lado Castillo (2016) identificó que son los errores de los colaboradores en la atención los que influye respecto a la percepción del servicio dado en ese aspecto sugiere la implementación de un plan de mejora que permita disminuir la mala calidad del servicio al cliente.

Lo identificado coincide con Cervera (2002) quien indica que para el crecimiento y para el desarrollo continuo de una empresa es necesario tener una participación activa y creativa de los directores y colaboradores. En ese aspecto

son los propietarios o gerentes lo que deben buscar dar soluciones a los problemas y los colaboradores deben participar ofreciendo información de los problemas e incidencias a la dirección de la empresa ya que estos son quienes participan y detectan de una forma precisa los inconvenientes.

En el segundo objetivo específico, identificar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, se estableció que la comunicación es mala y regular en un 28.94% y 39.93%, la disposición del tiempo de los empleados para atender a los clientes es mala en un 30.40% y regular en un 39.56%. Asimismo, el desarrollo de actividades por parte del personal es regular en un 39.26%, así como su desempeño en un 46.15%. Otro punto que afecta también a los empleados es la voluntad de los empleados para ayudar a los clientes ya que esta es regular en un 38.83% y si referimos a las características tangibles es regular en un 39.6% si nos enfocamos a la accesibilidad a los vehículos y de un 40.3% a los equipos de los vehículos. Lo señalado demuestra que la calidad del servicio no es buena por lo que es necesario mejorarlo.

Lo identificado es contrastable con Linares (2018) quien identificó que los enfoques actuales buscan lograr mejorar la calidad del servicio al cliente, además las falencias como los limitados espacios, además la percepción de los clientes es que el personal se encuentra demasiado ocupado para atenderlos y que no tienen tiempo para atenderlos no demostrando conocimientos para resolver cualquier duda. Esto también es contrastable con Gonzales (2018) quien mostró que los procesos de las áreas relacionadas a la calidad del servicio mejoran la calidad del servicio. En este aspecto de acuerdo la Secretaria General de Comunicaciones [SGC] del Ministerio de Administración Pública [MAP] (2017) se debe identificar las áreas a mejorar siendo importante el logro de objetivos

En el tercer objetivo específico, diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, se estableció que los factores y elementos que afectan la calidad del servicio al cliente son la capacidad para brindar el servicio, la confianza de los

empleados, la comunicación de los empleados para atender a los clientes, desarrollo de actividades, el desempeño mostrado, la voluntad de los empleados para ayudar a los clientes, la accesibilidad de los vehículos y los equipos los cuales deben ser mejorados con un plan de mejora enfocado a la calidad del servicio.

Los resultados mostrados se pueden contrastar con Herrera (2017) quien desarrolló la implementación y la propuesta de un plan de mejora bajo un aspecto de mejora progresiva y enfocada en los clientes. Asimismo, se evidenció que esta propuesta logró mejorar el nivel de atención y aumentar la satisfacción de los clientes, esto también concuerda con Pizzo (2013) quien refiere que la calidad del servicio es un hábito desarrollado y practicado en la entidad, ya que se debe interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes al ofrecerles un servicio accesible y confiable.

## CONCLUSIONES

En el objetivo, elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express, se concluye que se debe elaborar un plan de mejora continua ya que los clientes en un 41.39% tienen una percepción regular de la capacidad del personal para brindar un servicio, por lo que es preciso que se lleve este proceso acorde a la realidad de la entidad donde cada uno de estos se enfoquen en mejorar cada uno de los inconvenientes identificados.

Con respecto al objetivo específico, diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio al cliente en la empresa Transporte Burga Express, se concluye que la situación actual del servicio al cliente es regular, debido a que 38.5% indicó que la experiencia del personal el servicio y la confianza brindada es regular, por lo tanto es indispensable que la calidad del servicio se mejore y que estos sean la base para entregar al cliente una mayor confianza y se genere una mejor percepción del servicio que se está brindando.

En base al segundo objetivo específico, identificar los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, se concluye, que los factores que están influyendo a que el cliente tenga una percepción regular del servicio son la ausencia de comunicación, la disposición de tiempo de los empleados en atención al cliente, el desarrollo de actividades, el desempeño dando el servicio, la voluntad en la atención al cliente, los equipos y el acceso a los vehículos.

