



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

TESIS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO Y TURISMO
REAL SAC, CUSCO – SICUANI, 2016”**

**PRESENTADO POR:
MAMANI TINTAYA ZENOVIA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

ABANCAY, PERÚ

2017

DEDICATORIA

Este trabajo de Tesis va dedicado en primer lugar a mis padres y hermanos por ser las personas más amorosas conmigo, a mis queridos padrinos quienes han velado por mí durante este arduo camino para convertirme en una profesional.

Al sr. Anselmo a pesar de la distancia física, siento que él está conmigo siempre, a mi mamita Elena por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi novio Nestor, por su amor, por su paciencia, por apoyarme en cada una de mis decisiones y por haberme empujado hacia la culminación de esta Tesis quien representa mi gran esfuerzo. A todas las personas que me quieren les dedico este trabajo con mucho amor y cariño.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por mis padres gracias por estar siempre a nuestro lado. Ustedes mis padres son lo más bello que Dios ha puesto en mi camino y por quienes estoy inmensamente agradecida.

Agradezco en especial a mi padrino Gerónimo y Jacinta quienes son parte fundamental de mi vida, gracias a su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera Universitaria, por compartir momentos de alegría y tristeza y demostrarme que siempre poder contar con ustedes, Agradezco también por permitirme hacer realidad este trabajo de investigación de la familia Expreso y Turismo Real.

Agradezco también a mi persona favorito Nestor, que durante estos años de carrera ha sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar, gracias por su amor incondicional por su apoyo, comprensión en los momentos más difíciles me enseñó a seguir adelante.

RECONOCIMIENTO

Reconocimiento especial a esta prestigiosa Universidad Alas Peruanas la cual abrió sus puertas a jóvenes, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

De igual forma docentes que conforman la plana docente de la universidad Alas Peruanas, de la sede cusco a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza.

RESUMEN

La investigación que se ha desarrollado, tuvo como objetivo principal, determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada de Sicuani - Cusco del año 2016.

La investigación fue del tipo básica pura, el nivel de investigación fue explicativo y correlacional y el diseño de investigación considerado fue descriptivo correlacional. La población de estudio fue de 250 Usuarios que más frecuentan en el uso del servicio de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada de Sicuani – Cusco. Para recoger la información se ha utilizado el cuestionario que previamente fue sometido al juicio de expertos y a la prueba de confiabilidad estadística.

Los resultados que fueron procesados estadísticamente, demuestran que se ha obtenido una correlación moderada entre la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada de Sicuani - Cusco. El coeficiente obtenido fue de 0,504 y en la escala de Spearman significa correlación moderada, vale decir que la calidad de servicio si se relaciona significativamente con la rentabilidad.

Palabras clave: Calidad de servicio y rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine how the quality of service is related to the profitability of the Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real Closed Company of Sicuani-Cusco of the year 2016.

The research was of the pure basic type, the level of investigation was explanatory and correlational, and the research design considered was descriptive correlational. The study population was 250 Users that most frequent in the use of the service of the Express Transport and Real Tourism Company Closed Company of Sicuani - Cusco. To collect the information, the questionnaire was used, which was previously submitted to expert judgment and to the statistical reliability test.

The results that were processed statistically show a moderate correlation between the quality of service and the profitability of the Empresa de Transportes Expreso and Turismo Real Closed Company. Of Sicuani-Cusco. The coefficient obtained was 0.504 and in the Spearman scale it means moderate correlation, meaning that the quality of service if it is significantly related to the profitability.

Key words: Quality of service and profitability.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
.INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.....	14
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	14
1.2 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
1.2.1 Delimitación espacial.....	22
1.2.2 Delimitación social.....	22
1.2.3 Delimitación temporal	22
1.2.4 Delimitación conceptual	22
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	22
1.3.1 Problema principal	22
1.3.2 Problemas secundarios.....	23
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.4.1 Objetivo general	23
1.4.2 Objetivos específicos.....	23
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	24
1.5.1 Hipótesis general.....	24
1.5.2 Hipótesis secundarias	24
1.5.3 Variables de la investigación.....	25

1.6	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.6.1	Tipo y nivel de investigación.....	27
1.6.2	Método y diseño de la investigación	28
1.6.3	Población y muestra de la investigación	29
1.6.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
1.6.5	Justificación, importancia y limitación de la investigación.....	30
CAPÍTULO II.....		32
MARCO TEÓRICO.....		32
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.1.1	Antecedentes Internacionales	32
2.1.2	Antecedentes Nacionales	36
2.2	BASES TEÓRICAS.....	38
2.2.1	Calidad de Servicio	38
2.2.2	Modelo SERVQUAL.....	40
2.2.3	Tangibles: Apariencia de las instalaciones Físicas, Equipos, Personal y Materiales de Comunicación. Afirmaciones para analizar.....	40
2.2.4	Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el Servicio Prometido de forma fiable y cuidadosa. Afirmaciones para analizar:.....	40
2.2.4.1	Capacidad de Respuesta: Disposición y Voluntad de los Empleados para ayudar el Cliente y Proporcionar el Servicio. Afirmaciones para analizar:.....	41
2.2.4.2	Seguridad:	41
2.2.4.3	Empatía: Atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores. Afirmaciones para analizar:	42
2.2.4.4	Accesibilidad	43
2.2.4.5	Credibilidad	44
2.2.4.6	Rentabilidad	46
2.2.5	Ingresos	47
2.2.6	Gastos	48
2.2.7	Activo Fijo	49
2.2.8	Activo Disponible	50

2.2.9 Activo Exigible.....	51
2.2.10 Activo Realizable	51
2.2.11 Activo Inmovilizado	52
2.2.12 Planificación Financiera	52
2.2.13 Pasivo.....	53
2.2.14 Patrimonio	53
CAPITULO III	55
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	55
3.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS	55
3.2 TABLAS DE CONTINGENCIA.....	64
3.3 MEDIDAS DE CORRELACIÓN	78
3.4 PRUEBA DE HIPÓTESIS HIPÓTESIS GENERAL	85
3.5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS	92
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXOS	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- CONFIABILIDAD	56
Tabla 2.- Seguridad	57
Tabla 3.- Accesibilidad	58
Tabla 4.- Credibilidad.....	59
Tabla 5.- Cortesía.....	60
Tabla 6.- Tangibilidad	61
Tabla 7.- Calidad de servicio	62
Tabla 8.- Rentabilidad	63
Tabla 9.- Confiabilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	64
Tabla 10.- Seguridad*Rentabilidad tabulación cruzada	66
Tabla 11.- Accesibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	68
Tabla 12.- Credibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	70
Tabla 13.- Cortesía*Rentabilidad tabulación cruzada	72
Tabla 14.- Tabla 14.- Tangibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	74
Tabla 15.- Calidad de servicio*Rentabilidad tabulación cruzada	76
Tabla 16.- Correlación entre confiabilidad y rentabilidad.....	78
Tabla 17.- Correlación entre Seguridad y Rentabilidad	79
Tabla 18.- Correlación entre Accesibilidad y Rentabilidad.....	80
Tabla 19.- Correlación entre Credibilidad y Rentabilidad	81
Tabla 20.- Correlación entre la Cortesía y la Rentabilidad.....	82
Tabla 21.- Correlación entre Tangibilidad y Rentabilidad.....	83
Tabla 22.- Correlación entre La calidad de servicio y la Rentabilidad	84
Tabla 23.- Prueba de chi-cuadrado Hipótesis general.....	85
Tabla 24.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 1	86
Tabla 25.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 2.....	87
Tabla 26.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 3.....	88
Tabla 27.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 4.....	89
Tabla 28.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 5.....	90
Tabla 29.- Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 6.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Confiabilidad	56
Figura 2.- Seguridad	57
Figura 3.- Accesibilidad	58
Figura 4.- Credibilidad	59
Figura 5.- Cortesía	60
Figura 6.- Tangibilidad.....	61
Figura 7.- Calidad de servicio.....	62
Figura 8.- Rentabilidad	63
Figura 9.- Confiabilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	64
Figura 10.- Seguridad*Rentabilidad tabulación cruzada	66
Figura 11.- Accesibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	68
Figura 12.- Credibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada.....	70
Figura 13.- Cortesía*Rentabilidad tabulación cruzada.....	72
Figura 14.- Tangibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada	74
Figura 15.- Calidad de servicio*Rentabilidad tabulación cruzada	76
Figura 16.- Correlación entre confiabilidad y rentabilidad	78
Figura 17.- Correlación entre Seguridad y Rentabilidad.....	79
Figura 18.- Correlación entre Accesibilidad y Rentabilidad.....	80
Figura 19.- Correlación entre Credibilidad y Rentabilidad	81
Figura 20.- Correlación entre la Cortesía y la Rentabilidad	82
Figura 21.- Correlación entre Tangibilidad y Rentabilidad	83
Figura 22.- Correlación entre La calidad de servicio y la Rentabilidad	84

.INTRODUCCIÓN

Actualmente el transporte vía terrestre, constituye un problema, debido a que se percibe una deficiente regulación en lo que concierne calidad de servicio; sin embargo esta problemática está sujeta a la rentabilidad que las empresas deberían obtener con la finalidad de mejorar la infraestructura donde se atiende el servicio, modernizar las unidades vehiculares e implementar con equipos tanto para las unidades móviles como para la atención al usuario que solicita la prestación de servicio de transporte.

Existen varios factores que determinan una buena rentabilidad en la empresa, lo que permitiría mejorar las condiciones de la empresa, producto de una buena ganancia, entre ellos se tiene la confiabilidad del cliente, la seguridad, la accesibilidad, la credibilidad, la cortesía y la tangibilidad.

Esta inquietud permitió formular el trabajo de investigación que se ha planteado sobre “Calidad de Servicio y la Rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada, Cusco - Sicuani, 2016 - 2017”.

La investigación consta de tres capítulos:

En el **Capítulo I**, se considera el planteamiento metodológico, dentro de este capítulo se tuvo en cuenta la descripción de la realidad problemática, la delimitación de la investigación, la formulación del problema, los objetivos, las hipótesis, la variable de estudio, la operacionalización, el nivel de investigación, el método de investigación, la población, la muestra, la técnica, los instrumentos, y la justificación de la investigación.

En el **Capítulo II**, se hace referencia al marco teórico que sirve como soporte de la investigación, que es extraída de fuente primaria y secundaria de trabajos de investigación que han sido redactadas, o de información que fueron extraídos de fuentes documentales. Además, se ha recurrido a definiciones de conceptos que

proviene de autores cuya información ha sido estandarizada, cada una de estas investigaciones constituye o da un valor científico. Considerándose en este capítulo los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos.

En el **Capítulo III**, se hace mención a los resultados, análisis e interpretación de resultados, la prueba de hipótesis y la discusión de resultados. Finalmente se presentan las conclusiones y las recomendaciones del caso.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

El crecimiento económico mundial, convirtiéndose en una actividad primordial desde el punto de vista, cultural, económico y social, debido a que el transporte las contribuye al intercambio de relaciones sociales. La demanda del servicio de transporte masivo de pasajeros, tanto a nivel local, nacional e internacional, es una actividad que generan mayores flujos de ingresos en efectivo, que permite el desarrollo sostenible y rentabilidad; al mismo tiempo admiten solventar financieramente en la economía de la empresa u organización. El desgaste de las unidades de transporte que deben ser renovadas cada tres años y para resguardar estos activos mediante el uso razonable de los recursos materiales en observancia de los grados de eficiencia, eficacia y economía, en el mundo empresarial.

La importancia de esta actividad en el país radica en la gran oferta y demanda de servicios relacionados al transporte en donde para incrementar la rentabilidad de las empresas se ven en la necesidad de

aplicar estrategias y procedimientos contables, que permitirán maximizar la

producción de servicios y la calidad de atención lo que originará un incremento en la preferencia de los usuarios, lo que se verá reflejado en la rentabilidad de la empresa que incrementen métodos y técnicas contables para el desarrollo organizacional de las mismas.

Gallegos (2013) en su tesis: "Proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de Transportación interprovincial Análisis de Ruta Guayaquil – Vinces", cuyo objetivo es cambiar la mentalidad de los transportistas que consideran que la satisfacción de los pasajeros no es importante y que no afecta sus ganancias. En ese estudio se demostró que optimizar el servicio prestado e implantar innovaciones en la atención al público no es un costo irrecuperable sino, por el contrario, es una inversión que aumentará las ganancias en el corto plazo, ya que los usuarios preferirán usar un transporte donde se sientan más cómodos y seguros.

Mendoza (2012) en su tesis: "Calidad De Servicio y Rentabilidad De La Empresa De Transportes Turísticos SAMENI S.R.L. periodos 2011-2012", donde se realizó el estudio de la calidad de servicio en función de sus componentes, con la finalidad de conocer el grado actual de calidad, y su incidencia en la rentabilidad de los períodos 2011-2012. Para así proponer medidas que disminuyan las deficiencias económicas, que se registran en la empresa. La presencia de personal no capacitado, genera un bajo nivel de calidad en el servicio de transporte en la empresa SAMENI, siendo ésta demostrada, mediante el análisis de sus componentes tales como: grado de instrucción, capacitación, conocimiento de calidad de servicio. De este análisis realizado al personal un 29% conoce el tema de calidad de servicio, resultando un 71% carente de conocimientos, por lo que existe falta de capacitación al personal. El nivel de calidad de servicio que presenta la empresa es considerada de bajo nivel, ya que según los clientes un 50.43% se encuentra disconforme, 29.86% considera regular el

servicio y un 6.71% se encuentra muy disconforme, mostrando así que más de la mitad de los clientes no están conformes con la calidad del servicio, dejando así de lado los estándares de calidad. Referente a la rentabilidad obtenida en los Períodos 2011 y 2012, es regular ya que de un nivel bajo con un promedio de 3.48% aumento para el siguiente periodo en un 11.04%, mostrando así una leve mejora en la rentabilidad de la empresa Finalmente se sugiere una propuesta de alternativas, dirigida a mejorar la calidad de servicio en la empresa con la finalidad de incrementar la rentabilidad.

Núñez, Munizaga, & Gschwender (2010) en su artículo: “Cálculo de Indicadores de Calidad de Servicio del Sistema de Transporte Público en Santiago a Partir de Datos Pasivos de la Universidad de Chile”, calcularon indicadores de calidad de servicio para el sistema de transporte público de la ciudad de Santiago. Luego de desarrollar criterios para filtrar viajes anómalos (que representan menos del 10% de los viajes estimados) se definen indicadores de calidad de servicio. Los resultados obtenidos son bastante prometedores, ya que se logra obtener indicadores útiles para la planificación con mucha precisión y bajo costo. Esto permite pensar que los métodos tradicionales de medición pueden ser complementados y en algunos casos reemplazados por estas nuevas fuentes de información.

La gran cantidad de demanda que esto significa acompañada con la oferta que es reducida para satisfacer las necesidades de la población, tienen como consecuencia que el servicio de transporte no sea adecuado desde el punto de vista de calidad de servicio además de no contar con políticas contables adecuadas que les permitirán ordenar y sistematizar el procedimiento contable que podrá generar en un futuro complicaciones con la administración tributaria entre otros.

El desarrollo urbano y movilidad en América Latina, que actualmente una gran

cantidad de pequeñas empresas dedicadas al servicio de transporte de pasajeros afrontan serias dificultades en el área de tesorería que requiere un control adecuado de los ingresos y egresos esto se debe a que no cuentan con el personal adecuado y calificado en este tipo de empresas y requieren de un control minucioso y detallado.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual 2006, (Indecopi) en un artículo de su página web: “Análisis del mercado de transporte interprovincial de pasajeros en época de fiestas patrias, con Enfoque en la protección al consumidor”, es recurrente que durante los feriados largos o festividades, como Fiestas Patrias, muchas personas aprovechen la ocasión para realizar diversas actividades; entre ellas viajar. Por ello, en estas fechas se suele observar un incremento significativo del turismo interno del país. El medio de transporte más empleado para viajar internamente suele ser el transporte terrestre interprovincial debido a su conveniencia y accesibilidad. Sin embargo, en estas fechas las empresas de transporte terrestre parecieran aprovechar la ocasión para incrementar de manera significativa el precio de los pasajes internos ante el incremento puntual de la demanda, encareciendo onerosamente la decisión de viaje para las personas. En este sentido, el presente observatorio de mercado busca brindar información a los consumidores sobre la magnitud del incremento de los pasajes conforme la decisión de compra se hace cercana al feriado largo. La base de información de precios que se presenta a continuación corresponde a la salida de algunas empresas de transporte terrestre interprovincial (buses) desde Lima Metropolitana hacia destinos como Ica, Trujillo, Huancayo, Piura, Chimbote, Huaraz, Arequipa y Cusco

Estos cinco destinos explican el 65,55% de los lugares a los cuales se dirigen los turistas limeños en fiestas patrias. Asimismo, de este grupo de principales destinos,

los turistas de nivel socioeconómico alto viajarían con mayor frecuencia a Ica (20,00%), seguido del departamento de Lima (17,14%) y Piura (14,29%); los turistas pertenecientes al nivel socioeconómico medio viajarían, principalmente, dentro del departamento de Lima (30,00%) y Junín (16,67%); mientras que, los turistas del nivel socioeconómico bajo viajarían, en una mayor proporción, dentro del departamento de Lima (40,96%) e Ica (9,64%).

Es deber de la Administración Pública verificar que los transportistas cumplan con los estándares de calidad en la prestación del servicio. No se trata sólo de acreditar esta situación en el momento de solicitar la autorización respectiva, sino de cumplir con la calidad de la prestación durante el ejercicio de la misma. Para ello, el control por parte de la Administración debe ser intenso y permanente. Si bien existen acciones de

fiscalización en los terminales de transporte terrestre, en especial en aquellos ubicados en la periferia de las ciudades, en los cuales se ubican las empresas de transporte “económicas”, así como en las carreteras al interior del territorio nacional, dichas actividades no han logrado solucionar eficazmente los problemas del transporte terrestre. Para que ello ocurra es necesario que la Administración tome en cuenta los principales motivos que generan una baja calidad en la prestación del servicio con el fin de establecer medidas de vigilancia que recaigan específicamente en esos factores.

En el Perú se ha avanzado en esta perspectiva con la creación de la Superintendencia de Transporte Terrestre de personas, carga y mercancías (SUTRAN), en junio del año 2009. Ésta tiene a su cargo “normar, supervisar, fiscalizar y sancionar las actividades del transporte de personas, carga y mercancías en los ámbitos nacional e internacional y las actividades vinculadas con el transporte de

mercancías en el ámbito nacional”.

Superintendencia de Transporte Terrestre de personas, carga y mercancías (SUTRAN) es un órgano técnico especializado adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, cuyo objetivo principal es la regulación de las actividades de transporte terrestre en todo el territorio nacional, a fin de que los transportistas cumplan con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico y, de esta manera, satisfagan el interés general que subyace en esta actividad económica, respetando los derechos fundamentales de los usuarios. Esta organización debe reflejar la vocación del Estado para intervenir en el sector de transporte terrestre con mano firme; para ello, debe ser una Administración Pública inflexible, que gestione las actividades de control sobre los transportistas con eficiencia en aras del interés general.

Transporte Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada tiene como objetivo de asumir el reto de vencer las barreras físicas de nuestro territorio, para llegar a los sitios más distantes. Pero también hacerlo de forma rápida y la vez segura, y brindando la máxima comodidad a aquellos que nos distinguen con su elección. Porque para nosotros, el pasajero es lo esencial, y ningún esfuerzo es demasiado para garantizarle el mejor servicio posible. Y acorde con este principio, pone a su disposición los mejores precios del mercado.

Transporte Expreso y Turismo Real Sociedad Anónima Cerrada nace hace ya 10 años atrás en la ciudad de Sicuani – Canchis – Cusco, donde comenzó brindando servicio interprovincial tratando de ofrecer una alternativa que significa el menor costo posible para el usuario sin desmerecer la calidad de servicio en ninguno de sus aspectos es así que hasta ahora la empresa Real llega a expandir ya las rutas más importantes de nuestro Perú.