El tercer objetivo específico, diseñar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transporte Burga Express, se concluye, que respecto a los factores y situación identificada es necesario diseñar un plan para mejorar la calidad del servicio al cliente teniendo en cuenta los aspectos antes señalados, ya que se ha podido determinar que la calidad del servicio es regular a mala siendo necesario que esto cambie.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda al gerente de la empresa Burga Express implementar el plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente, pues este es un elemento indispensable en el crecimiento y desarrollo de la empresa. Además, el plan de mejora continua permitirá tener un mayor control sobre aspectos y factores que afecten la calidad del servicio entregada al cliente.

Se recomienda al gerente que mejore la situación actual identificada con la encuesta aplicada a los clientes, ya que de alguna manera el no entregar un servicio pertinente afecta la rentabilidad de la empresa, asimismo el enfocarse en situaciones o hechos conocidos es un factor que permite establecer mejores precios en que se brinde una mayor satisfacción al cliente y este tenga otra perspectiva hacia la entidad.

Se recomienda al gerente de la empresa que se enfoque en mejorar los factores identificados en la encuesta como tiempo, comunicación, las actividades que se desarrollan, su desempeño, la accesibilidad y los equipos de los vehículos, pues son estos elementos que permiten ser un aspecto fundamental en la calidad del servicio ya que su mejora cambia la perspectiva del cliente y sobre la calidad de servicio que se le entrega, además de permitir crecer en el mercado del transporte interprovincial a nivel regional y local.

Se recomienda al gerente de la empresa que el diseño de un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente permitirá lograr un servicio más eficiente, además admite crecer y reducir las falencias que anteriormente se han detectado, además es fundamental reconocer los procesos a mejorar de forma continua pudiendo optimizar la calidad del servicio en el que se logre un crecimiento y desarrollo de la entidad, además este tendrá un impacto positivo en la misma.

## APORTE CIENTÍFICO

### PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Plan de mejora continúa

#### 1. SÍNTESIS DE LA NECESIDAD IDENTIFICADA

De acuerdo a lo obtenido se ha realizado una síntesis de los factores que se encuentran afectando la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte Burga Express SRL. Además, se identificó que los colaboradores no tienen una comunicación efectiva y también que no le brindan una seguridad y puntualidad en el servicio. En ese sentido, se recomienda a la gerencia aplique estrategias y herramientas que le permitirá tener un mayor mercado potencial para que cumplan con todas las expectativas que los clientes requieren en la actualidad.

#### A. FODA

**Tabla 15**

*FODA de la empresa.*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ubicación estratégica.	Recursos humanos sin cultura hacia la seguridad.
Sistema de información adecuada.	Alto índice de cambios del personal.
Marco legal requerido.	Falta de esmero en la atención al cliente.
Cobertura amplia de seguros.	Ausencia de comunicación con el cliente.
Espacios amplios y apropiados.	Atención más adecuada con el cliente.
Capacidad de endeudamiento.	Disposición del tiempo al cliente.
Unidades de transporte propio	Accesibilidad hacia los vehículos.
Personal calificado.	Falta de equipos más adecuados.
Implantación del Sistema Integral de Riesgos.	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aprovechar la flota para crecer en nuevos mercados provinciales y regionales.	Recesión de la economía por la mala implementación de políticas.
Utilizar sistemas de información, programación de actividades.	Alta competencia en el área.
Consolidar operaciones en el Centro del país.	Aumento de los precios de los pasajes
Mayor y mejor captación de clientes potenciales.	Alto número de competidores.

Fuente. Elaboración propia.

## 2. OBJETIVOS.

### 2.1. GENERAL.

Mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express SRL.

### 2.2. ESPECÍFICOS.

- Mejorar la empatía de los trabajadores
- Mejorar la capacidad de respuesta.
- Mejorar la seguridad.
- Mejorar la fiabilidad del servicio.
- Incrementar los elementos tangibles.