De acuerdo a la investigación realizada a dicha empresa hemos encontrado una

serie de dificultades y/o problemas que está surgiendo dentro de la empresa en cuanto al servicio que ofrece a la colectividad de la población en esta ocasión para realizar mi trabajo de investigación he tocado específicamente sobre la calidad de Servicio y cómo se relaciona con la rentabilidad.

Se ha visto que el personal encargado en diferentes áreas no están siendo capacitados o asesorados por la empresa, ya que la cortesía y la atención al cliente es como un sistema de seguridad y veracidad el contacto con los usuarios que esté interesada en lo que ofrecemos va depender de cuan bien lo tratemos y cuan útiles le seamos a cada uno. El personal que atiende en la venta de pasajes no tiene la suficiente capacidad de ofrecer o atender con cortesía, amabilidad y respeto al usuario esto refleja mucho en su rentabilidad de la empresa si existiera una buena atención al usuario su rentabilidad sería mucho mejor, y que estos problemas deberían ser superados y controlados oportunamente.

No solamente en el área de venta de pasajes se tiene que exigir la atención con cortesía al usuario también los conductores y ayudantes quienes son los directos en ofrecer el servicio al usuario ellos deberían ser los más capacitados dar un buen imagen de la empresa, identificándose con el uniformen de la empresa y su identidad personal (fotocheck) esto también conlleva una garantía de seguridad para los usuarios que están tomando el servicio por primera vez, esto hará que el usuario en la próxima vez vuelva a tomar el mismo servicio o quizás recomiende a sus amigos o familiares

Otro de los problemas que existe es con la puntualidad en los horarios de salida del bus se vende con un horario de salida pero ellos siempre tiende hacer retrasar media hora u cuarenta minutos entonces el usuario pierde la confianza de que también llegue a la hora indicada a su destino, otro de las dificultades que tiene la

empresa mencionada es con la entrega de sus encomiendas en la oficina de entrega no lo abren a la hora indicada cuando tienen un horario establecido por la empresa.

Uno de los problemas que también está surgiendo dentro de la empresa es con la infraestructura del vehículo, al momento de ofrecer el servicio por parte del personal de ventas del pasaje ofrecen que es un bus nuevo, que cuenta con toda la infraestructura totalmente operativo, ofrecen cargadores de celular, wifi, mantas de viaje y otros servicios que existe dentro de la unidad vehicular. El usuario al momento usar el servicio de la empresa no encuentra en su totalidad todo lo que ofrecieron al momento de vender su boleto, entonces se lleva una mala impresión y/o experiencia.

La empresa no cuenta con un inmueble adecuado para recepción de equipajes y/o encomiendas del usuario no hay un espacio adecuado dentro de este inmueble para resguardar las mismas encomiendas corren un riesgo de robo o ser cambiados por los equipajes de los pasajeros que están utilizando el servicio de la empresa hasta el momento de abordar al bus y también cada pasajero debe llevar sus equipajes al bus donde está estacionado la empresa no cuenta con un personal estibador de equipajes y acomodar a la bodega.

Otro de los problemas que hemos visto es al momento de abordar al bus los conductores o el copiloto que está encargado no está revisando adecuadamente al pasajero que está viajando su boleto de viaje con su Documento Nacional de Identidad (DNI), pasaporte debe coincidir el nombre con los apellidos y numero de identidad, y también no se está filmando a los pasajeros con una filmadora propio de la empresa si no cada conductor utiliza su propio celular para filmar, lo otro también es con los detectores de metal a veces no lo cargan la batería y no están dando el uso adecuado. Sobre que este control es exigido por la superintendencia de transporte terrestre de personas es un órgano público.

Por tanto, la preocupación es primordial y que debe ser solucionado en corto plazo, para seguir efectuando diversas operaciones en la empresa. Por ello se sugiere al dueño de la empresa que debe contratar un profesional que tenga conocimientos en el área de capacitación y parte de su administración de la empresa y también debe implementar un sistema de software para llevar mejor su control.

Por las razones expuestas, hemos considerado que es de gran importancia el desarrollo de la presente investigación.

1.2 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Delimitación espacial

Se trabajó en Perú, en el departamento del Cusco, provincia de Canchis, distrito de Sicuani, donde se cuenta con acceso a la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real SAC., el cual es motivo de estudio del presente trabajo de investigación.

1.2.2 Delimitación social

El contexto social está referido a los pasajeros que utilizan el servicio de transporte terrestre.

1.2.3 Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación fue desarrollado con la información recogida del año 2016.

1.2.4 Delimitación conceptual

Se utilizó trabajos de investigación referidos al tema que nos permitieron conocer de mejor manera la calidad del servicio y la rentabilidad que proporcionan las empresas de transporte.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Problema principal

¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la

Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real

S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?

1.3.2 Problemas secundarios

- ¿En qué medida se relaciona la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?
- ¿En qué medida se relaciona la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?
- ¿En qué medida se relaciona la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani -Cusco del año 2016?
- ¿En qué medida se relaciona la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?
- ¿En qué medida se relaciona la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?
- ¿En qué medida se relaciona la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real

S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar en qué medida se relaciona la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco

del año 2016.

– Determinar en qué medida se relaciona la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

– Determinar en qué medida se relaciona la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

– Determinar en qué medida se relaciona la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

– Determinar en qué medida se relaciona la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

– Determinar en qué medida se relaciona la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Hipótesis general

La calidad de servicio se relaciona moderadamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

1.5.2 Hipótesis secundarias

– Existe una relación moderadamente entre la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

- Existe una relación moderadamente entre la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.
- Existe una relación moderadamente entre la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.
- Existe una relación moderadamente entre la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.
- Existe una relación moderadamente entre la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.
- Existe una relación moderadamente entre la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.

1.5.3 Variables de la investigación

a) Definición conceptual

Calidad de servicio

Riveros (2007) indica. “Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido el cliente” (p.120).

Rentabilidad

Slywotzky (2003) indica. “La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados” (p.95).

b) Definición Operacional

Las variables fuentes de financiamiento y crecimiento empresarial, se midieron a partir de las preguntas del instrumento que se realizaron en base a los indicadores de las dimensiones que corresponde a cada variable de estudio.

Las valoraciones para cada ítem, indican respuesta a nivel de apreciación sobre cada dimensión de estudio y cada variable de estudio.

Los resultados obtenidos fueron debidamente analizados e interpretados, según el objetivo general y los objetivos específicos.

c) Operacionalización de variables

VARIABLES	BASE TEÓRICA	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Calidad de servicio	Riveros (2007) indica. “Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido el cliente” (p.120).	Confiabilidad	Horarios	Cuestionario
			Velocidad	
		Seguridad	Normas de tránsito	
			Accesorios	
		Accesibilidad	Precios	
			Horarios	
		Credibilidad	Reconocimiento	
			Recomendación	
		Cortesía	Imagen	
			Apariencia	
Tangibilidad	Infraestructura			
	Mantenimiento			
Rentabilidad	Slywotzky (2003) indica. “La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados” (p.95).	Signos de rentabilidad	Infraestructura	Cuestionario
			Unidades vehiculares	
			Equipamiento	

1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Tipo y nivel de investigación

Carrasco, (2009), Sergio carrasco 2009, docente investigador de la Universidad Mayor de San Marcos, manifiesta que algunos autores como Carlos Barriga (2007) y Luis Piscocoya (2005), docentes investigadores también de la universidad antes citada, consideran hasta cuatro tipos de investigación: Investigación Básica e Investigación Aplicada, así como Investigación Sustantiva e Investigación Tecnológica.

a) Tipo de investigación

Básica Pura: es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la

realidad. Su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos o para la actualización de información de los cambios que estas puedan tener.

b) Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo y correlacional, explicativo porque está orientada al descubrimiento de las causas o consecuencias o las condiciones la situación problemática.

Correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular, Hernández Sampieri sexta edición, Metodología de la Investigación (2015)

1.6.2 Método y diseño de la investigación

a) Métodos de investigación

El método de investigación que se ha considerado fue el hipotético deductivo, esto debido a que se partió de una hipótesis como respuesta anticipada a la problemática que posteriormente fue probada a través de la estadística inferencial. Deductivo porque se tomaron en cuenta aspectos generales como los aportes teóricos que se tienen de distintos autores, y de resultados de investigaciones previas que se hicieron sobre las variables de estudio que también se aborda en nuestra investigación. Cada uno de estos aspectos permitió particularizar aspectos puntuales que se han considerado en los objetivos de la investigación y que finalmente se abordaron a manera de conclusiones de la investigación.

b) Diseño de la investigación

Según las denominaciones y clasificaciones efectuadas por muchos expertos, el diseño de la investigación es descriptivo correlacional. Descriptivo porque describe la

realidad sin modificar las variables existentes y correlacional porque medirá el nivel de correlación entre variables.

1.6.3 Población y muestra de la investigación

a) Población

La población del presente trabajo estuvo constituida por 250 pasajeros que utilizan con mucha frecuencia el servicio de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, de la ciudad de Sicuani.

b) Muestra

La muestra se determinó de modo probabilístico por conveniencia, fue un total de 152 pasajeros que utilizan con mucha frecuencia los servicios de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, de la ciudad de Sicuani.

$$\frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

Z = 1,96 para un nivel de confianza del 95 %

P = 0,5

Q = 0,5

N = Tamaño de la población

E = Error igual al 5 % = 0,05

n = 152 Usuarios.

1.6.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a) Técnicas

La técnica que se ha utilizado para recoger los datos, fue la encuesta.

b) Instrumentos

Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario para las dos variables de estudio.

La primera variable estuvo compuesto por 30 preguntas, de los cuales para cada dimensión se han considerado cinco preguntas, con alternativas de tipo ordinal: Siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2), nunca (1).

Para la segunda variable se han considerado tres preguntas de apreciación respecto a la rentabilidad de la empresa, los indicadores fueron el mejoramiento de la infraestructura, el incremento de unidades vehiculares y la implementación con equipos pertinentes para la atención al cliente.

Los resultados para ambas variables fueron categorizados con una valoración de muy bueno (5), bueno (4), regular (3), malo (2), muy malo (1).

El instrumento previamente fue sometido a una prueba de validación de expertos y una prueba de confiabilidad estadística. En ambos casos los resultados fueron favorables para poder realizar la aplicación del instrumento a las unidades de estudio.

En los resultados obtenidos, se tuvo un coeficiente de 0,87 para la primera variable y un 0,91 para la segunda variable. Este resultado en la escala de Alfa de Cronbach, se considera de alta confiabilidad.

1.6.5 Justificación, importancia y limitación de la investigación

a) Justificación

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación permitirá conocer las implicancias de la calidad de servicio y su influencia en la rentabilidad de la empresa de transportes, para ello aplicaremos los conceptos relacionados con la calidad de servicio.

Justificación practica

El presente trabajo de investigación servirá para que la empresa pueda implementar con un sistema de gestión que ayude a sobrellevar de mejor manera las transacciones comerciales, el cual les permitirá ser una herramienta clave para la

toma de decisiones que ayudaran al crecimiento de brindar un buen servicio.

Justificación metodológica

El presente trabajo de investigación servirá como guía para determinar cuál es la calidad de servicio y la rentabilidad de la empresa transporte Expreso y Turismo Real de la ciudad del Cusco-Sicuani para el año 2016.

b) Importancia

En la ciudad del cusco por ser un lugar con un gran índice de movimiento comercial, surge maneras más frecuentes de llegadas de diferentes empresas de transportes, que ofertan sus servicios, en este sentido la población del Cusco tiene una gran opción al momento de elegir en que empresa puedan viajar cómodamente, por tal motivo es importante conocer los mecanismos que implementan estas empresas de transporte, con el fin de captar nuevos clientes brindándoles un servicio adecuado.

c) Limitación

Falta de cooperación de los encuestados para suministrar información. Resuelta mediante la explicación que la presente investigación solo se utilizara con fines académicos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Rojas (2011), realizo la investigación: Evaluación de la calidad del servicio de transportes a personas en la ciudad de Puerto Montt, en la Universidad Austral de Chile.

Como objetivo principal de este trabajo de investigación fue evaluar la calidad del servicio de transporte a personas en la ciudad de Puerto Montt.

La parte Metodológica de este trabajo de Investigación para la recolección de información primaria utilizaremos encuestas, las cuales se llevaran a cabo en nuestro universo el cual es la ciudad de Puerto Montt, estas encuestas serán de un tipo descriptiva con una población de un 90% y con un 0.06 de error para esto tenemos acotadas cada una de las zonas, alta posee un número de población acotada 1.240, zona media posee una número de población acotada 516 y la zona baja posee un número de población acotada 1.640

La conclusión de este trabajo de investigación es un servicio de transporte privado,

sin embargo, esta característica no certifica que sea un servicio que posea eficiencia, calidad y una atención grata hacia los clientes. Siendo este un servicio fundamental dentro de la sociedad para el desarrollo cotidiano de las diversas actividades que realizan las personas.

La evolución de la calidad del sistema de transporte de personas es un aspecto fundamental a evaluar, ya que este es un servicio y por ende para lograr que se obtenga una alta demanda es necesario que la atención que entregan los trabajadores a los clientes satisfaga las necesidades reales de estos, es decir cumplir con las expectativas de los consumidores en donde los tiempo respuesta, la atención de las operadoras y conductores son relevantes en la toma de decisión del cliente al momento de solicitar este servicio, el estudio de las diversas variables permitirá implementar algún programa de mejoramiento continuo del servicio de transporte de personas. Esto se encuentra en base al valor agregado que puede entregar cada una de las empresas que conforman la industria.

Valencia Ríos (2012) en su trabajo denominado: Propuesta para Fortalecer la Calidad del Servicio al Usuario en la Empresa de Transporte Público Síquima Express S.A con base en la Implementación de un plan de Marketing a partir de junio del año 2012.

Su objetivo general es “Utilizar el modelo de plan de marketing de Philip Kotler y Gary Armstrong para proponer el fortalecimiento de la calidad del servicio al usuario de la empresa de transporte público Síquima Express S.A. a partir de junio del año 2012” como Tipo de Investigación es analítica-descriptiva porque busca detallar características, actitudes predominantes de los usuarios frente a su opinión relacionada a la calidad del servicio, las preferencias y su aceptación dentro del mercado y detectar las oportunidades que pueden beneficiar la empresa y las

amenazas que debe evitar la misma. Tipo muestreo no probabilístico.

Concluye en Implementar un plan de marketing dirigido a fortalecer la calidad del servicio de la empresa es poner en función todos los lineamientos de una cultura organizacional enfocada al servicio y a conocer de fondo las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que la empresa tiene para poder tomar decisiones en pro al beneficio, no solo de sus dueños sino de una población que durante años sufrió por la necesidad de transportarse en un medio que estuviera a disposición de ellos y no ellos a disposición del servicio como paso durante tantos años para estas regiones, donde los únicos vehículos provenían únicamente de Bogotá y solo cumplían con una ruta diaria.

Aceves (2014) en sus tesis “Calidad y Rentabilidad en el Transporte público de Guadalajara” de la Universidad de Guadalajara

El objetivo de esta investigación es: determinar y cuantificar la relación existente entre calidad y rentabilidad en el sistema de camiones de Guadalajara, utilizando para esto una definición completa de calidad que logre integrar varios aspectos de la misma.

La parte metodología es cuantitativo se realiza por medio de un modelo econométrico de regresión lineal sobre una muestra de sección cruzada para 140 rutas de camiones de pasajeros en Guadalajara. La idea intuitiva del modelo es que la variable dependiente sean los beneficios (utilidades) de las rutas de camión, mientras que las variables explicativas sean tanto variables demográficas como variables de calidad de la ruta. Las variables demográficas están geo-referenciadas al recorrido de cada ruta analizada.

Como conclusión principal a la que llega este estudio, después de encontrar que sí existe un efecto positivo, aunque marginal, entre algunas variables de calidad sobre

la rentabilidad (por ejemplo, seguridad) y que existen otras variables de calidad que presentan un efecto negativo contrario al esperado (por ejemplo, la percepción del usuario), es que el servicio de camiones de pasajeros es rentable en el corto plazo, independientemente de que el nivel de calidad ofrecido sea alto o bajo. Esto es debido a que el transporte público es un bien de primera necesidad y existe un mercado cautivo que no cuenta con alternativas de bienes sustitutos en el corto plazo.

Ludeña (2012) realizó el trabajo de investigación: Incremento de rentabilidad en la empresa "El Carrete", en la Universidad Central de Ecuador.

El objetivo principal es mejorar la rentabilidad de la empresa EL CARRETE, desarrollando políticas y estrategias apropiadas en función de las necesidades de la empresa, con el fin de alcanzar su desarrollo y mejorar su ubicación en el mercado.

El método que empleamos en nuestra investigación es el método inductivo o también llamado método científico ya que hemos obtenido conclusiones generales a partir de premisas particulares a través del conocimiento desde la observación de hechos de la realidad realizando análisis de lo observado logrando establecer definiciones claras, pues en el sentido del proceso investigativo es plantear de forma clara el problema de la empresa y comprobar nuestras hipótesis empleando las técnicas de entrevistas muestrales, fichas de investigación, talleres con la finalidad de consolidar el carácter objetivo de los resultados.

Uno de sus Conclusiones se identificó las fortalezas y oportunidades que se deben aprovechar al máximo para contribuir con el desarrollo de la empresa eliminando las debilidades y amenazas. El estudio de mercado contribuyó a identificar el lugar para que inicie su actividad económica la nueva sucursal permitiendo que los consumidores finales o al por mayor puedan acceder fácilmente a adquirir los productos que ellos requieran. Así, el factor cercanía al mercado, fue el más importante

en la elección de la localización.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Villalobos (2013), en sus tesis de investigación: Influencia del Sistema de control Interno del Área de Compras de la Rentabilidad de la Empresa Autonort Trujillo, de la Universidad Privada Antenor Orrego.

De este trabajo de investigación como su objetivo general es determinar la influencia del sistema de control interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa Autonort Trujillo S.A. durante el año 2012. La investigación es de carácter: No experimental pues las variables serán observadas pero no manipuladas. Explicativa pues se busca determinar el efecto que tiene la variable explicativa sobre la variable explicada. Muestra de está conformado por 16 colaboradores del área de compras de repuestos y vehículos de la empresa Autonort Trujillo S.A

Como Conclusión tenemos, proponer mejoras en el sistema de control interno operativo del área de compras de la empresa comercializadora de vehículos Autonort Trujillo S.A., se optó por proponer políticas que dinamicen la información administrativa y económica-financiera en forma oportuna, correcta y confiable, como apoyo a la administración en la toma de decisiones y rendición de cuentas de la gestión de cada responsable, y así cumplir con los objetivos de la empresa.”

Urquiza (2015), en su trabajo de investigación: Formalización del Régimen Laboral y Tributario para Mejorar la Rentabilidad de la Empresa de Transportes San Pedro de Mala S.A.C, de la Universidad Autónoma del Perú del año 2015 Objetivo General: Determinar de qué manera la propuesta de formalización del Régimen Laboral – Tributario mejorará la rentabilidad de la empresa San Pedro de Mala SAC. La presente proyecto de investigación es de tipo explicativo y descriptivo bajo el paradigma cuantitativo. Porque permite medir las variables en este caso la

informalidad y el desarrollo desigual de la empresa San Pedro de Mala mediante el análisis de cuadros estadísticos. Con un diseño de investigación no experimental transversal, la muestra está constituida por 45 personas entre trabajadores y clientes.

Llegando a una conclusión de que la encuesta dirigida a los trabajadores y clientes de la empresa de transportes SAN PEDRO DE MALA SAC muestran que el 60% de los encuestados responden que los clientes están ocasionalmente conforme con los servicios que brinda la empresa, mientras que un 40% de los entrevistados dicen que solo están regularmente conforme con los servicios que brinda la empresa, debido a la informalidad con la que opera la empresa.

Flores (2014), en su tesis: La Gestión Logística y su Influencia en la Rentabilidad de las Empresas Especialistas en Implementación de Campamentos para el Sector Minero en Lima Metropolitana, de la Universidad San Martín de Porras.

El objetivo general de este trabajo de investigación es determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana. Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico es “descriptivo”. De acuerdo a la naturaleza del estudio que se ha planteado, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una “investigación aplicada” centrándose en un “nivel descriptivo”.

Conclusiones:

La gestión de compras y abastecimiento en un porcentaje razonable de empresas es deficiente porque no logran identificar con claridad los procesos y se recurre a la improvisación ocasionando que los usuarios reporten requerimientos innecesarios y sin sustento influyendo negativamente en la rentabilidad económica.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Calidad de Servicio

Según la Revista de Olivera Duque, (2005), el concepto de la calidad de servicio en la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio. La principal hace referencia a qué es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor. La investigación en el área se ha centrado básicamente en calidad y satisfacción; el valor es el concepto con más bajo nivel de estudio hasta el momento. Grönroos (2001) reconoce que la línea que separa las evaluaciones de la calidad de las otras tendencias de evaluación de experiencias de servicio no está muy bien definida. Para los propósitos de este trabajo se tomará únicamente el concepto de calidad.

La Real Academia Española define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Esta definición establece dos elementos importantes en su estudio. Primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella.

Adicionalmente encontramos las siguientes definiciones:

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).

La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos (Juran, 1990): 1) La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. 2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

De manera sintética, calidad significa calidad del producto. Más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc. (Ishikawa, 1986).

La calidad de servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad, (cortesía, oportunidad o rapidez en la entrega, de un producto o servicio libre de defectos al momento de la entrega, precio justo, etc.), evaluados por los clientes en relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Por tanto, “un servicio de calidad no es solo “ajustarse a las especificaciones”, como a veces se le define, sino más bien ajustarse a las especificaciones del cliente.

La calidad de servicio es tanto realidad como percepción: los juicios que emite el cliente sobre la calidad de servicio depende de cómo perciben los clientes la realización del servicio en contraste con sus expectativas. Según esto la calidad de servicio, desde la óptica de las percepciones de los clientes puede ser definido como calidad percibida, la cual equivale a la amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones, pudiéndose complementar este concepto con la siguiente relación.

Calidad percibida: es lo que piensa el cliente de la calidad del servicio que se le ha prestado. Es una medida de la satisfacción del cliente con la calidad que se recibe. Son sus percepciones

Calidad real: es el nivel real de calidad suministrada al cliente. Es la calidad vista por la organización que presta el servicio.

Calidad esperada: es la calidad que el cliente supone que va a recibir cuando compra un servicio. Son sus expectativas.

2.2.2 Modelo SERVQUAL

León (2011), define:

La calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma un cliente valora negativamente (positivamente) la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores (superiores) a las expectativas que tenía. Por ello, las compañías de servicios en las que uno de sus objetivos es la diferenciación mediante un servicio de la calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes”.

Las declaraciones, para efectos de medición, se consideraron como lo más importante para el análisis del servicio al cliente (modelo SERVQUAL modificado), estas fueron:

2.2.3 Tangibles: Apariencia de las instalaciones Físicas, Equipos, Personal y Materiales de Comunicación. Afirmaciones para analizar

- La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna.
- Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas.
- Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.
- Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos y fáciles de entender.

2.2.4 Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el Servicio Prometido de forma fiable y cuidadosa. Afirmaciones para analizar:

- Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- Cuando un cliente tiene problema la empresa muestra un sincero interés en

solucionarlo.

- La empresa realiza bien el servicio desde la primera vez.
- La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido.
- La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores.

2.2.4.1 Capacidad de Respuesta: Disposición y Voluntad de los

Empleados para ayudar el Cliente y Proporcionar el Servicio.

Afirmaciones para analizar:

- Los empleados comunican a los clientes cuando inicia y concluirá la realización del servicio.
- Los empleados de la empresa ofrecen una respuesta rápida a sus clientes.
- Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.
- Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.

2.2.4.2 Seguridad:

Conocimiento y Atención mostrados por los Empleados y sus Habilidades para inspirar Credibilidad y Confianza. Afirmaciones para analizar:

- El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes.
- Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa de servicios.
- Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes.
- Los empleados son suficientemente competentes para responder a los requerimientos de los clientes.

2.2.4.3 Empatía: Atención individualizada que ofrecen las empresas a los consumidores. Afirmaciones para analizar:

- La empresa de servicios da a sus clientes una atención individualizada.
- La empresa de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.
- La empresa de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
- La empresa de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
- La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes.

Actualmente, a través de la cortesía se trata de que las personas logren una convivencia armónica y pacífica, demostrando su afecto y amabilidad de modo sutil y expresando sus disidencias de forma respetuosa. Como son reglas sociales, varían entre las diferentes culturas, pero siempre es lo opuesto a lo que se considera grosero e irritante.

Existen frases de cortesía usadas con frecuencia, como pedir permiso, por favor o perdón. En otros casos, la cortesía se manifiesta a través de gestos y actitudes: saludar, besar la mano de la dama, hacer un obsequio, acompañar e informar a un turista, realizar una invitación, despedirse afectuosamente al término de una misiva, etcétera. Existen además reglas de cortesía que indican cómo debe servirse una mesa y la forma de comer y beber: no hablar mientras se come, no hacer ruidos cuando se beben líquidos, colocar la servilleta sobre la falda, no apoyar los codos en la mesa, etcétera.

2.2.4.4 Accesibilidad

Hernández (2012), define:

La accesibilidad es un rol relevante a nociones tales como derecho, ejercicio de la ciudadanía o inclusión. En última instancia, lo que se destaca es la naturaleza pública de la movilidad y la accesibilidad, reconociéndose el hecho de que se trata de un bien que debería ser protegido por el conjunto de la sociedad.

Miralles Guasch (2003) afirma:

Que la accesibilidad hace referencia a la facilidad con que cada persona puede superar la distancia que separa dos lugares y de esta forma ejercer su derecho como ciudadano. La accesibilidad, además de una dimensión territorial, también es una característica individual con relación al número de opciones que tienen los diferentes ciudadanos para acceder a los lugares y a las actividades" (p. 14). Esta definición va al núcleo central de la discusión: la capacidad de las personas de acceder a los lugares donde se brindan algunos servicios y oportunidades necesitados o deseados por las personas. Como se deriva de estas definiciones, uno de los componentes fundamentales tiene que ver con la noción de capacidad para "llegar a". Esto implica subrayar la noción de potencialidad, vale decir, que dicha capacidad no se asocia a lo que el individuo sí logra hacer, sino que es un atributo cuyo estudio requiere ir más allá de los movimientos conocidos u observables.

Fernández (2017), define:

Que la accesibilidad es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible.

Esta idea de accesibilidad universal significa que un entorno es plenamente accesible cuando todos los caminos de ese entorno son accesibles, de modo que una persona con discapacidad no vea interrumpida o dificultada la realización de sus actividades porque uno de los caminos, un entorno o espacio, no es accesible y no le permite avanzar en su recorrido de forma autónoma

2.2.4.5 Credibilidad

El centro de la credibilidad es la confianza que se basa en tres características de las relaciones en los sitios de trabajo:

Pérez Uribe (2013), indica:

Se funda en la habilidad de percibir a otros, principalmente a los gerentes, en términos de la credibilidad, con respecto de que lo que dicen es verdad y que sus acciones son consistentes con sus palabras y que serán éticos en sus prácticas de negocios. La confianza también depende de a cuántos trabajadores se les han dado soporte en lo relacionado a su crecimiento profesional, la inclusión de las ideas de los trabajadores en la toma de decisiones y el cuidado que se les da, tanto en el trabajo como en su vida familiar. El consenso de que existe trato justo de parte de otros, guardando las proporciones de las características de cada cargo. Se espera un cierto nivel de justicia y equidad para las personas en términos de pagos y beneficios, oportunidades de desarrollo de carrera y la justa resolución de problemas en lo que le concierne a cada cual.

La confianza es el núcleo, que llevado con un buen liderazgo, hace que una empresa sea un gran lugar para trabajar. Se construye en el día a día con los colaboradores y sirve para que aún en tiempos de crisis todos sepan que lo importante es que la organización debe fortalecerse y permanecer sólida en el mercado. Este concepto de Confianza se extiende en los líderes, en los compañeros, en las

capacidades de cada cual, en lo que la compañía está haciendo y en el papel de la empresa en la comunidad. Es un concepto multidimensional, que se traduce en una motivación muy grande para que cada persona dé lo mejor de sí y pueda liberar esa gran capacidad interior para aportarle a la compañía trabajo con valor agregado, con mucha seguridad y confianza en sí mismo.

La confianza no es simpatía. Hay personas simpáticas que no generan confianza. La confianza se da en el plano de la integralidad de las personas, su capacidad para gestionar el negocio, de su habilidad para comunicarse. La confianza se da a partir de la forma cómo la empresa responde a las expectativas que se tienen como persona.

La fuerza de la confianza, no es un fenómeno raro que aparece en los mejores sitios para trabajar, cuando el nivel de confianza entre trabajadores y la gerencia alcanza una masa crítica. La confianza entra en juego cuando se vuelve fácil reclutar trabajadores que ingresan al cargo adecuado y cuando la gente visualiza su futuro cuando va a trabajar.

La confianza también afecta la reputación de la empresa enfrente a la comunidad, cuando los trabajadores son felices y hablan bien de su trabajo y sus amigos les preguntan acerca de la apertura en sus trabajos. Por lo general, esto permite abrir las puertas para que los trabajadores participen más fácilmente en las juntas de acción comunal y sirvan como voluntarios para ayudar en los proyectos de la comunidad, a menudo con el apoyo empresarial y financiero de sus compañías. Todo esto se refleja también en las hojas del balance general. Los mejores sitios para trabajar, de manera continua superan a sus competidores, en las altas y bajas del mercado, cosechando tanto pequeños como grandes beneficios, como en la reducción de la tasa de ausentismo y altos niveles de innovación.

Pérez Uribe (2013) afirma también,

Que la fuerza de la confianza es el resultado del trabajo de los líderes de la empresa en la apertura, honestidad y relaciones éticas con sus colaboradores, colegas, directores de toda la organización y la gente en todos los sitios de trabajo. La gente les cree. Esto es especialmente importante durante los tiempos difíciles, cuando el miedo puede generar en la gente timidez, tratando de proyectarse a sí misma, a sus amigos y a sus familias. Mientras esto es una reacción natural en tiempos de crisis, esto se refleja en falta de compartir o limitar la cooperación entre departamentos que son el soporte de los esfuerzos organizacionales para reaccionar rápidamente a los cambios en el mercado y aprovechar nuevas oportunidades.

2.2.4.6 Rentabilidad

Diaz Llanes, (2012), Cualquier persona tiene una idea de lo que es la rentabilidad, pero una definición de ella se hace muy difícil hasta el punto de que la inmensa mayoría de los manuales eluden dar una definición de este concepto. Se limitan a poner fórmulas. Entenderemos por Rentabilidad “la remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos. Con lo cual habría que hablar de rentabilidades”

¿De qué depende la Rentabilidad de una empresa?

Como señalábamos en el apartado 4.1 la rentabilidad depende de un margen adecuadamente calculado y de los diferentes elementos económicos y financieros puestos a disposición de la empresa para el desarrollo de su actividad. Pero también, y a efectos de gestión principalmente a corto plazo, cabría incluir los diferentes componentes de ese margen.

Con lo cual estaríamos hablando de beneficios financieros, beneficios económicos,

beneficios de gestión, beneficios de personal, los primeros tienen relación con las fuentes financieras de la empresa, esto es con su patrimonio neto, con el pasivo a largo plazo y con el pasivo a corto plazo. Los segundos con la estructura económica, es decir con el activo y sus distintos apartados. Los de gestión hacen referencia a los ingresos y a los diferentes gastos de la compañía. Los de personal constatan la eficiencia de los trabajadores en función de su número, remuneraciones y valoración.

2.2.5 Ingresos

Duarte (2017), indica:

Los ingresos constituyen la principal fuente positiva de los resultados de un período y generan incrementos de activos o disminuciones de pasivos. Las causas de los ingresos son operaciones de ventas de bienes y servicios provenientes de las operaciones de la empresa que se orientan a los objetivos y metas.

Con ingresos en contabilidad no se considera el ingreso de dinero sino más bien el originado por un hecho modificativo (del que no necesariamente se obtenga dinero en efectivo), por ejemplo, Intereses ganados por financiación a crédito.

Al contrario, la cobranza de dinero a un deudor es un hecho permutativo que genera aumentos de dinero pero no ingresos.

Utilizando la definición del Plan Contable actual, los ingresos son de incrementos en patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio ya sea en forma de entrada o aumento en el valor de los activos o de disminución en el valor de los pasivos siempre que no tenga origen en aportaciones de los socios (monetarios o no). Un ingreso no es más, que la valoración de un consumo a favor de la empresa. Podemos hablar, por ejemplo, de ingresos por alquileres cuando alguien usa la local propiedad de la empresa.

Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización

de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa.

Entre posibles ejemplos de ingresos, se presenta aquel derivado de la venta de productos, rendimientos complementarios al anterior dentro del proceso comercial, la producción que realiza la entidad para sí misma o la des dotación de la provisión estimada en exceso o la aplicación a su finalidad de aquella que en su momento fue dotada.

Meza (2015), define a los ingresos:

Son ganancias otras partidas que, cumpliendo la definición de ingresos, pueden o no surgir de las actividades ordinarias llevadas a cabo por la entidad. Las ganancias suponen incrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de los ingresos de actividades ordinarias. Por tanto, en este marco conceptual no se considera que constituyan un elemento diferente, la definición de ingresos incluye las ganancias no realizadas.

Andrade (2010), indica:

Los ingresos se deben reconocer como utilidad, cuando es probable que los beneficios económicos futuros fluyan a la empresa y que estos beneficios puedan ser cuantificados confiablemente. Normalmente los ingresos se presentan en la preparación de los éstos financieros como incremento de flujos o activos, o disminución de pasivos; que resulta un incremento patrimonial, diferente de aquellas provenientes del patrimonio neto que provienen de aportes de los accionistas.

2.2.6 Gastos

Pérez (2009), define:

El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy ligado a la contabilidad; en este caso, significa la salida de dinero de las arcas de una empresa

u organización, mientras que por ingresos se entiende el dinero que entra.

Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio (por ejemplo, de conexión a Internet) y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas.

Meza (2015), indica:

La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad. Las pérdidas pueden representar decrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de cualquier otro gasto. Por tanto, en este marco conceptual no se considera que constituyan un elemento diferente.

Gómez (2016), menciona:

Tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad se encuentran enmarcados en los beneficios de gastos. Así pues, tenemos entre los gastos de la actividad ordinaria, al costo de venta, a los salarios y la depreciación.

Usualmente, los gastos toman la forma de una salida o depreciación de activos, tales como efectivo y otras partidas equivalentes al efectivo, inventarios o propiedades, planta y equipo.

2.2.7 Activo Fijo

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina,

etc. Se encuentran recogidos en el balance de situación. También se incluyen dentro del activo fijo las inversiones en acciones, bonos y valores emitidos por empresas afiliadas.

El concepto Activo Fijo denota una fijeza de propósito o intención de continuar en el uso o posesión de los Bienes que comprenden, denota inmovilización al servicio del negocio. Ocasionalmente, tales Bienes pueden ser vendidos o dados de baja ya sea porque no son útiles, porque son reemplazados por nuevas instalaciones o por otras razones. Los pagos que se hagan con objeto de mejorar el Valor de una Propiedad o su Eficacia para el servicio, pueden considerarse como inversiones fijas. Desde una perspectiva estricta, sólo pueden capitalizarse aquellas erogaciones que tengan por objeto aumentar los Ingresos o disminuir los Gasto

2.2.8 Activo Disponible

Activo del que dispone una empresa para ser empleados inmediatamente para hacer frente a sus obligaciones de pago.

Comprende los bienes de liquidez inmediata: Caja, cuentas corrientes bancarias, etc. Algunos autores reúnen disponible y realizable en un solo grupo.

En otras palabras, el activo disponible comprende los valores representativos en dinero (billetes y monedas), depósitos a la vista en instituciones bancarias, fondos de tránsito, documentos de cobro inmediato, Boucher de tarjetas débito y crédito que se tiene tanto en la Caja general como en Bancos nacionales en cuentas corrientes, las remesas en tránsito, cuentas de ahorro y los fondos especiales para fines múltiples, etc.

Gomes (2016) indica:

Este rubro comprende los fondos de caja y bancos que no tienen restricciones en su utilización, así como aquellas inversiones que se adquirieron con la finalidad de

convertirlas en efectivo en corto plazo o, las que a pesar de haber sido adquiridas para ser mantenidas al vencimiento para su venta.

2.2.9 Activo Exigible

Gonzales (2017) define:

Es la parte del activo que se encuentra en cobranza como producto de las operaciones al crédito, y pueden ser: Ordinarias: Cuentas por cobrar comerciales a clientes (terceros y vinculados).

Extraordinarias: Cuentas por cobrar producto de otras operaciones como préstamos, adelantos, pagos adelantados, entregas a rendir cuenta, entre otros.

Activo Realizable: Es la parte del activo que se encuentra en el almacén o también llamado Stock, está representado por los bienes materiales cuyo destino es generar ingresos futuros a la empresa, ya sea por venta o comercialización (mercaderías), producción o elaboración (materias primas, productos terminados, suministros diversos) o para la prestación de servicios (materiales auxiliares).

2.2.10 Activo Realizable

Gomes (2016), indica que:

Comprende los activos de la empresa que se espera convertir en efectivo o sus equivalentes en el curso normal de sus operaciones.

Se incluye a las existencias y los activos no corrientes disponibles para la venta. Es así que resulta de vital importancia para las empresas el tratamiento vinculado con las existencias que posee bajo su control.

El valor neto realizable hace referencia al importe neto que la entidad espera obtener por la venta de las existencias, en el curso normal de la explotación. El valor razonable refleja el importe por el cual esta misma existencia podría ser intercambiada en el mercado, entre compradores y vendedores interesados y

debidamente informados. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que este último no. El valor neto realizable de las existencias puede no ser igual al valor razonable menos los costes de venta.

2.2.11 Activo Inmovilizado

Gomes (2016), indica que:

Está conformado por los bienes patrimoniales que se espera mantener por un lapso mayor aun ejercicio económico, destinados a ser utilizados en las actividades principales de la entidad, o en actividades que soportan o complementan a esas actividades principales.

Gonzales (2017), señala:

Es la parte del activo que se encuentra en el almacén o también llamado Stock, está representado por los bienes materiales cuyo destino es generar ingresos futuros a la empresa, ya sea por venta o comercialización (mercaderías), producción o elaboración (materias primas, productos terminados, suministros diversos) o para la prestación de servicios (materiales auxiliares).

2.2.12 Planificación Financiera

Es una previsión a largo plazo con un horizonte temporal de 3 a 5 años. Se plantea por años para determinar las inversiones y las fuentes de financiación a largo plazo. Forma parte del plan estratégico de la empresa y el objetivo es establecer los planes de inversión de la empresa y los niveles de endeudamiento (proporción de recursos propios – recursos ajenos). Se revisa anualmente. Su objetivo es realizar previsiones financieras y las acciones a realizar para conseguir los objetivos fijados, es la expresión cuantitativa de los planes de expansión, las posibilidades financieras y el entorno a medio y largo plazo (Ejemplos: alcanzar cuota de mercado del 5%, ser líderes de ventas, etc.). Los documentos en los que se plasma son los Estados

Financieros previsionales (balance, cuenta de resultados, estado de flujos de efectivo y estado de cambios en el patrimonio neto) basados en estudios sólidos (estudios y valoración de la producción, de la demanda, entorno, ratios, etc.