## 3. MARCO LEGAL.

- Ley N° 27181, Ley general de transporte y tránsito terrestre
- Resolución Ministerial N° 908-2017 MTC/01. Aprueban la ficha técnica simplificada – versión 1.0 para el sector transporte y comunicaciones y su correspondiente instructivo.
- Decreto Supremo que modifica el Reglamento Nacional de Administración de Transporte aprobado por el Decreto Supremo N° 017-2009-MTC.

- Decreto Supremo N° 018-2017-MTC. Modifican el Reglamento Nacional de Administración de Transporte aprobado mediante Decreto Supremo N° 017-2009-MTC.
- Resolución Directoral N° 3784-2017-MTC. Aprueba el Formato "Formulario de solicitud de licencia de conducir, con carácter de declaración jurada" a ser empleado para la obtención directa, revalidación y recategorización de licencias de conducir.
- Decreto Supremo que modifica el Reglamento Nacional del Sistema de Emisión de Licencias de Conducir aprobado por Decreto Supremo N° 007-2016-MTC
- Decreto Supremo N° 017-2017-MTC. Modifica el Reglamento Nacional del Sistema de Emisión de Licencias de Conducir aprobado por Decreto Supremo N° 007-2016-MTC.
- Decreto Legislativo N° 1406. Decreto Legislativo que modifica la Ley N° 27181, Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre.
- Decreto Supremo N° 020-2019-MTC. Modifica el Reglamento Nacional del Sistema de Emisión de Licencias de Conducir el Reglamento Nacional de Transporte Terrestre de materiales y Residuos Peligrosos el Reglamento Nacional de Administración de Transporte el Reglamento Nacional de Inspecciones Técnicas Vehiculares y el Reglamento Nacional de Ferrocarriles y dicta otras disposiciones



#### 4. DETALLES DE LA PROPUESTA

**Tabla 16.**

*Detalles de la propuesta para mejorar la calidad de servicio de la empresa Burga Express SRL.*

<b>Plan de mejora continua</b>		Accesibilidad y confianza que tiene los empleados con los clientes.	Disposición y voluntad del personal.	Profesionalidad y atención mostrados por los empleados.	Capacidad para ejecutar el servicio.	Recursos materiales de la empresa.
<b>Calidad del servicio al cliente</b>		Empatía	Capacidad de respuesta	Seguridad	Fiabilidad	Elementos tangibles
Identificación del problema.	Proceso de reconocimiento de inconvenientes en la empresa.	<b>R1</b>				
Recopilación y análisis de los datos.	Proceso de recopilación y análisis de los	<b>R2</b>				

	datos del problema.	
Identificación y determinación de las causas	Las causas por lo que generan el problema.	R3
Identificación de las soluciones y sus alternativas	Establecer soluciones y sus alternativas al problema.	R4
Confirmación del problema eliminado.	Se realiza una confirmación del problema eliminado	R5
Planificación e implementación.	Se realiza una planificación e implementación a la mejor solución.	R6
Evaluación del plan de mejora	Se realiza una evaluación de la	R7

---

eficacia y  
eficiencia del plan  
de mejora

---

Fuente. Elaboración propia.

**R1.** Determinar los problemas que se presenta en la empresa de transporte Burga Express para brindar el servicio al cliente.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Tecnología
- Comunicación
- Capital
- Normativa

**R2.** Determinar de qué manera se realiza la recopilación y análisis de datos del problema en la empresa.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Encuestas
- Entrevistas
- Medios de comunicación
- Programas
- Sistemas de información

**R3.** Determinar las causas del problema que se ha presentado en la empresa para brindar el servicio.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Tiempo
- Control
- Capacitaciones
- Capital
- Tecnología
- Reglamentos.

**R4.** Determinar las soluciones y sus alternativas al problema en la empresa

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Trabajar en equipo
- Capacitaciones
- Tecnología de calidad

- Prestamos
- Nuevos equipos y maquinarias

**R5.** Determinar la confirmación del problema que se ha eliminado en la empresa.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Recursos humanos
- Medios de comunicación
- Reglamentos, leyes, normas
- Competencia

**R6.** Determinar la planificación e implementación para la mejor solución del problema identificado.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, políticos

- Tiempo
- Recursos financieros
- Recursos humanos
- Recursos tecnológicos
- Clima

**R7.** Determinar la evaluación de la eficiencia y eficacia del plan de mejora en la empresa.

**FI:** ¿Cuáles son los factores influyentes? Sociales, económicos, político

- Servicios de capacitaciones
- Control
- Población
- Medios
- Recursos humanos
- Recursos financieros
- Recursos tecnológicos.