2.2.13 Pasivo

Son todas las obligaciones que tiene por pagar la empresa a sus acreedores y se reflejan en el primer segmento de la segunda parte del balance a una fecha señalada en el mismo documento. Comprende también las fuentes de financiación de una entidad, en muchas ocasiones, las empresas deben acogerse al endeudamiento para poder adquirir activos, es decir obtienen un bien pero a la vez contraen una deuda, aplicando de esta forma la partida doble, existen varios tipos de pasivos que los estudiaremos con mayor detenimiento en próximos capítulos.

2.2.14 Patrimonio

El Patrimonio es el segundo segmento de la segunda parte que completa un balance de situación y constituye el derecho de propiedad que tiene la empresa sobre la diferencia entre el activo menos el pasivo. En este segmento también se reflejan los resultados obtenidos por la gestión de la entidad, es decir la utilidad o pérdida obtenida en un ejercicio contable determinado, así como también las reservas y los resultados obtenidos de ejercicios anteriores.

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable del inmovilizado material, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en su inmovilizado material, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión. Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable del inmovilizado material son la contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos por amortización y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relación a los

mismos.

La entidad aplicará esta Norma a los inmuebles que estén siendo construidos o desarrollados para su uso futuro como inversiones inmobiliarias, pero que no satisfacen todavía la definición de 'inversión inmobiliaria' recogida en la NIC 40 Inversiones inmobiliarias. Una vez que se haya completado la construcción o el desarrollo, el inmueble pasará a ser una inversión inmobiliaria y la entidad estará obligada a aplicar la NIC 40. La NIC 40 también se aplica a las inversiones inmobiliarias que estén siendo objeto de nuevos desarrollos, con el fin de ser utilizadas en el futuro como inversiones inmobiliarias. La entidad que utiliza el modelo del coste para las inversiones inmobiliarias, de acuerdo con la NIC 40, deberá utilizar el modelo del coste al aplicar esta Norma.

CAPITULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

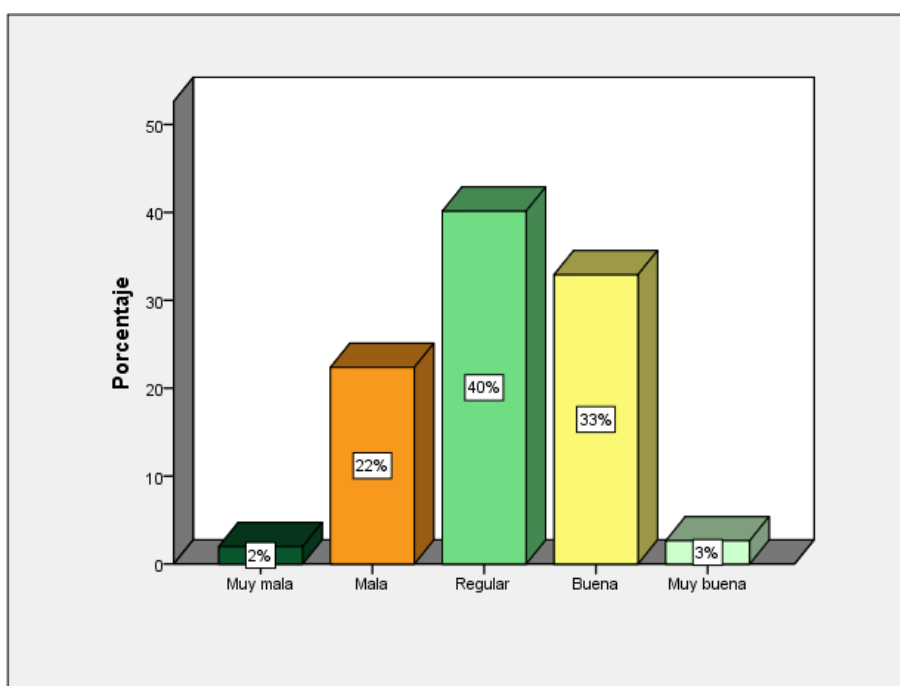
3.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS

Tabla 1: Confiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	3	2,0	2,0	2,0
	Mala	34	22,4	22,4	24,3
	Regular	61	40,1	40,1	64,5
	Buena	50	32,9	32,9	97,4
	Muy buena	4	2,6	2,6	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 1: Confiabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la confiabilidad respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

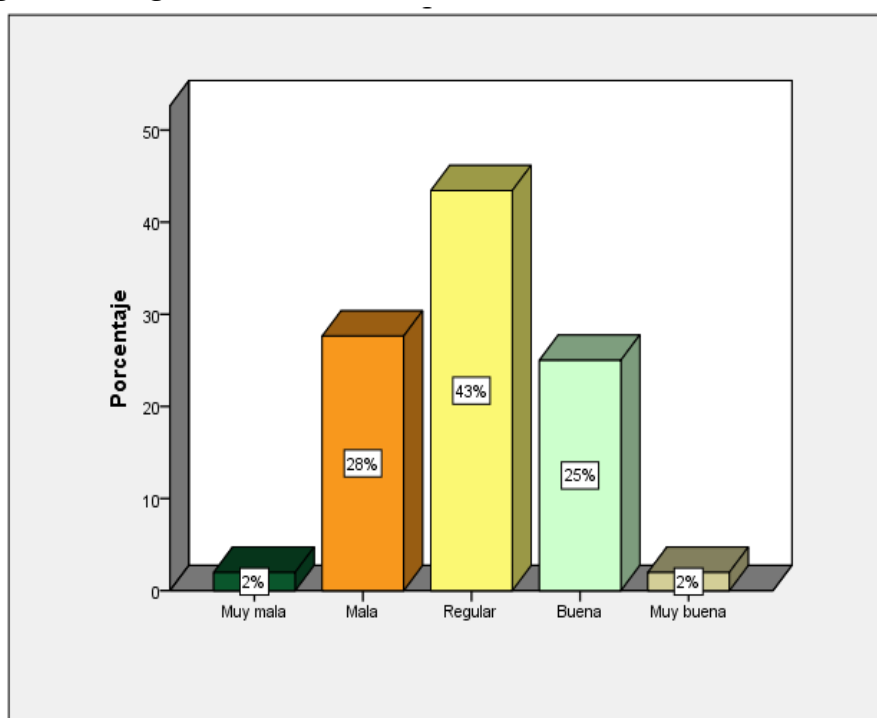
De los resultados se percibe que el 40,1% de clientes indica que la confiabilidad es regular, el 32,9% manifiesta que la confiabilidad es buena y un 22,4% manifiesta que la confiabilidad es mala.

Tabla 2: Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	3	2,0	2,0	2,0
	Mala	42	27,6	27,6	29,6
	Regular	66	43,4	43,4	73,0
	Buena	38	25,0	25,0	98,0
	Muy buena	3	2,0	2,0	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2: Seguridad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la seguridad respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco - Sicuani, 2016.

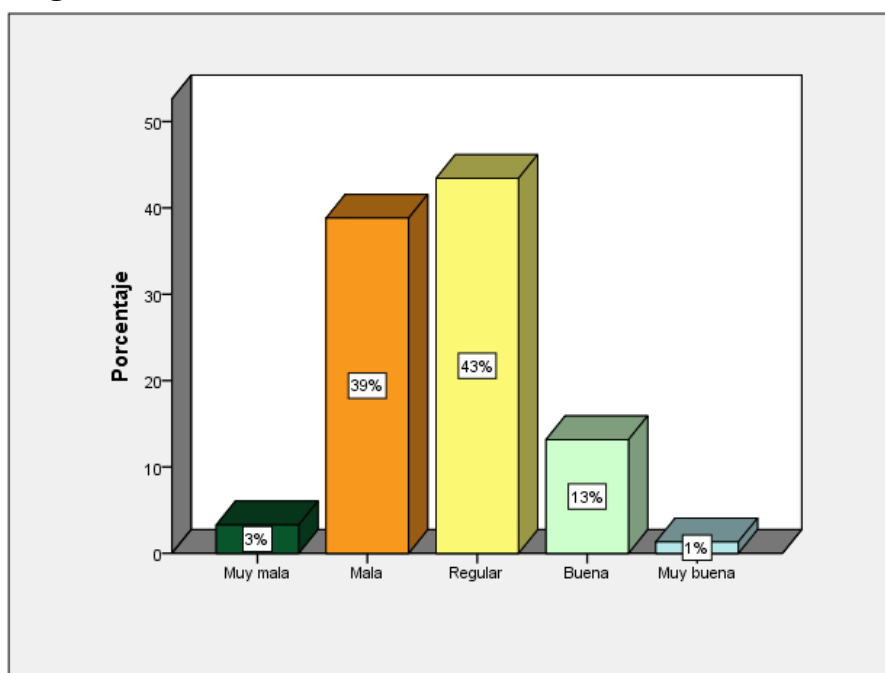
De los resultados se percibe que el 43,4% de clientes indica que la seguridad es regular, el 27,6% manifiesta que la seguridad es mala y un 25% manifiesta que la seguridad es buena.

Tabla 3: Accesibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	5	3,3	3,3	3,3
	Mala	59	38,8	38,8	42,1
	Regular	66	43,4	43,4	85,5
	Buena	20	13,2	13,2	98,7
	Muy buena	2	1,3	1,3	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3: Accesibilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la accesibilidad respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco - Sicuani, 2016.

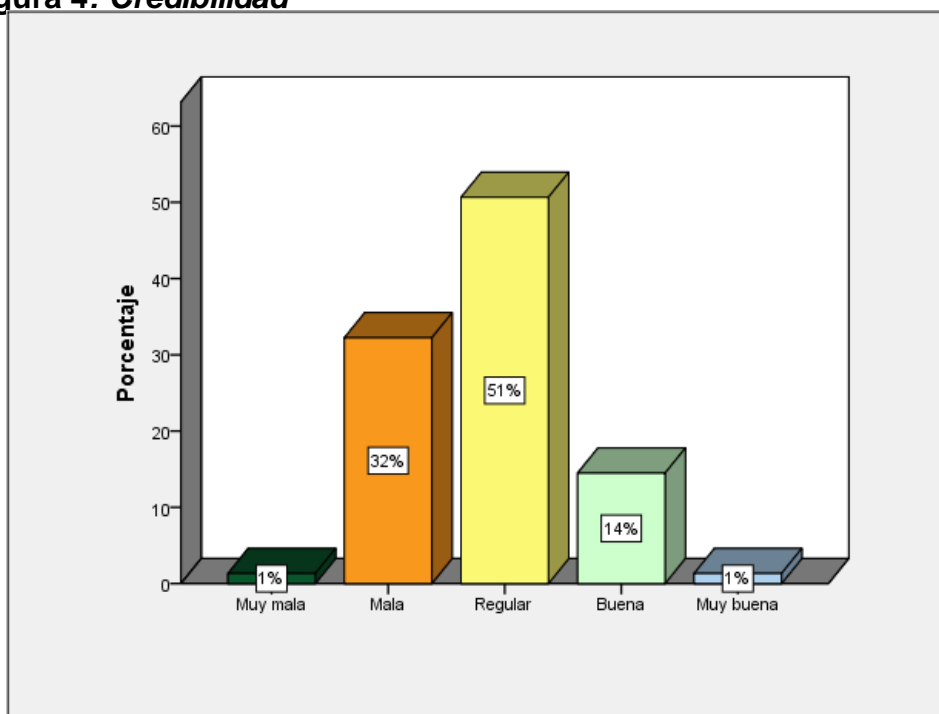
De los resultados se percibe que el 43,4% de clientes indica que la accesibilidad es regular, el 38,4% manifiesta que la accesibilidad es mala y un 13,2% manifiesta que la accesibilidad es buena.

Tabla 4: Credibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	2	1,3	1,3	1,3
	Mala	49	32,2	32,2	33,6
	Regular	77	50,7	50,7	84,2
	Buena	22	14,5	14,5	98,7
	Muy buena	2	1,3	1,3	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: Credibilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la credibilidad respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

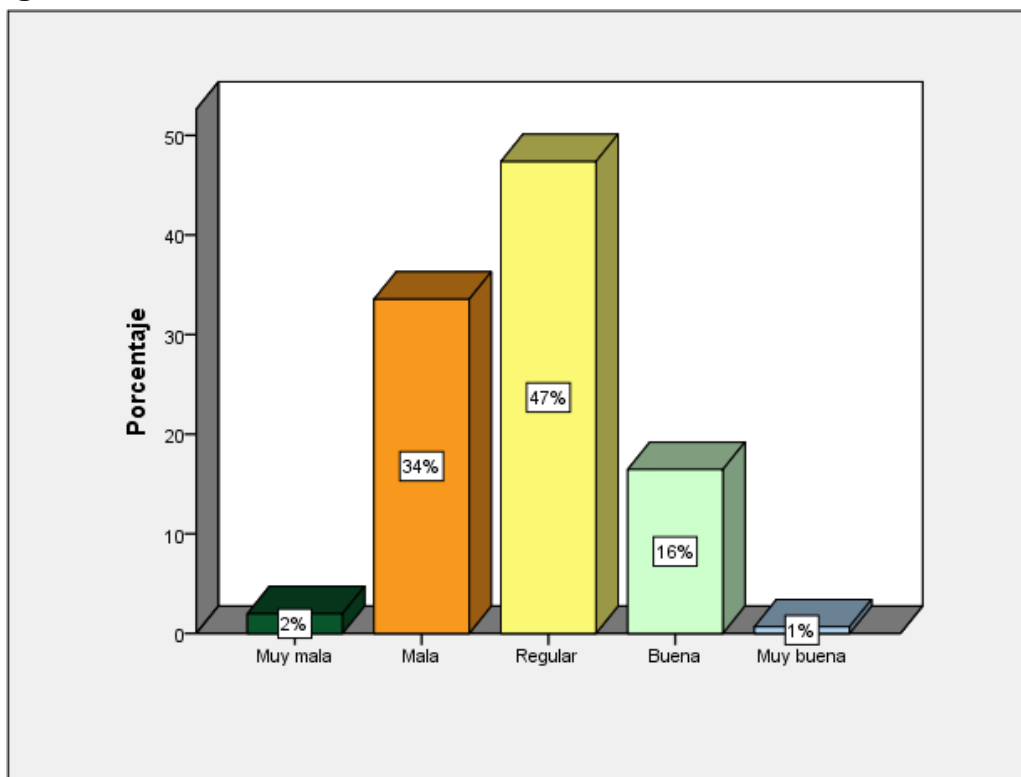
De los resultados se percibe que el 50,7% de clientes indica que la credibilidad es regular, el 32,2% manifiesta que la credibilidad es mala y un 14,5% manifiesta que la credibilidad es buena.

Tabla 5: Cortesía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	3	2,0	2,0	2,0
	Mala	51	33,6	33,6	35,5
	Regular	72	47,4	47,4	82,9
	Buena	25	16,4	16,4	99,3
	Muy buena	1	,7	,7	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5: Cortesía



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la cortesía respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

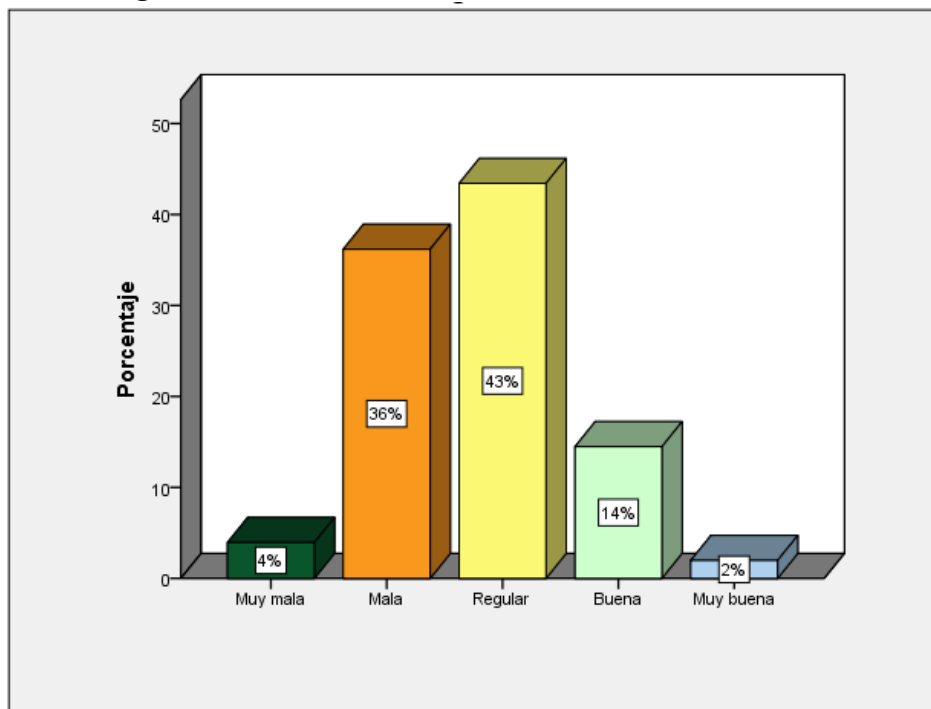
De los resultados se percibe que el 47,4% de clientes indica que la cortesía es regular, el 33,6% manifiesta que la cortesía es mala y un 16,4% manifiesta que la cortesía es buena.

Tabla 6: Tangibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	6	3,9	3,9	3,9
	Mala	55	36,2	36,2	40,1
	Regular	66	43,4	43,4	83,6
	Buena	22	14,5	14,5	98,0
	Muy buena	3	2,0	2,0	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6: Tangibilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la tangibilidad respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

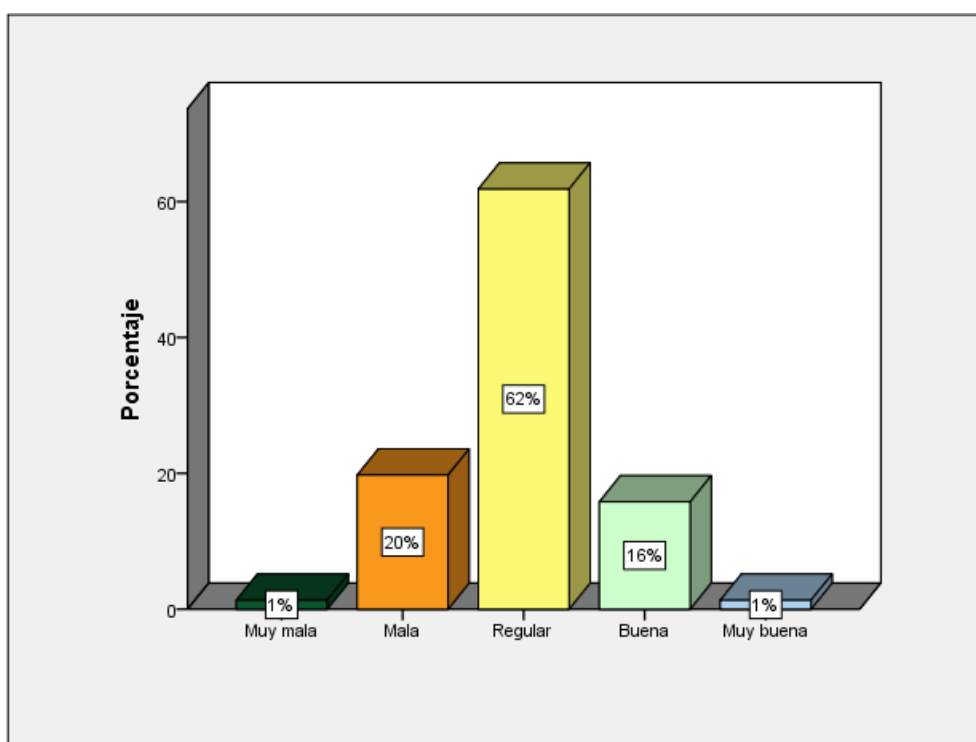
De los resultados se percibe que el 43,4% de clientes indica que la tangibilidad es regular, el 36,2% manifiesta que la tangibilidad es mala y un 14,5% manifiesta que la tangibilidad es buena.