## 5. PLAN DE ACTIVIDADES

**Tabla 17.**

*Plan de actividades para mejorar la calidad de servicio de la empresa Burga Express SRL.*

N°	ACTIVIDAD	OBJETIVO	INDICADOR	META	PERÍODO	FUNDAMENTACION	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
1	Es cuando se identifica el problema en una organización.	Determinar los problemas que se presenta en la empresa de transporte Burga Express para brindar el servicio al cliente.	Accesibilidad y confianza que tiene los empleados con los clientes.	El 100% de los problemas.	12 meses	Mediante los casos internacionales, nacionales y regionales que se ha descrito en la realidad problemática y en los antecedentes de nuestra investigación se ha estudiado y nos permite que la información en lo cual tendrá un impacto en la empresa de transporte Burga	Administrador	800
2	La recopilación y análisis de los	Determinar de qué manera se realiza la recopilación y análisis de	Disposición y voluntad del personal.	Al 100% la recopilación y	6 meses	permite que la información en lo cual tendrá un impacto en la empresa de transporte Burga	Administrador	400

	datos del problema.	datos del problema en la empresa.		análisis.		Express para mejorar la calidad del servicio al cliente y así tener nivel de crecimiento en el sector del transporte en el mercado del país,		
<b>3</b>	Las causas por lo que se ha realizado el problema.	Determinar las causas del problema que se ha presentado en la empresa para brindar el servicio.	Profesionalidad y atención mostrados por los empleados.	Al 100% las causas.	3 meses		Administrador	200
<b>4</b>	Establecer y sus alternativas al problema.	Determinar las soluciones y sus alternativas al problema en la empresa.	Capacidad para ejecutar el servicio.	El 100% de las soluciones.	8 meses		Administrador	500

5	Se realiza una confirmación del problema eliminado.	Determinar la confirmación del problema que se ha eliminado en la empresa.	Al 100% los problemas eliminados	2 meses	Administrador	300	
6	Se realiza una planificación e implementación a la mejor solución.	Determinar la planificación e implementación para la mejor solución del problema identificado.	Recursos materiales de la empresa.	Al 100% la planificación e implementación	4 meses	Administrador	600
7	Se realiza una evaluación de la	Determinar la evaluación de la eficiencia y eficacia del	Al 100% la evaluación	6 meses	Administrador	1200	



---

eficacia y plan de mejora	ción
eficiencia en la empresa.	del
del plan de	plan de
mejora	mejora

---

Fuente. Elaboración propia.

## **A. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA**

Es desarrollada por profesionales que tienen los conocimientos, habilidades, técnicas y herramientas que se encargaran de realizar los estudios correspondientes, el cual se da por la falta de comunicación, seguridad, confianza, capacidad de respuesta a los clientes, recursos materiales de la empresa es el caso de la empresa de transporte Burga Express en cuanto a la calidad de servicio al cliente.

## **B. RECOPIACION Y ANALISIS DE LOS DATOS**

Esto le permitirá recopilar toda la información necesaria de la empresa por medio de los trabajadores y también de los clientes de la empresa para lo cual realizar un análisis de los datos extraídos, mediante sistemas operativos.

## **C. CAUSAS DEL PROBLEMA**

En esta etapa se desarrolla las causas que presenta el problema identificado que es lo que ha sucedido para que se lleve a cabo, es decir, no tienen el interés, desempeño, tecnología de calidad para realizar su trabajo correctamente.

## **D. SOLUCIONES Y SUS ALTERNATIVAS AL PROBLEMA**

Es cuando se presenta soluciones y alternativas que no ayudara a resolver el problema que se presenta la empresa para luego desarrollar que técnicas y estrategia se va a utilizar y que métodos se aplicara durante el proceso.