Tabla 7: Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	2	1,3	1,3	1,3
	Mala	30	19,7	19,7	21,1
	Regular	94	61,8	61,8	82,9
	Buena	24	15,8	15,8	98,7
	Muy buena	2	1,3	1,3	100,0
	Total		152	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Figura 7: Calidad de servicio



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el consolidado de los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, respecto a la calidad de servicio que brinda la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

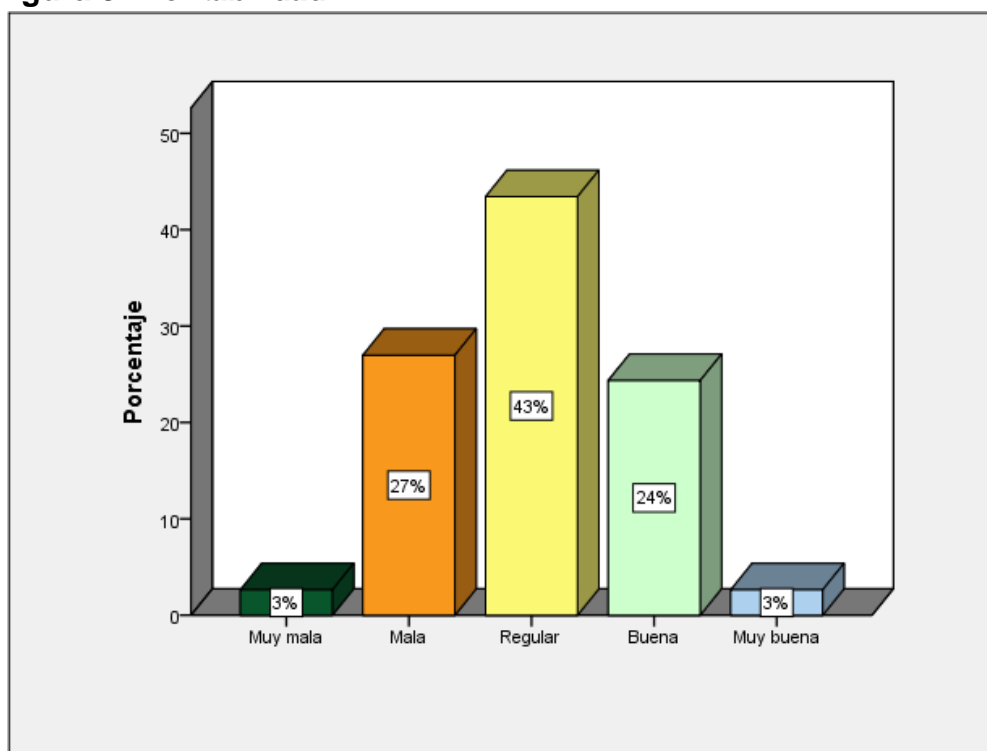
De los resultados se percibe que el 61,8% de clientes indica que la calidad de servicio es regular, el 19,7% manifiesta que la calidad de servicio es mala y un 15,8% manifiesta que la calidad de servicio es buena.

Tabla 8: Rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy mala	4	2,6	2,6	2,6
	Mala	41	27,0	27,0	29,6
	Regular	66	43,4	43,4	73,0
	Buena	37	24,3	24,3	97,4
	Muy buena	4	2,6	2,6	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8: Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el consolidado de los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, respecto a la rentabilidad que muestra la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

De los resultados se percibe que el 43,4% de clientes indica que la rentabilidad de la empresa es regular, el 27% manifiesta que la rentabilidad es mala y un 24,3% manifiesta que la rentabilidad de la empresa es buena.

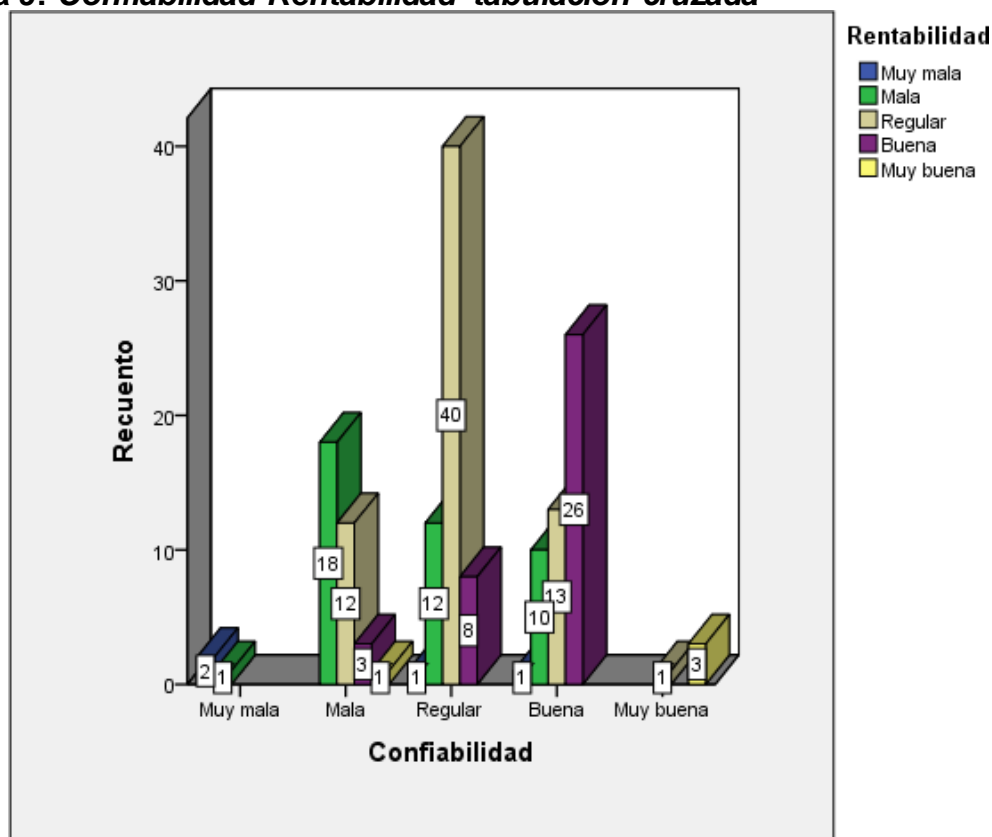
3.2 TABLAS DE CONTINGENCIA

Tabla 9: Confiabilidad*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Total	
		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena		
Confiabilidad	Muy mala	Recuento	2	1	0	0	0	3
		% del total	1,3%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Mala	Recuento	0	18	12	3	1	34
		% del total	0,0%	11,8%	7,9%	2,0%	0,7%	22,4%
	Regular	Recuento	1	12	40	8	0	61
		% del total	0,7%	7,9%	26,3%	5,3%	0,0%	40,1%
	Buena	Recuento	1	10	13	26	0	50
		% del total	0,7%	6,6%	8,6%	17,1%	0,0%	32,9%
	Muy buena	Recuento	0	0	1	0	3	4
		% del total	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	2,0%	2,6%
Total		Recuento	4	41	66	37	4	152
		% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9: Confiabilidad*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la confiabilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

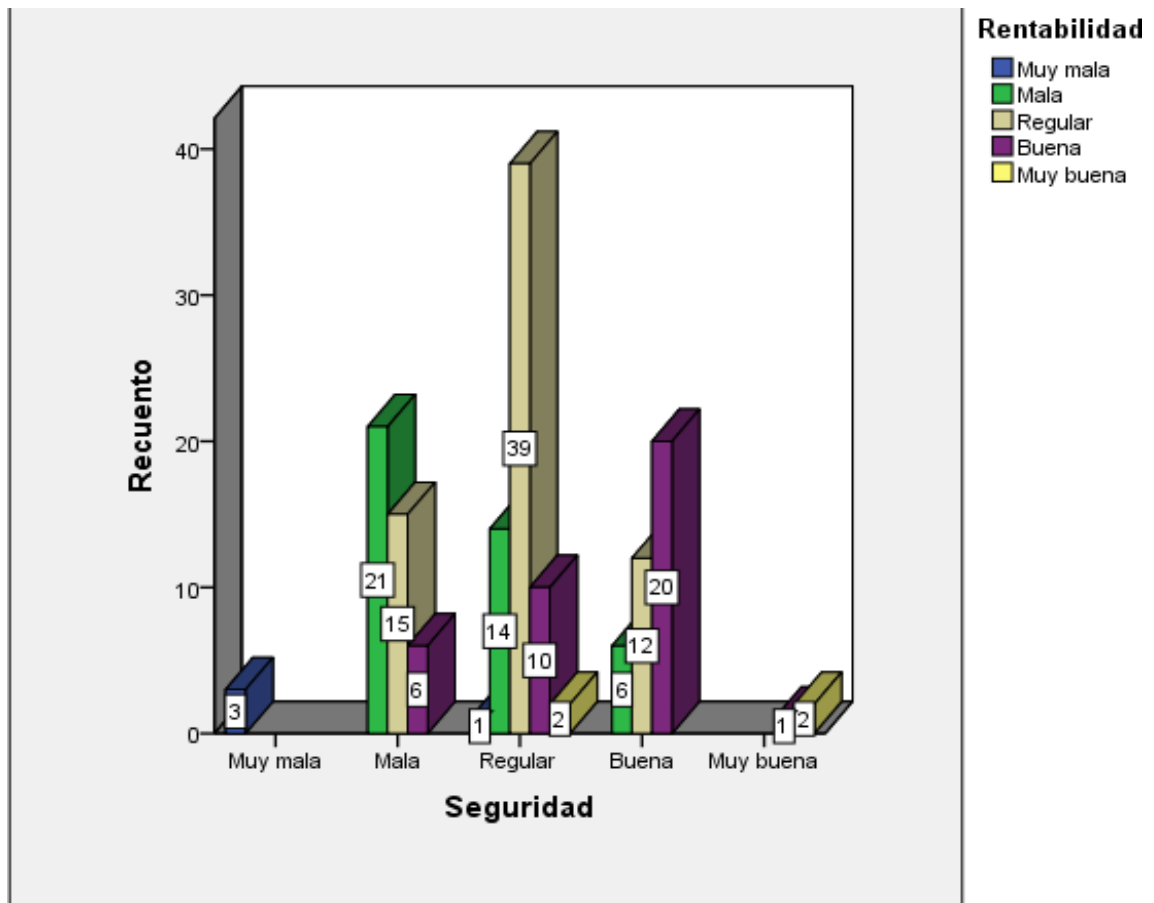
De los resultados se percibe que el 26,3% de clientes indica que la confiabilidad es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 10: Seguridad*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad				Muy buena	Total
		Muy mala	Mala	Regular	Buena		
Seguridad Muy mala	Recuento	3	0	0	0	0	3
	% del total	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
Mala	Recuento	0	21	15	6	0	42
	% del total	0,0%	13,8%	9,9%	3,9%	0,0%	27,6%
Regular	Recuento	1	14	39	10	2	66
	% del total	0,7%	9,2%	25,7%	6,6%	1,3%	43,4%
Buena	Recuento	0	6	12	20	0	38
	% del total	0,0%	3,9%	7,9%	13,2%	0,0%	25,0%
Muy buena	Recuento	0	0	0	1	2	3
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	1,3%	2,0%
Total	Recuento	4	41	66	37	4	152
	% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10: Seguridad*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la seguridad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

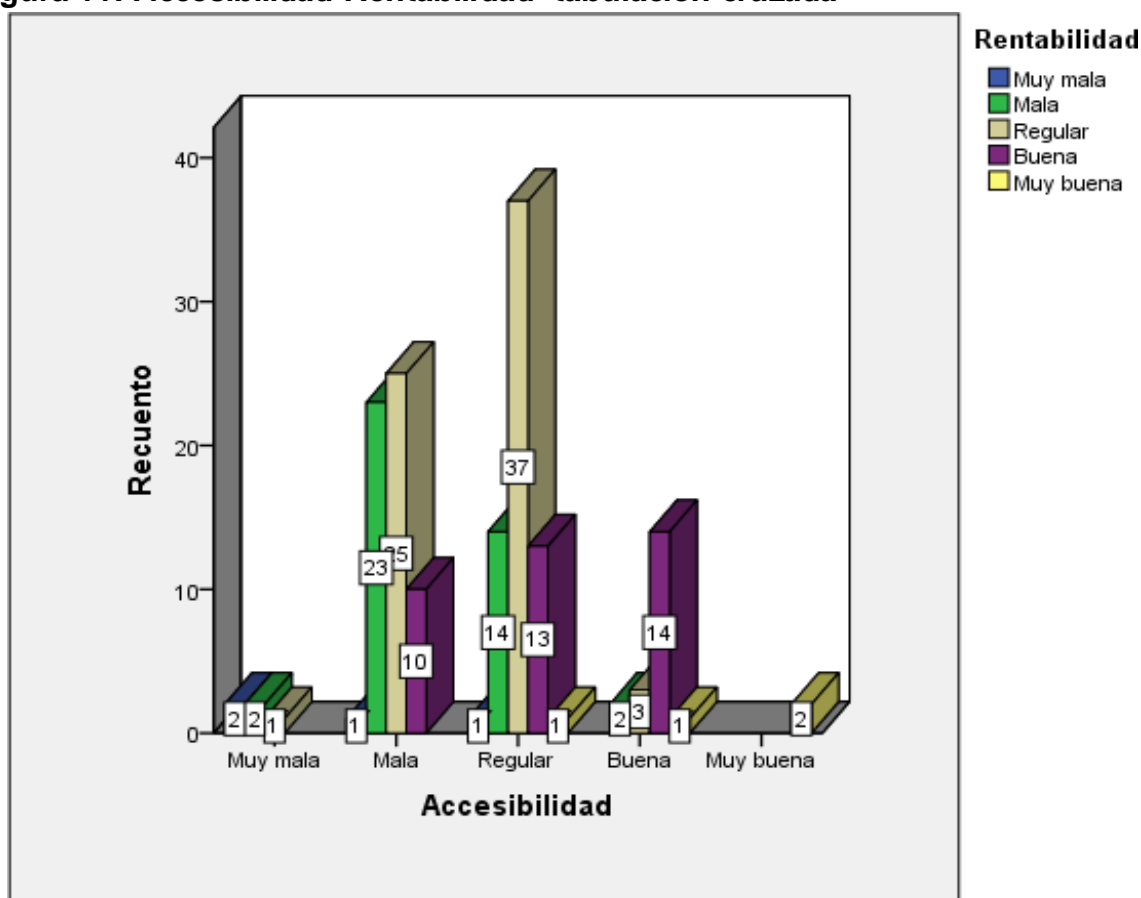
De los resultados se percibe que el 25,7% de clientes indica que la seguridad es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 11: Accesibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Total	
		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena		
Accesibilidad	Muy mala	Recuento	2	2	1	0	0	5
		% del total	1,3%	1,3%	0,7%	0,0%	0,0%	3,3%
	Mala	Recuento	1	23	25	10	0	59
		% del total	0,7%	15,1%	16,4%	6,6%	0,0%	38,8%
	Regular	Recuento	1	14	37	13	1	66
		% del total	0,7%	9,2%	24,3%	8,6%	0,7%	43,4%
	Buena	Recuento	0	2	3	14	1	20
		% del total	0,0%	1,3%	2,0%	9,2%	0,7%	13,2%
	Muy buena	Recuento	0	0	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%
Total		Recuento	4	41	66	37	4	152
		% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 11: Accesibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la accesibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

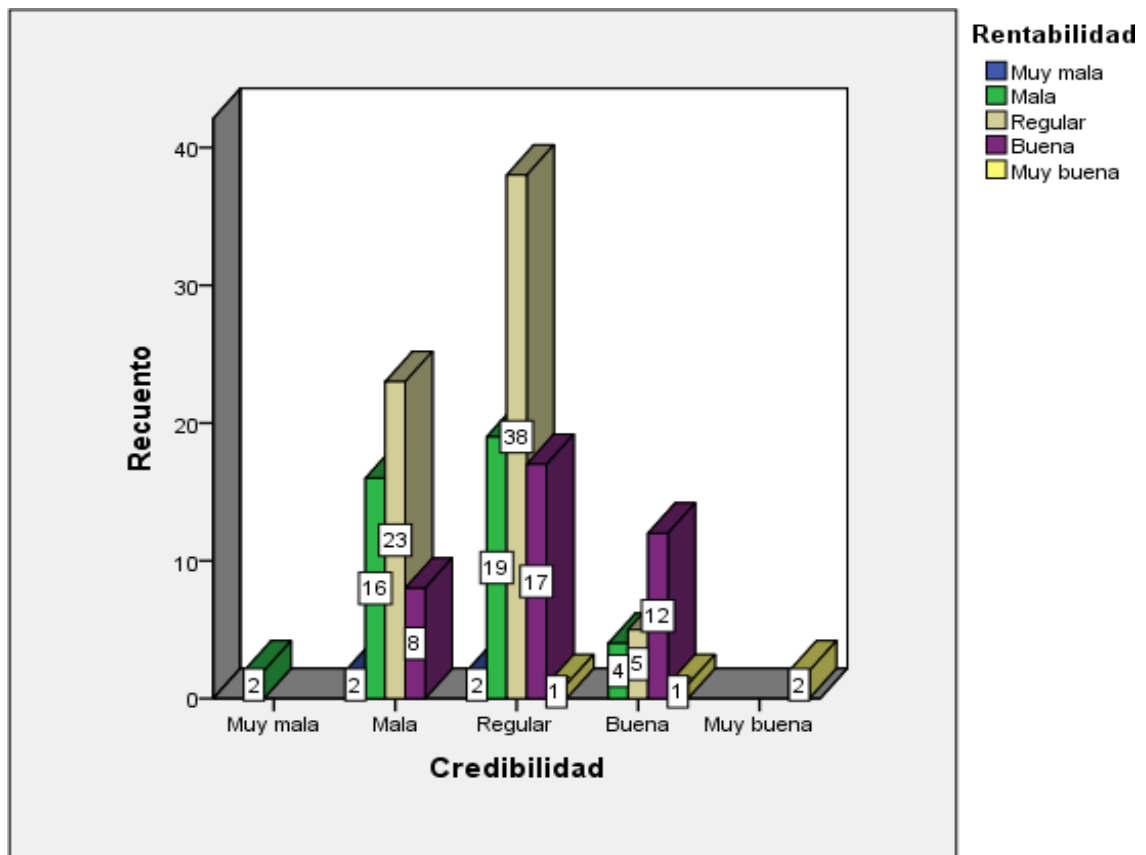
De los resultados se percibe que el 24,3% de clientes indica que la accesibilidad es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 12: Credibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Muy buena	Total
		Muy mala	Mala	Regular	Buena			
Credibilidad	Muy mala	Recuento	0	2	0	0	0	2
		% del total	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
	Mala	Recuento	2	16	23	8	0	49
		% del total	1,3%	10,5%	15,1%	5,3%	0,0%	32,2%
	Regular	Recuento	2	19	38	17	1	77
		% del total	1,3%	12,5%	25,0%	11,2%	0,7%	50,7%
	Buena	Recuento	0	4	5	12	1	22
		% del total	0,0%	2,6%	3,3%	7,9%	0,7%	14,5%
	Muy buena	Recuento	0	0	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%
Total		Recuento	4	41	66	37	4	152
		% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 12: Credibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la credibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