## **E. CONFIRMACION DEL PROBLEMA ELIMINADO**

Es cuando se confirman que el problema que tiene la empresa ya no existe y es muy importante porque le permitirá seguir con sus actividades que se realiza continuamente en el sector de transporte.

**F. PLANIFICACION E IMPLEMENTACION A LA MEJOR SOLUCION**

Nos permitirá realizar una determinada planificación e implementación con las diferentes herramientas, técnicas, estrategias para la solución ya establecida por el equipo de investigación.

**G. EVALUACION DE LA EFICIENCIA Y EFICACIA DEL PLAN DE MEJORA.**

Se realiza una evaluación de la eficiencia y eficacia del plan de mejora que se ha desarrollado para dar solución al problema cuales son los resultados obtenidos si se ha cumplido con todos los requisitos necesarios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ander, E. y Aguilar, M. (2005). *Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales* (18 ed.). Librería Haber.
- Anónimo. (2019, 24 de mayo). *CRUZ DEL SUR refuerza calidad en su servicio de atención al cliente*. Zoom Empresarial: <https://zoomempresarial.pe/2019/05/24/cruz-del-sur-refuerza-calidad-en-su-servicio-de-atencion-al-cliente-2/>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación* (7° ed.). Episteme.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3° ed.). Pearson Educación.
- Bernal, F. (2018). *Propuesta de mejoramiento del proceso de servicio al cliente, en la empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S.* [tesis de pregrado, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional UNIMILITAR. <http://hdl.handle.net/10654/20732>
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (1° ed.). Pearson Educación.
- Castillo, R. (2016). *Programa de mejora continua en la calidad de servicio de la empresa Claro en un distribuidor autorizado – 2014*. [tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Institucional Autónoma. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/359>
- Cervera, J. (2002). *La transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su implantación: un plan sencillo y práctico con ejemplos* (1° ed.). Díaz de Santos.
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise* (2° ed.). Beard Books.
- Daft, R. (2010). *Teoría y diseño organizacional* (10° ed.). Cengage Learning.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la Crisis* (2° ed.). Diaz Santos.

- Domínguez, C. (2010). *Manejo de técnicas de atención al cliente*. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica Plantel Cuernavaca. <https://qdoc.tips/factores-que-afectan-la-relacion-cliente-prestador-de-servicios-pdf-free.html>
- Dzul, M. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Sistema de Universidad Virtual. [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)
- García, M. (2016). *La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de transporte de pasajeros flota Bolívar*. [tesis de pregrado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. Repositorio Institucional UTEQ. <http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/207>
- Gonzales, H. (2018). *Diseño de procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente en el área de Call Center en el grupo Multiservis, 2017*. [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/2391>
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad* (3° ed.). Mc Graw Hill Educación.
- Herrera, F. (2017). *Mejora de la calidad de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la Empresa Olva Courier, Chimbote - 2017*. [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/17068>
- Jiménez, R. (2019, 29 de noviembre). *Transporte público informalidad*. La Ley. <https://laley.pe/art/8889/transporte-publico-e-informalidad>
- Kabboul, F. (1994). *Curso Reingeniería en las empresas de Servicio*. IESA.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2008). *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. Mc Graw - Hill Interamericana.

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica* (11° ed.). Pearson Educación.
- Linares, A. (2018). *Propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al Cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018*. [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31011>
- Machado, J. (2020, 01 de diciembre). *Ocho claves para entender el nuevo sistema de transporte de Quito*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/claves-sistema-transporte-quito-pasajes/>
- Municipalidad Provincial Cajamarca [MPC]. (2019, 14 de marzo). *Municipalidad de Cajamarca fiscaliza servicio de transporte público*. Municipalidad Provincial Cajamarca. <https://www.municaj.gob.pe/noticia.php?ids=3071>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y redacción de la tesis* (5° ed.). Ediciones de la U.
- Ojeda, S. (2020, 18 de diciembre). *La transformación de la logística y el transporte como ejes de la experiencia de cliente*. T21mx. <http://t21.com.mx/opinion/columna-invitada/2020/12/18/2020-transformacion-logistica-transporte-como-ejes-experiencia>
- Pallares, Z., Romero, D. y Herrera, M. (2005). *Hacer empresa: un reto* (4° ed.). Nueva Empresa.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. [https://www.researchgate.net/publication/200827786\\_SERVQUAL\\_A\\_Multiple-item\\_Scale\\_for\\_Measuring\\_Consumer\\_Perceptions\\_of\\_Service\\_Quality](https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality)

- Piedra, J. (2017). *Influencia del ISO 9001: 2008 en la mejora de la calidad de atención y orientación de los usuarios del Osiptel, Cajamarca 2016-2017*. [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/1217>
- Pizzo, M. (29 de agosto de 2013). *Construyendo una definición de calidad en el servicio. Como Servir con Excelencia*: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Revista Viajeros. (2020, 26 de marzo). *Tecnología, el gran aliado de las flotas de transporte, para ser más eficientes*. Obtenido de Viajeros. Líder del sector transporte en España: <https://www.revistaviajeros.com/noticia/12775/tecnologia-el-gran-aliado-de-las-flotas-de-transporte-para-ser-mas-eficientes->
- Rodríguez, L., Chacón, E. y Orozco, E. (2018). Percepción de la calidad del servicio en el sistema de transporte unificado [STU] de Santa Martha, Colombia. *Revista Espacios*, 39(47), 1-14. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p35.pdf>
- Roegiers, X. (2007). *Pedagogía de la Integración: Competencias e integración de los conocimientos en la enseñanza* (2° ed.). Colección IDER [Investigación y Desarrollo Educativo Regional].
- Sánchez, A. (2019). *Plan de direccionamiento estratégico y de mercadeo para la empresa PDS Express ubicada en la ciudad de Santiago de Cali 2019-2021*. [tesis de maestría, Universidad Santiago de Cali]. Repositorio Institucional USC. <https://repository.usc.edu.co/handle/20500.12421/197>
- Secretaría General de Comunicaciones [SGC]. (2017). *Guía para la elaboración e implementación del Plan de Mejora Institucional* (2° ed.). Ministerio de Administración Pública [MAP]. <https://map.gob.do/download/1634/plan-de-mejora-institucional/5235/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf>
- Serna, H. (2006). *Servicio al cliente* (2° ed.). 3R Ediciones.

- Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías [SUTRAN]. (2018, 02 de marzo). *SUTRAN continúa velando por la calidad del servicio de transporte de personas*. SUTRAN: <http://www.sutran.gob.pe/2018/03/sutran-continua-velando-por-la-calidad-del-servicio-de-transporte-de-personas/>
- Tantaléan, R. (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas. *Avances, revista de Investigación Jurídica*, 10(11), 221-236. <http://revistas.upagu.edu.pe/index.php/AV/article/view/133>
- Thompson, I. (2009, 15 de julio). *Definición de Cliente*. Promonegocios: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Verdú, C. (2013, 20 de marzo). *13 características personales para el éxito en la atención al cliente*. Clientelandia. <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>



## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia.

Tabla 18

*Matriz de consistencia de las variables*

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
Elaboración de un Plan De Mejora Continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga Express.	¿De qué manera mejora la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express?	<b>GENERAL</b> Elaborar un plan de mejora continua para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa de Transportes Burga Express.	Un plan de mejora continua permitirá establecer una mejor calidad del servicio al cliente en la empresa de transporte Burga	<b>INDEPENDIENTE</b>          Plan de mejora continua	Identificación del problema.  Recopilación y análisis de los datos.  Identificación y determinación de las causas  Identificación de las soluciones y sus alternativas	<b>Tipo de investigación</b>  Descriptiva  <b>Diseño de la investigación</b>  No experimental – propositiva.	<b>Población</b>  La población para el desarrollo del estudio estuvo compuesta por 600 clientes que reciben el servicio de transporte por la empresa

Express  
SRL.

Confirmación  
que el problema  
y sus causas se  
han eliminado.

Burga Express  
SRL.

### **Muestra**

La muestra del  
presente  
estudio fueron  
273 clientes  
de la entidad  
seleccionada.

Planificación.

Evaluación del  
plan de mejora.