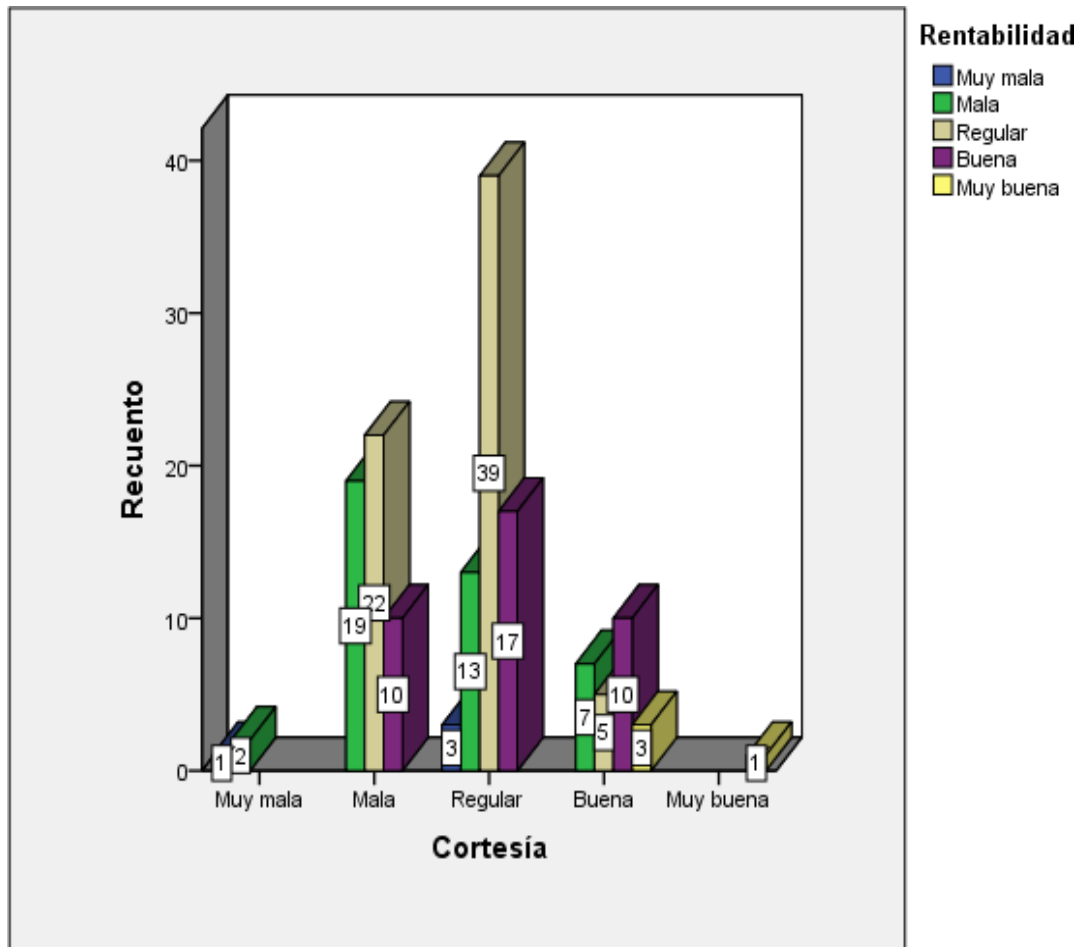
De los resultados se percibe que el 25,7% de clientes indica que la credibilidad es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 13: Cortesía*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Total
		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Cortesía Muy mala	Recuento	1	2	0	0	0	3
	% del total	0,7%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
Mala	Recuento	0	19	22	10	0	51
	% del total	0,0%	12,5%	14,5%	6,6%	0,0%	33,6%
Regular	Recuento	3	13	39	17	0	72
	% del total	2,0%	8,6%	25,7%	11,2%	0,0%	47,4%
Buena	Recuento	0	7	5	10	3	25
	% del total	0,0%	4,6%	3,3%	6,6%	2,0%	16,4%
Muy buena	Recuento	0	0	0	0	1	1
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%
Total	Recuento	4	41	66	37	4	152
	% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 13: Cortesía*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la cortesía y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

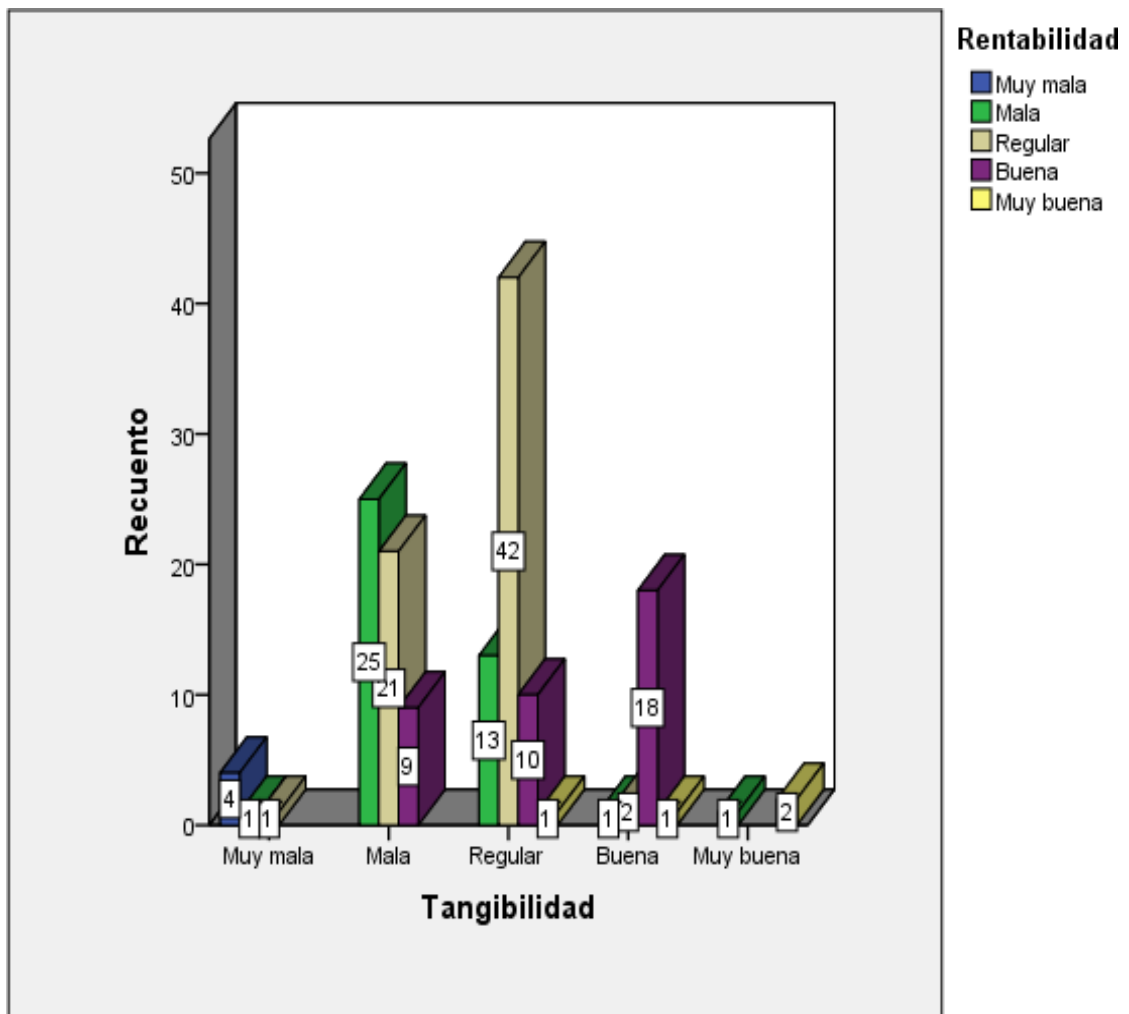
De los resultados se percibe que el 25,7% de clientes indica que la cortesía es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 14: Tangibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Total	
		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena		
Tangibilidad	Muy mala	Recuento	4	1	1	0	0	6
		% del total	2,6%	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	3,9%
	Mala	Recuento	0	25	21	9	0	55
		% del total	0,0%	16,4%	13,8%	5,9%	0,0%	36,2%
	Regular	Recuento	0	13	42	10	1	66
		% del total	0,0%	8,6%	27,6%	6,6%	0,7%	43,4%
	Buena	Recuento	0	1	2	18	1	22
		% del total	0,0%	0,7%	1,3%	11,8%	0,7%	14,5%
	Muy buena	Recuento	0	1	0	0	2	3
		% del total	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	1,3%	2,0%
Total		Recuento	4	41	66	37	4	152
		% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 14: Tangibilidad*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la tangibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

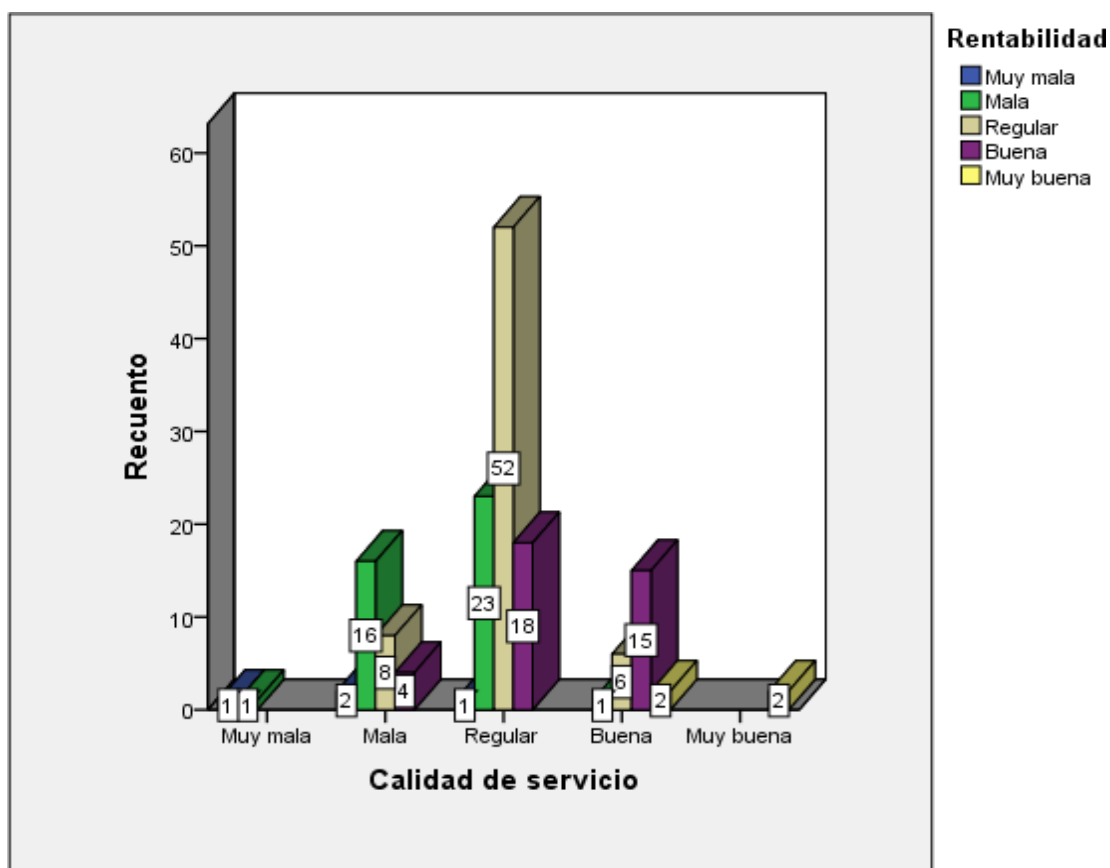
De los resultados se percibe que el 27,6% de clientes indica que la tangibilidad es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

Tabla 15: Calidad de servicio*Rentabilidad tabulación cruzada

		Rentabilidad					Muy buena	Total
		Muy mala	Mala	Regular	Buena			
Calidad de servicio	Muy mala	Recuento	1	1	0	0	0	2
		% del total	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
	Mala	Recuento	2	16	8	4	0	30
		% del total	1,3%	10,5%	5,3%	2,6%	0,0%	19,7%
	Regular	Recuento	1	23	52	18	0	94
	% del total	0,7%	15,1%	34,2%	11,8%	0,0%	61,8%	
	Buena	Recuento	0	1	6	15	2	24
		% del total	0,0%	0,7%	3,9%	9,9%	1,3%	15,8%
	Muy buena	Recuento	0	0	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%
Total		Recuento	4	41	66	37	4	152
		% del total	2,6%	27,0%	43,4%	24,3%	2,6%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15.- Calidad de servicio*Rentabilidad tabulación cruzada



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla de contingencia se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

De los resultados se percibe que el 34,2% de clientes indica que la calidad de servicio es regular, al mismo tiempo que la rentabilidad de la empresa también es regular.

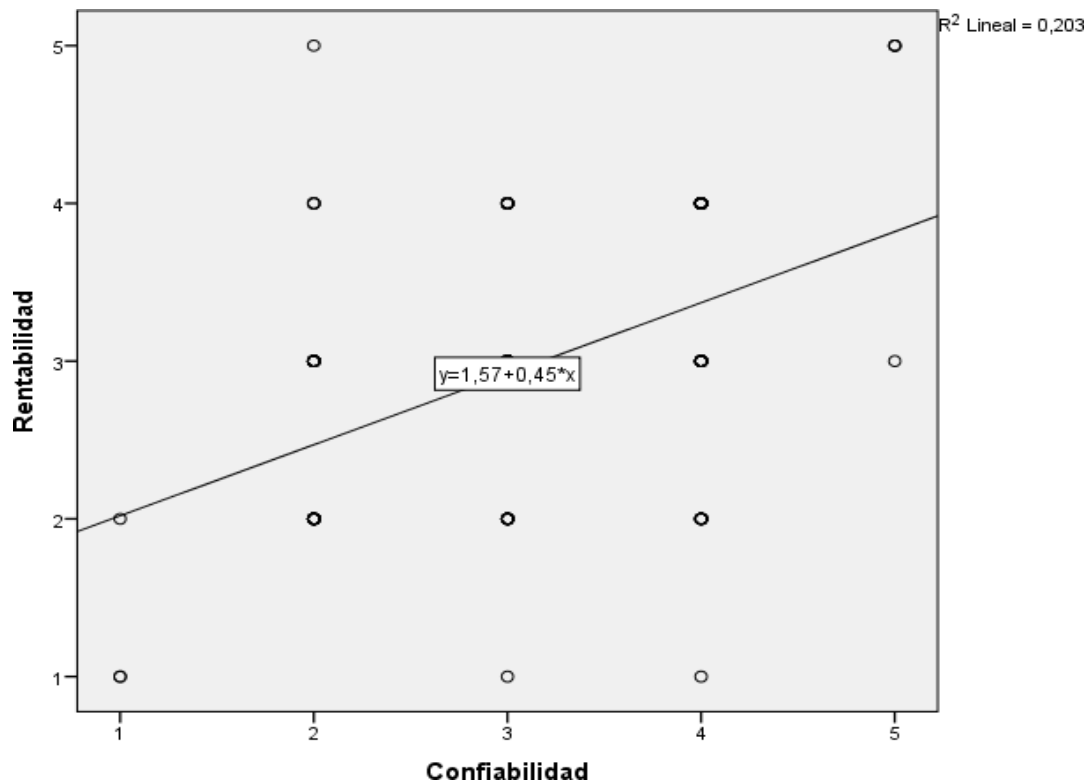
3.3 MEDIDAS DE CORRELACIÓN

Tabla 16: Correlación entre confiabilidad y rentabilidad

		Confiabilidad	Rentabilidad
Rho de Spearman	Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	152
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	0,422
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 16: Correlación entre confiabilidad y rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la confiabilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

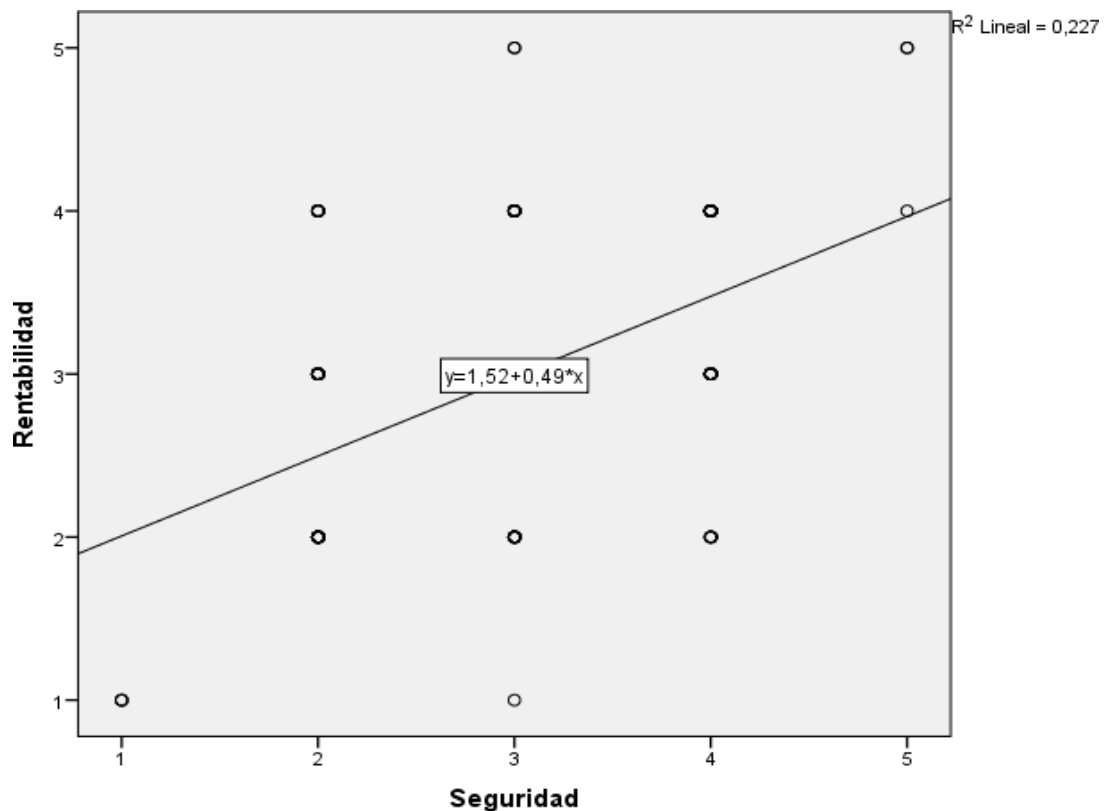
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,422, lo que indica en la escala de Spearman un nivel de correlación moderada.

Tabla 17: Correlación entre Seguridad y Rentabilidad

		Seguridad	Rentabilidad
Rho Spearman	de Seguridad	1,000	,433
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	152	152
	Rentabilidad	,433	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	152	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 17: Correlación entre Seguridad y Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la seguridad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

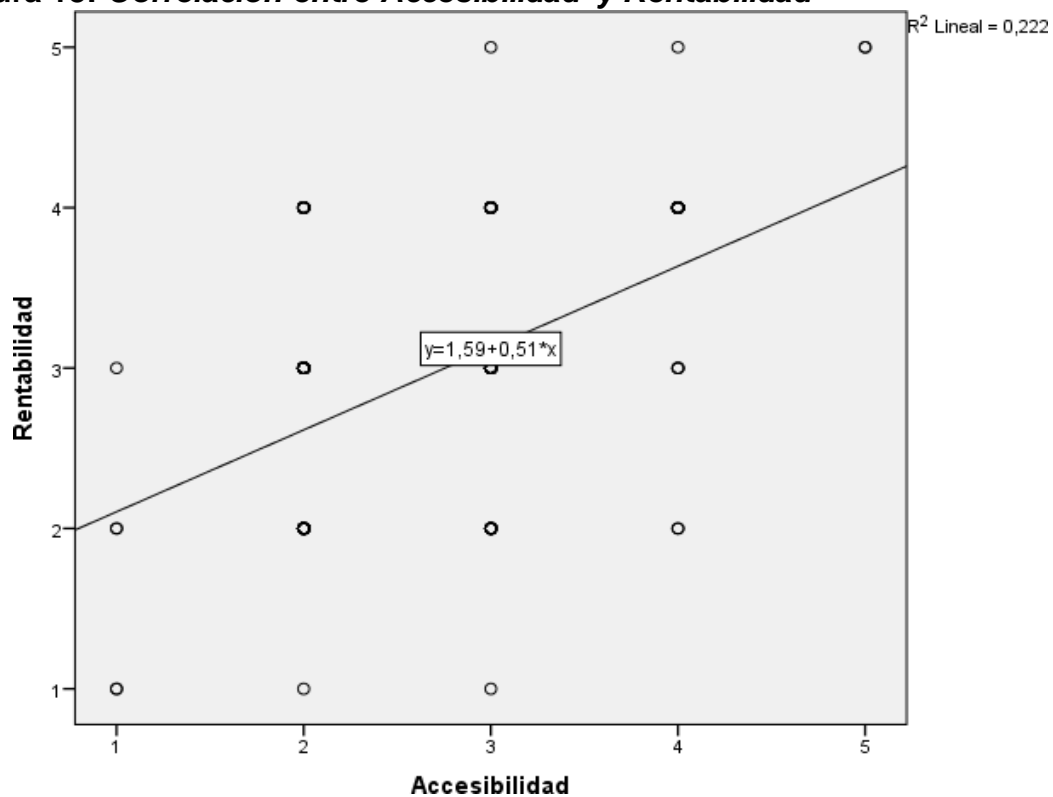
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,433 lo que indica en la escala de Spearman un nivel de correlación moderada.