### **ESPECÍFICOS**

Diagnosticar la  
situación actual  
de la calidad del  
servicio al  
cliente en la  
empresa de  
Transporte  
Burga Express.

Identificar los  
factores que  
influyen en la  
calidad del  
servicio al  
cliente en la

### **DEPENDIENTE**

Calidad del  
servicio

Accesibilidad y  
confianza que  
tiene los  
empleados con  
los clientes.

Disposición y  
voluntad del  
personal.

empresa de  
Transporte  
Burga Express.

Diseñar un plan  
de mejora  
continua para  
mejorar la  
calidad del  
servicio al  
cliente en la  
empresa de  
Transporte  
Burga Express.

Profesionalidad y  
atención  
mostrados por  
los empleados

Capacidad para  
ejecutar el  
servicio

Recursos  
materiales de la  
empresa.

---

Fuente. Elaboración propia

**Anexo 2. Cuestionario.****CUESTIONARIO****PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA  
DE TRANSPORTE BURGA EXPRESS**

**INSTRUCCIONES:** A continuación, se le presenta una serie de preguntas y lea detenidamente de acuerdo a su criterio y marque con una (x) la respuesta que considere que es la opción más adecuada.

1. Sexo:
  - a) Masculino
  - b) Femenino
  
2. Edad:
  - a) 20 a 25 años
  - b) 25 a 30 años
  - c) 30 a 35 años
  - d) 35 a 40 años
  - e) 40 a 45 años
  - f) 45 años a más
  
3. ¿Cómo valora la confianza brindada por los empleados de la empresa de transporte BURGA EXPRESS cuando adquiere su servicio?
  1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular
  5. Mala
  6. Muy mala
  
4. ¿Cómo valora la comunicación de los empleados con los clientes?
  1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular

5. Mala
  6. Muy mala
5. ¿Cómo valora la disposición del tiempo de los empleados al momento de atender a los clientes y el brindar el servicio?
1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular
  5. Mala
  6. Muy mala
6. ¿Cómo valora la voluntad que tiene los empleados de la empresa BURGA EXPRESS en ayudar a los clientes?
1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular
  5. Mala
  6. Muy mala
7. ¿Cómo valora al personal de la empresa en el desarrollo de sus actividades?
1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular
  5. Mala
  6. Muy mala
8. ¿Cómo valora la experiencia de los empleados para brindar el servicio?
1. Excelente
  2. Muy buena
  3. Buena
  4. Regular
  5. Mala

6. Muy mala
9. ¿Cómo valora la capacidad del personal de la empresa para prestar el servicio correctamente a los clientes?
    1. Excelente
    2. Muy buena
    3. Buena
    4. Regular
    5. Mala
    6. Muy mala
10. ¿Cómo valora el desempeño de cada trabajador dentro de la empresa?
    1. Excelente
    2. Muy buena
    3. Buena
    4. Regular
    5. Mala
    6. Muy mala
11. ¿Cómo califica la accesibilidad a los vehículos que cuenta la empresa?
    1. Excelente
    2. Muy buena
    3. Buena
    4. Regular
    5. Mala
    6. Muy mala
12. ¿Cómo califica a los equipos que tiene los vehículos de la empresa?
    1. Excelente
    2. Muy buena
    3. Buena
    4. Regular
    5. Mala
    6. Muy mala