Tabla 18: Correlación entre Accesibilidad y Rentabilidad

		Accesibilidad	Rentabilidad
Rho de Spearman	Accesibilidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,411
		N	152
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,411
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 18: Correlación entre Accesibilidad y Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la accesibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

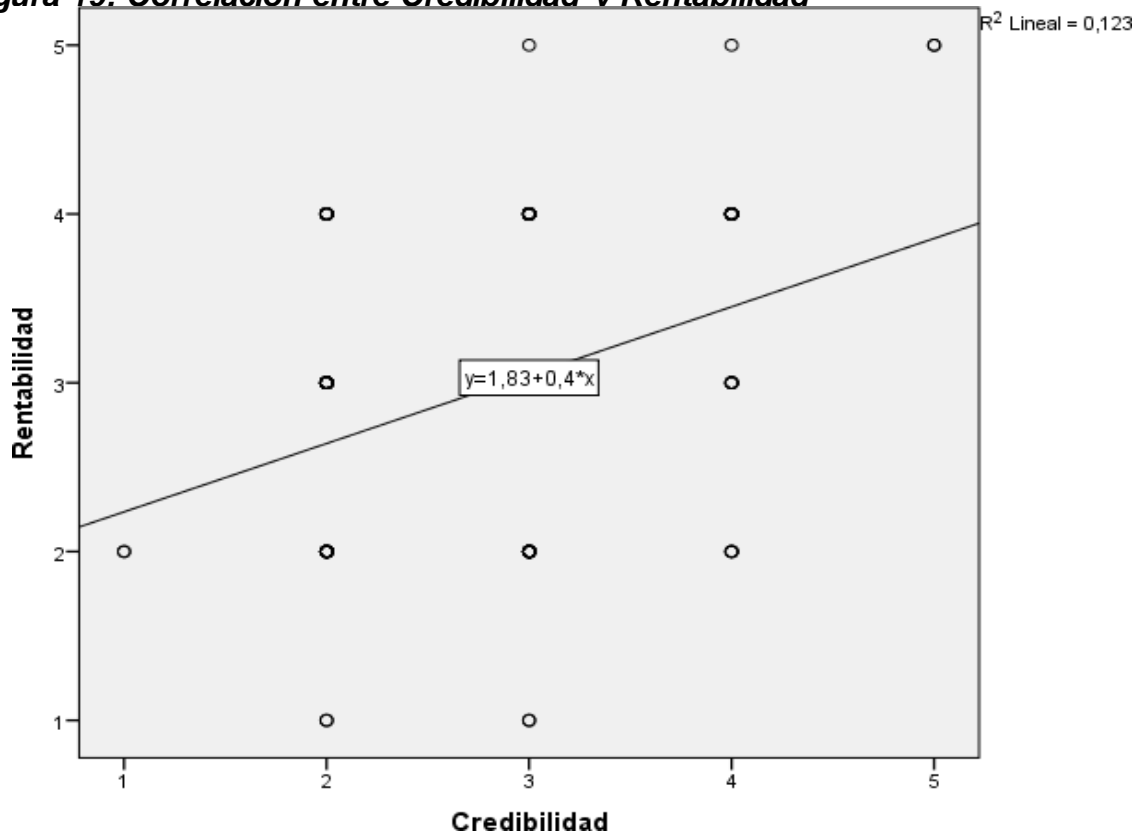
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,411, lo que indica en la escala de Spearman un nivel de correlación moderada.

Tabla 19: Correlación entre Credibilidad y Rentabilidad

		Credibilidad	Rentabilidad
Rho de Spearman	Credibilidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	152
Rentabilidad	Credibilidad	Coeficiente de correlación	0,300
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 19: Correlación entre Credibilidad v Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la credibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

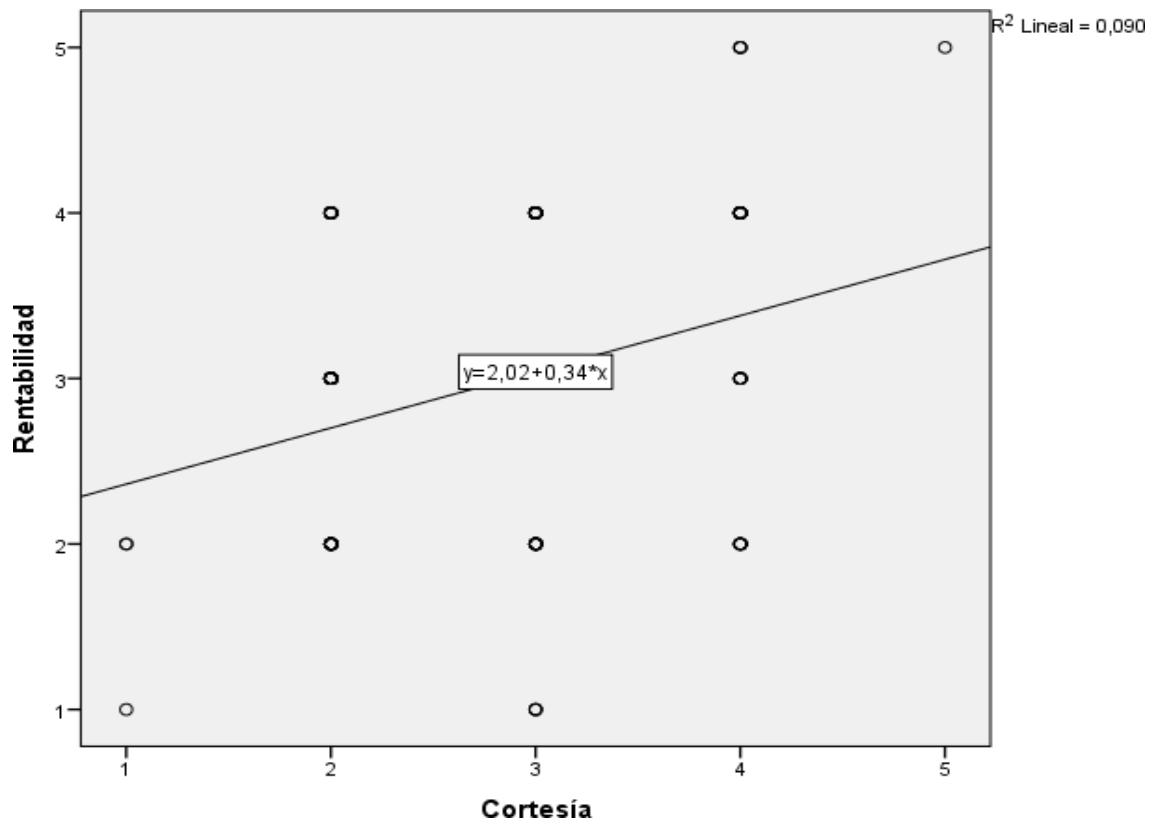
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,300, lo que indica en la escala de Spearman una baja correlación.

Tabla 20: Correlación entre la Cortesía y la Rentabilidad

			Cortesía	Rentabilidad
Rho de Spearman	Cortesía	Coefficiente de correlación	1,000	,254
		Sig. (bilateral)	.	0,002
		N	152	152
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	0,254	1,000
		Sig. (bilateral)	0,002	.
		N	152	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 20.- Correlación entre la Cortesía y la Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la cortesía y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

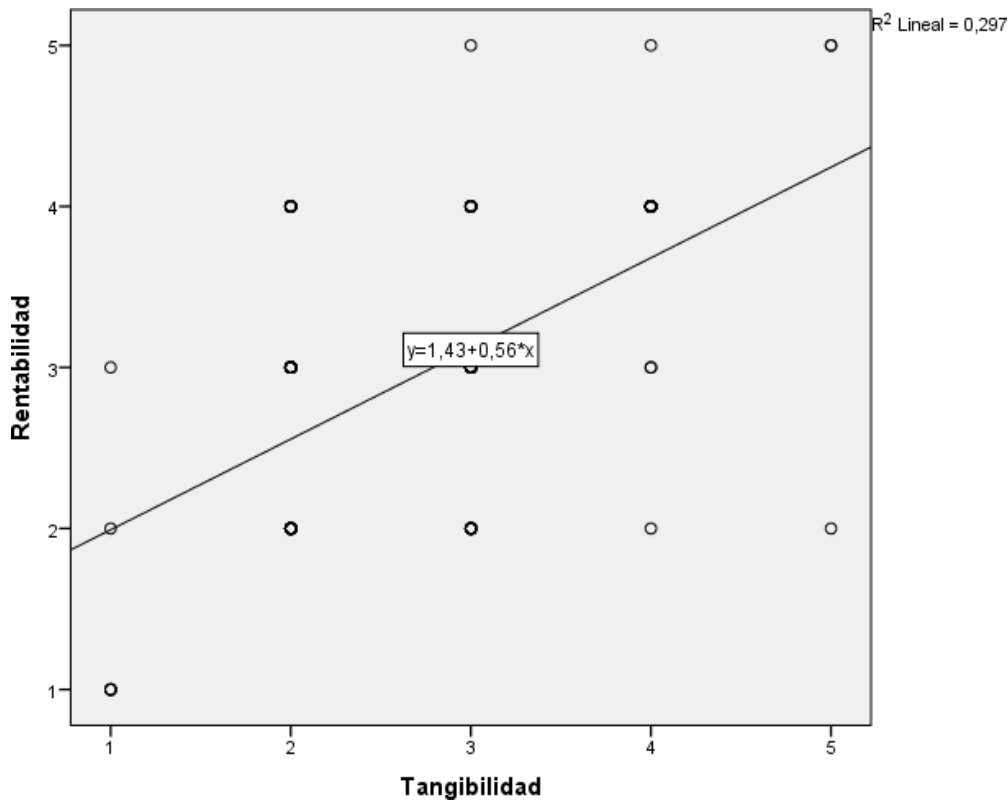
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,254, lo que indica en la escala de Spearman una baja correlación.

Tabla 21: Correlación entre Tangibilidad y Rentabilidad

		Tangibilidad	Rentabilidad
Rho de Spearman	Tangibilidad	1,000	,494
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	152	152
Rentabilidad	Tangibilidad	,494	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	152	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 21: Correlación entre Tangibilidad y Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados obtenidos de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la tangibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

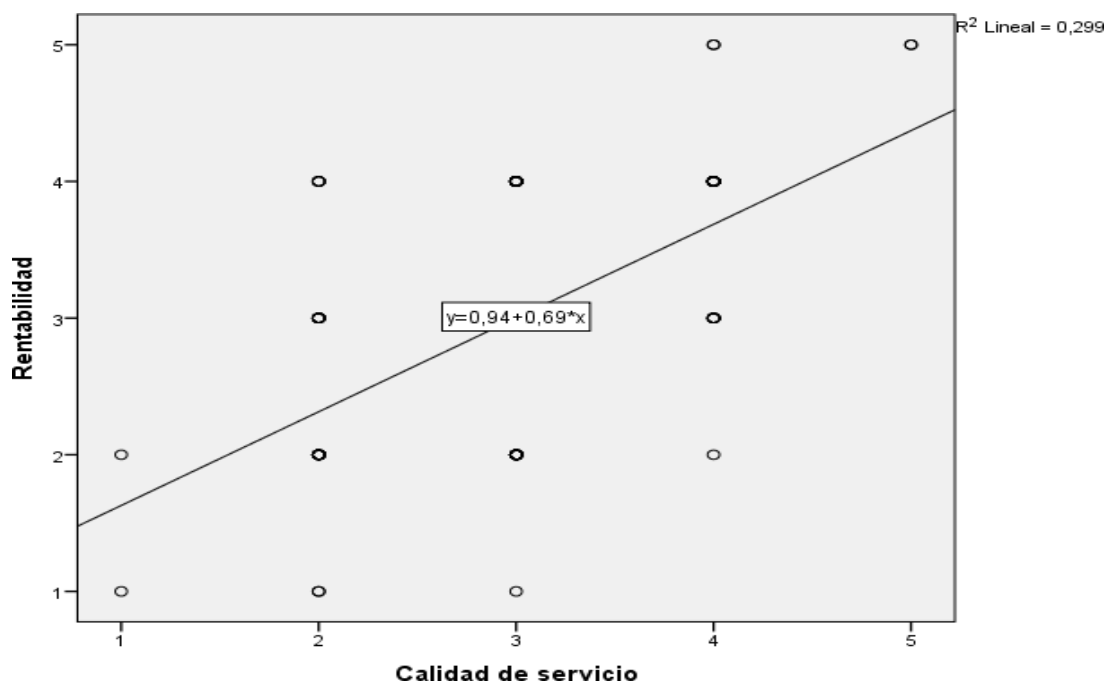
En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,494, lo que indica en la escala de Spearman un nivel de correlación moderada.

Tabla 22: Correlación entre La calidad de servicio y la Rentabilidad

			Calidad de servicio	Rentabilidad
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,504**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	152	152
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,504**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	152	152

Fuente: Elaboración Propia

Figura 22: Correlación entre La calidad de servicio y la Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra los resultados consolidados de las apreciaciones que emitieron los 152 clientes y que fueron considerados como muestra de estudio, sobre la relación que existe entre la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016.

En la tabla se muestra un valor sig. 0,000 que es menor al 0,05 de margen de error, lo que indica la existencia de correlación; de igual forma se percibe un coeficiente de 0,504, lo que indica en la escala de Spearman un nivel de correlación moderada.

Este resultado nos permite concluir que cuanto mejor sea la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Expreso y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, mejor será su rentabilidad.

3.4 PRUEBA DE HIPÓTESIS HIPÓTESIS GENERAL

H: La calidad de servicio se relaciona significativamente en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: La calidad de servicio no se relaciona significativamente en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 23: Prueba de chi-cuadrado Hipótesis general

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	138,793	16	0,000
Razón de verosimilitud	67,381	16	0,000
Asociación lineal por lineal	45,081	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 138,793 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Hipótesis específicas

H1: Existe una relación significativa entre la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: No existe una relación significativa entre la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 24: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 1

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	178,858	16	0,000
Razón de verosimilitud	79,948	16	0,000
Asociación lineal por lineal	30,611	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 178,858 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la confiabilidad se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

H2: Existe una relación significativa entre la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: No existe una relación significativa entre la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 25: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 2

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	197,492	16	0,000
Razón de verosimilitud	73,106	16	0,000
Asociación lineal por lineal	34,257	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 197,492 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la seguridad se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

H3: Existe una relación significativa entre la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

H0: No existe una relación significativa entre la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 26: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 3

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	137,458	16	0,000
Razón de verosimilitud	58,038	16	0,000
Asociación lineal por lineal	33,536	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 137,458 y la X^2_i igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. Igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_i$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la accesibilidad se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

H4: Existe una relación significativa entre la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: No existe una relación significativa entre la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 27: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 4

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	96,501	16	0,000
Razón de verosimilitud	37,242	16	0,002
Asociación lineal por lineal	18,523	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 96,501 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. Igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la credibilidad se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

H5: Existe una relación significativa entre la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: No existe una relación significativa entre la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 28: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 5

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	78,038	16	,000
Razón de verosimilitud	43,969	16	,000
Asociación lineal por lineal	13,620	1	,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 78,038 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. Igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la cortesía se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016

H6: Existe una relación significativa entre la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Ho: No existe una relación significativa entre la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

Tabla 29: Pruebas de chi-cuadrado hipótesis 6

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	209,545	16	0,000
Razón de verosimilitud	98,141	16	0,000
Asociación lineal por lineal	44,839	1	0,000
N de casos válidos	152		

Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la tabla se muestra el valor de la X^2_c igual a 209,545 y la X^2_t igual a 26,2962, del mismo modo el valor sig. Igual a 0,000.

De los resultados que se muestran en la tabla, se deduce que $X^2_c > X^2_t$, del mismo modo el valor $0,000 < 0,05$, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación, vale decir que la tangibilidad se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016.

3.5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación que se ha desarrollado, tuvo como objetivo fundamental determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. Al respecto se ha determinado que sí existe una correlación moderada entre las variables de estudio. En la tabla 22 se muestra un coeficiente de 0,504 que significa correlación moderada, vale decir que la calidad de servicio de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco repercute moderadamente en la rentabilidad de la misma empresa.

La correlación que se ha determinado, estuvo asociado a las dimensiones que también fueron motivo de investigación, por ejemplo se determinó una correlación moderada entre la confiabilidad y la rentabilidad, una correlación moderada entre la seguridad y la rentabilidad, una correlación moderada entre la accesibilidad y rentabilidad, baja correlación entre la credibilidad y rentabilidad, baja correlación entre la cortesía y la rentabilidad, correlación moderada entre la tangibilidad y la rentabilidad.

Los resultados obtenidos, se asemejan a las investigaciones que hicieron otros autores, cuyos resultados fortalecen a los nuestros debido a que una calidad de servicio repercute en la rentabilidad de la empresa, vale decir a mayor calidad, de servicio entonces mejor será la rentabilidad.

Por mencionar, Rojas & Ebner, (2011), realizó un estudio sobre evaluación de la calidad del servicio de transportes a personas en la ciudad de Puerto Montt, Universidad Austral de Chile.

En sus resultados precisan que, para obtener una alta demanda, es necesario que la atención que entregan los trabajadores a los clientes satisfaga las necesidades

reales de estos, es decir cumplir con las expectativas de los consumidores en donde los tiempos de respuesta, la atención de las operadoras y conductores sean relevantes en la toma de decisión del cliente al momento de solicitar este servicio.

De igual forma Ludeña & Rodríguez, (2012), realizó un estudio sobre el incremento de rentabilidad en la empresa “El Carrete” Universidad Central de Ecuador. En su resultado precisa que se muestra bajo nivel de Rentabilidad, esto debido a que la empresa carece de políticas de planificación, financieras, contables, y económicas debido a una escasa organización y atención pertinente al cliente.

Por otro lado, la comparación de resultados que se hizo con las investigaciones que se han considerado como antecedentes, fortalecen a nuestra investigación debido a que la calidad de los servicios es un medio para alcanzar el éxito ante las empresas que ofrecen productos similares es de gran importancia para el empresario. Este aspecto genera como consecuencia la adquisición de los beneficios atribuidos a la calidad de los servicios y que estos permiten aumentar la participación de mercado y la fidelización, indudablemente también permite mejorar la infraestructura, la renovación de las unidades vehiculares como la implementación con equipos que permitan viabilizar de mejor manera el servicio al cliente. . La clave para ofrecer servicios de calidad está en conocer y detallar minuciosamente las necesidades de los clientes.

Del mismo modo se debe tener en cuenta que la rentabilidad en una empresa es fundamental para que exista sostenibilidad en el tiempo, mejoramiento en los servicios, porque a mayor ganancia, mejor será la oportunidad para poder contribuir en el mejoramiento de las unidades vehiculares, la infraestructura y la implementación con equipos.