### Anexo 3. Tablas y gráficos anexas.

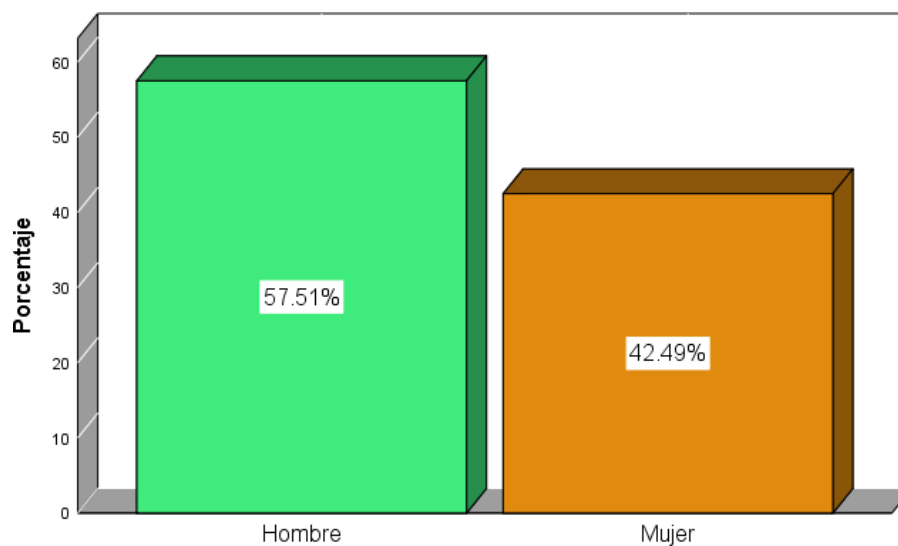
Indicador: sexo

**Tabla 19.**

*Total de clientes según el sexo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Hombre	157	57.51	57.5	57.5
Válido	Mujer	116	42.49	42.5	100.0
	Total	273	100.00	100.0	

Fuente: Elaboración propia



*Figura 11. Total de clientes según el sexo.*

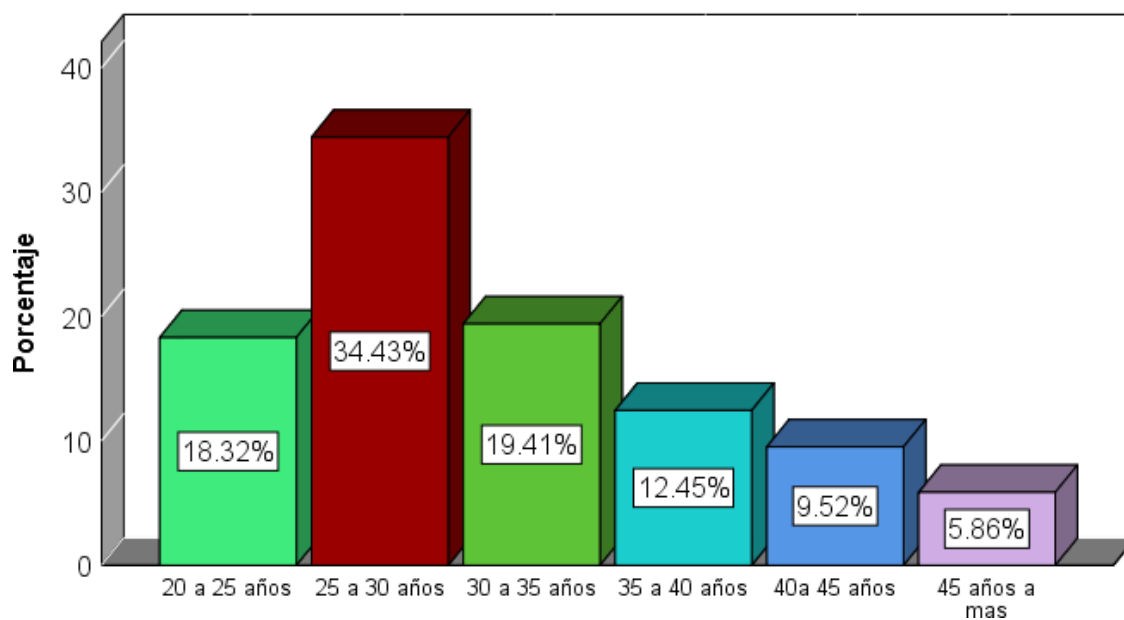
**Indicador:** Edad

**Tabla 20.**

*Número de clientes según la edad.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20 a 25 años	50	18.32	18.32	18.32
25 a 30 años	94	34.43	34.43	52.75
30 a 35 años	53	19.41	19.41	72.16
Válido 35 a 40 años	34	12.45	12.45	84.62
40a 45 años	26	9.52	9.52	94.14
45 años a mas	16	5.86	5.86	100.00
Total	273	100.00	100.00	

Fuente: Elaboración propia.



*Figura 12.* Número de clientes según la edad.