Finalmente se puede precisar que una buena atención de parte de los trabajadores

de la empresa indudablemente conducirá a que la empresa capte con mayor frecuencia, a los pasajeros que quieren utilizar los servicios y de hecho esto generará mayores ingresos e incremento de capital que permitirá implementar de mejor manera a la empresa y consecuentemente repercutirá en la rentabilidad de la empresa.

CONCLUSIONES

Se ha determinado que la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. En la tabla 22 se muestra un coeficiente de 0,504 y que en la escala de Spearman significa correlación moderada, esto permite afirmar que cuanto mejor sea la calidad de servicio, mejor será la rentabilidad de la empresa.

Se ha determinado que la confiabilidad se relaciona moderadamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real

S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. En la tabla 16 se muestra un coeficiente de 0,422 que significa correlación moderada en la escala de Spearman. Significa correlación moderada, esto permite afirmar que cuanto mejor sea la confiabilidad, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a que los encuestados manifiestan que la puntualidad y la cortesía por parte de los personales de la empresa son regular a muy buena.

Se ha determinado que la seguridad se relaciona moderadamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. En la tabla 17 se muestra un coeficiente de 0,433 y que en la escala de Spearman significa correlación moderada, esto permite afirmar que cuanto mejor sea la seguridad, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a que los encuestados manifiestan la empresa cumple moderadamente con realizar el control de pasajeros antes de abordar al bus, y también con resguardar los equipajes de los pasajeros en lugares adecuados y se detiene en paraderos autorizados.

Se ha determinado que la accesibilidad se relaciona moderadamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real

S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. El coeficiente obtenido es de 0,411, y en la

escala de Spearman significa correlación moderada. Esto permite afirmar que cuanto mejor sea la accesibilidad, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a que los encuestados manifiestan la empresa demuestra accesible a precios y horarios de acuerdo a la necesidad de los usuarios.

Se ha determinado que entre la credibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani- Cusco del año 2016, existe una correlación baja. El coeficiente obtenido en la tabla 19 es de 0,308 y en la escala de Spearman, significa baja correlación. Esto permite afirmar que cuanto mejor sea la credibilidad, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a que los encuestados manifiestan que la empresa no está dando el respaldo adecuado a su imagen empresarial en cuanto al uniforme u identificación del personal de la empresa y debido a ello los usuarios recomiendan pocas veces a otras personas por que la empresa no siempre está cumpliendo con lo ofrecido.

Se ha determinado que entre la cortesía y la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año

2016, existe una baja correlación. En la tabla 20 se muestra el coeficiente de 0,254 y en la escala de Spearman significa baja correlación. Esto permite afirmar que cuanto mejor sea la cortesía, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a que los encuestados manifiestan que el personal de la empresa no demuestra la amabilidad responsabilidad y respeto hacia los usuarios desde el momento de la emisión de los boletos, durante y hasta el final de prestado el servicio.

Se ha determinado que existe una correlación moderada entre la tangibilidad y la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y

Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco del año 2016. En la tabla 21 se muestra un coeficiente de 0,494 y en la escala de Spearman significa correlación moderada. Esto

permite afirmar que cuanto mejor sea la tangibilidad, mejor será la rentabilidad de la empresa debido a Las unidades vehiculares de la empresa cuentan con servicios de higiene y limpieza. Buena iluminación acondicionada a las exigencias del ministerio de transportes para brindar cubrir las necesidades de los usuarios y también la identificación institucional del personal.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al Gerente de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani-Cusco, debe implementar mecanismos para mejorar la calidad de servicio debe organizar reuniones de capacitación al personal administrativo, con la finalidad de fortalecer la atención al cliente y/o distribuir las responsabilidades con los trabajadores dar incentivos, confraternizaciones mejorar la comunicación del jefe al último trabajador para que exista un buen clima laboral, la capacidad de resolver los conflictos entre otros . Sabiendo que el empleado es el corazón de la empresa para fortalecer, mejorar la calidad de servicio en vista a que los usuarios calificaron como regular la calidad de servicio.

Se recomienda para mejorar la confiabilidad, implementar las buenas prácticas cumpliendo con la puntualidad en los horarios de salida y llegada a su destino, capacitación a los personales de la empresa para el mejoramiento de la calidad de servicio para los pasajeros de la empresa.

Se recomienda para mejorar la seguridad, implementar más equipos que permitan realizar el control de pasajeros de manera más eficiente al momento de abordar al bus con cámaras filmadoras, detector de metal y registro adecuado de cada pasajero con su documento de identidad, solo detenerse en paraderos autorizados y el monitoreo a través de GPS satelital para controlar el exceso de velocidad y controlar la ubicación de la unidad vehicular.

Se recomienda para mejorar la accesibilidad, la empresa debe de ampliar los espacios adecuados para el almacenamiento de equipajes, encomiendas con personal capacitado a precios y horarios de acuerdo a la necesidad de los usuarios, también se recomienda ampliar los espacios de los asientos disminuir la cantidad de asientos por la comodidad de los usuarios.

Se recomienda para mejorar la credibilidad, promocionando el servicio con ofertas y mantener la confianza en la calidad de servicio que ofrece la empresa durante su viaje de sus usuarios que están tomando por primera vez.

Se recomienda para mejorar la cortesía, realizar talleres de capacitación para mejorar la cortesía desde el momento de la emisión de los boletos de viaje durante y hasta el final de prestado el servicio. Demostrar la amabilidad, responsabilidad y puntualidad a los usuarios acorde a la necesidad de cada pasajero.

La empresa que demuestra una regular rentabilidad, debe ir mejorando gradualmente con la implementación de sus unidades vehiculares, implementar con equipos para que la atención sea de calidad y continuar con mejorar su infraestructura para que los clientes se sientan cómodos y satisfechos del servicio; este hecho permitirá que se tenga mayor demanda y consecuentemente mejor rentabilidad para la empresa.

Se recomienda que la investigación se continúe profundizando con otros estudios que permitan presentar resultados con mayor precisión respecto a la calidad de servicio y la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real. Estos estudios deben precisar la rentabilidad económica a nivel de movimiento económico financiero

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alberca Ludeña, J. E., & Rodríguez León, G. A. (2012). *Incremento de Rentabilidad en la Empresa El Carrete*.

Andrade Espinoza, S. (2010). Normas internacionales de contabilidad. En *norma internacional de contabilidad 18* (pág. 315). Lima: Andrade.

Cazorla, K. (2010). *Estudio de la calidad de servicio ofrecido por la empresa Naviera Consolidada de Ferrys C.A.* Caracas Venezuela.

Compes López, R. (2005). La Desintegración vertical del Transporte Terrestre en España. *Revista de Economía Institucional*, Scielo .org.co.

Concepto de Ingreso. (2017). *Concepto y Clasificación de Gastos e Ingresos*.

Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/cf016/100.htm>

Duarte, G. (2017). *Contabilidad Básica*. Obtenido de <http://contabilidad-utu1.blogspot.pe/2014/05/concepto-de-ingresos-costos-gastos.html>

Eco Finanzas. (2017). *Eco Finanzas*. Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVO_FIJO.htm

Enríquez, R. (2017). *Conceptos de Tangibilidad*.

Fernández, T. (2017). *Guía de responsabilidad social empresarial y discapacidad de la fundación ONCE*. Obtenido de <http://rsed.fundaciononce.es/prologos.html>

Flores, C. J. (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima*. Lima: <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1111>.

Gallegos Pasco, M. I. (2013). *Tesis control interno corporativo en la administración de transporte Terrestre de pasajeros a nivel Nacional e Internacional caso: empresa de Transporte Flores Hnos. S.R.L.* Obtenido de tesis.pdf - adobe reader.

Gallegos, P. (2013). Proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de transportistas interprovincial análisis de ruta Guayaquil.

Gerencie.com. (2017). *Confiabilidad de la Información Financiera*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/confiabilidad-de-la-informacion-financiera.html>

Gomes Aguirre, A. (2016). *Análisis Tributarios De Los Principales estados financieros*. Lima: El búho.

Gómez Aguirre, A. (2016). *Análisis tributario de los principales estados financieros*. Lima: El Buho.

Gonzales Yupanqui, M. A. (2017). *Clases contables*. Obtenido de <http://aulacontable-paccelly.blogspot.pe/2010/02/plan-contable.html>

Guerra, W. D. (2008). *Sistema de Calidad en el servicio al cliente, en una empresa de transporte tipo Courier*. Guatemala.

León Palomino, J. (2011). *Calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena*.

León Palomo, J., & Pitalua Pinedo, E. (2011). *Tesis aprobada terminal de transporte*. Obtenido de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1421/1/tesis%20aprobada%20terminal%20de%20transporte.pdf>

Ludeña, J. A. (2012). *Incremento de Rentabilidad en la empresa el Carrete*.

Ecuador.

Mena, J. L. (2010). *Gestión de Tesorería en las empresas Multinacional Comercializadoras de Cosmético en el distrito de Santa Ana*. Lima.

Mendoza Conza, J. S. (2012). *Calidad de servicio y rentabilidad de la empresa de transportes turísticos SAMENI S.R.L periodos 2011-2012*. Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2015/Conza_Mendoza_Saret_Jesenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Meza, M. A. (2015). *Adopción y aplicación de las normas internacionales de información financiera*. Lima: Talleres Gráficos.

Núñez, C., Munizaga, M., & Gschwender, A. (2010). *Calculo de indicadores de calidad de servicio del sistema de transporte público de Santiago a partir de datos pasivos de la Universidad de Chile*. Obtenido de http://congresotransporte.uchile.cl/index.php/CIT/article/viewFile/28399/3_0094

Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de cortesía*. Obtenido de

(<http://definicion.de/cortesia/>)

Pérez, J., & Merino, M. (2017). *Definición de Seguridad Privada*. Obtenido de (<http://definicion.de/seguridad-privada/>)

Prado, R. (2009). *El control interno como herramienta para el mejoramiento de la gestión*. Huamanga.

Reyes Ponce, A. (2011). *Calidad de servicio al cliente*. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el terminal de transporte Cartagena: <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1421/1/tesis%20aprobada%20terminal%20de%20transporte.pdf>

Riveros Silva, P. E. (2007). *Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio*.

Bogotá: ECOE.

Rojas, A. (2011). *Evaluación de la calidad de servicio de transportes a personas en la ciudad de Puerto Montt*. Chile.

Ruano Padilla, J. C. (2013). *Tesis de control Interno Corporativo en la Administración de Transporte Terrestre de Pasajeros a nivel Nacional e Internacional en la Empresa de Transportes Flores Hnos. 2010 y 2011*.

Sánchez, O., & Romero, J. (2010). *Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros*. Toluca México.

Slywotzky, A. (2003). *El arte de hacer rentable una empresa*. Bogotá: Norma.

Spielman, J. G. (2012). *Teoría de la seguridad y defensa en el continente americano. Análisis de los casos de EE.UU. de América, Perú y Chile*. Ril Editores.

Sueiro, G. (2017). *Gestión Tendencias concepto básico de Confiabilidad*. Obtenido de <https://avdiaz.files.wordpress.com/2012/06/calidad-y-confiabilidad.pdf>

SUTRAN. (s.f.). Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-superintendencia-de-transporte-terrestre-de-personas/76498.html>

Urquiza Palacios, J. D. (2015). *Repositorio. autonoma.edu.pe*. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/155/1/URQUIZO%20PALACIOS.pdf>

Valencia Ríos, J. A. (2012). *Repository.lasalle.edu.com*. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17153/T11.12%20V234p.pdf?sequence=1>

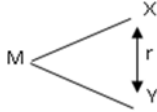
Villalobos, M. M. (2013). *Influencia del sistema de control del área de compras de la rentabilidad de la empresa Autonort Trujillo*. Trujillo: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/133>.

Vinces Arbulu, C. M. (2011). Aplicación del Principio de Subsidiariedad estatal en el Servicio de Transporte Terrestre: situación Peruana. *Revista IUS*, publicaciones.usat.edu.pe.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRÍZ DE CONSISTENCIA

“CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO Y TURISMO REAL SAC, CUSCO – SICUANI, 2016”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA	ESTADÍSTICA
¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?	Determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.	La calidad de servicio se relaciona moderadamente con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.	V1: CALIDAD DE SERVICIO	Confiabilidad	Horarios	TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica Pura NIVEL: Descriptivo Correlacional MÉTODO Hipotético deductivo DISEÑO: Descriptivo, Correlacional TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionari MÉTODO DE ANÁLISIS Se utilizará la estadística descriptiva e inferencial, con prueba de hipótesis, se presentará información en tablas y figuras estadísticas. Se analizará la información con el programa estadístico SPSS 23.	POBLACIÓN: 250 Clientes al año MUESTRA: Probabilística Total de 152 clientes ESQUEMA:  Dónde: M=Muestra X= primera variable Y=segunda variable r= correlación
Velocidad							
Seguridad	Normas de transito						
	Accesorios						
Accesibilidad	Precios						
	Horarios						
Credibilidad	Reconocimiento						
	Recomendación						
Cortesía	Imagen						
	Apariencia						
Tangibilidad	Infraestructura						
	Mantenimiento						
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS SECUNDARIAS					
¿En qué medida se relaciona la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?	Determinar en qué medida se relaciona la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.	Existe una relación moderadamente entre la confiabilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.	V2: RENTABILIDAD	Signos de rentabilidad	Infraestructura		
¿En qué medida se relaciona la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?	Determinar en qué medida se relaciona la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.	Existe una relación moderadamente entre la seguridad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.					

<p>¿En qué medida se relaciona la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani -Cusco del año 2016?</p>	<p>Determinar en qué medida se relaciona la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>	<p>Existe una relación moderadamente entre la accesibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>			<p>Unidades Vehiculares</p>		
<p>¿En qué medida se relaciona la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?</p>	<p>Determinar en qué medida se relaciona la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>	<p>Existe una relación moderadamente entre la credibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>					
<p>¿En qué medida se relaciona la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?</p>	<p>Determinar en qué medida se relaciona la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>	<p>Existe una relación moderadamente entre la cortesía con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>			<p>Equipamiento</p>		
<p>¿En qué medida se relaciona la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016?</p>	<p>Determinar en qué medida se relaciona la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>	<p>Existe una relación moderadamente entre la tangibilidad con la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani - Cusco del año 2016.</p>					

ANEXO 2: CUESTIONARIO CUESTIONARIO

Estimado(a) cliente, el presente cuestionario tiene como propósito determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. de Sicuani- Cusco. Para este efecto solicito a Ud. para que tenga a bien de responder a las preguntas que se formulan en el presente documento, no existen respuestas correctas, su opinión será fundamental para concluir con el trabajo de investigación que vengo realizando.

Marcar la alternativa que considera correcta según la siguiente valoración:

1	2	3	4	5
Nunca	Rara vez	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

NRO	ÍTE MS					
1	La empresa de transporte cumple con salir en la hora establecida.					
2	La empresa de transporte cumple con llegar a su destino la hora establecida.					
3	La empresa de transporte cumple con las normas de tránsito.					
4	La empresa muestra fluida prestación de servicio.					
5	La empresa brinda información verídica, pertinente y oportuna.					
6	La empresa de transporte cumple con realizar el control de pasajeros antes de que aborden al ómnibus.					
7	La empresa de transporte cumple con detenerse solo en los paraderos autorizados.					
8	Las unidades de transporte reportan información a través de equipos de trasmisión satelital.					
9	La empresa muestra espacios adecuados para transportar los equipajes y demás encargos de los usuarios.					

10	El personal de la empresa demuestra conocimiento para realizar labores de estiba y manipulación de los encargos.					
11	La empresa de transporte ofrece tarifas accesibles en su servicio de transportes.					
12	Los horarios ofrecidos por la empresa de transporte se adaptan a la necesidad de los clientes.					
13	La empresa de transportes demuestra la igualdad de oportunidades frente a sus clientes. (trato)					
14	El modelo de la unidad de transporte que presta servicio, es accesible para todo tipo de usuario.					
15	En las unidades de transporte, ha observado asientos preferenciales.					
16	Recomienda Ud. a otras personas utilizar los servicios de la empresa de transporte.					
17	Considera que la empresa de transportes viabiliza los reclamos, quejas de los usuarios.					
18	Escuchó comentarios de problemas suscitados por la empresa de transporte.					
19	La empresa de transporte, cumple con los compromisos establecidos, en beneficio de los usuarios.					
20	Percibe Ud. que la empresa de transporte muestra una buena organización.					
21	Recibe un buen trato por parte del personal que labora en la venta de boletos.					
22	Recibe un buen trato por parte del personal que trabaja dentro de la unidad vehicular.					
23	Los conductores muestran normas de cortesía con los usuarios.					
24	Se muestra un ordenamiento adecuado en los pasillos de la unidad de transporte.					
25	Los empleados de la empresa de transporte, dejan las maletas y bultos en los lugares habilitados para su almacenaje.					

26	Las unidades vehiculares de la empresa cuentan con servicios de higiene y limpieza.					
27	Las unidades vehiculares cuentan con servicios básicos, como servicios higiénicos, iluminación y otros.					
28	Las unidades vehiculares son modernas y acondicionadas a las exigencias del Ministerio de transportes.					
29	Los precios que ofrece la empresa son tangibles a las necesidades del usuario.					
30	Los trabajadores de la empresa se identifican con un uniforme institucional.					

Muchas gracias.



“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

DISEÑO DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del experto: Mgt. Manuel Vicente Solis Yépez

1.2 Profesión: Contador Público Colegiado

1.3 Grado Académico: Magister

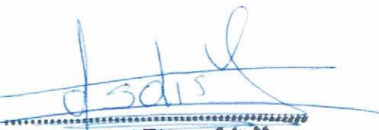
1.4 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Calidad de Servicio y la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. Cusco-Sicuaní, 2016

1.5 Autor de instrumento: ZENOVIA MAMANI TINTAYA

INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIONES	CRITERIO DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Calidad de Servicio y la Rentabilidad	Confiabilidad	¿La empresa de transporte cumple con salir en la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con llegar a su destino la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con las normas de tránsito?	2
		¿La empresa muestra fluidez en prestar el servicio?	2
		¿La empresa brinda información verídica, pertinente y oportuna?	2
	Seguridad	¿La empresa de transporte cumple con realizar el control de pasajeros antes de que aborden al ómnibus?	2
		¿La empresa de transporte cumple con detenerse solo en los paraderos autorizados?	2
		¿Las unidades de transporte reportan información a través de equipos de trasmisión satelital?	2
		¿La empresa muestra espacios adecuados para transportar los equipajes y demás encargos de los usuarios?	2
		¿El personal de la empresa demuestra conocimiento para realizar labores de estiba y manipulación de los encargos?	2
		¿La empresa de transporte ofrece tarifas accesibles en su servicio de transportes?	2
		¿Los horarios ofrecidos por la empresa de transporte se adaptan a la necesidad de los clientes?	2

	¿La empresa de transportes demuestra la igualdad de oportunidades frente a sus clientes? (trato)	2
	¿El modelo de la unidad de transporte que presta servicio, es accesible para todo tipo de usuario?	2
	¿En las unidades de transporte, ha observado asientos preferenciales?	2
Credibilidad	¿Recomienda Ud. a otras personas utilizar los servicios de la empresa de transporte?	2
	¿Considera que la empresa de transportes viabiliza los reclamos, quejas de los usuarios?	2
	¿Escuchó comentarios de problemas suscitados por la empresa de transporte?	2
	¿La empresa de transporte, cumple con los compromisos establecidos, en beneficio de los usuarios?	2
	¿Percibe Ud. que la empresa de transporte muestra una buena organización?	2
Cortesía	¿Recibe un buen trato por parte del personal que labora en la venta de boletos?	2
	¿Recibe un buen trato por parte del personal que trabaja dentro de la unidad vehicular?	2
	¿Los conductores muestran normas de cortesía con los usuarios?	2
	¿Se muestra un ordenamiento adecuado en los pasillos de la unidad de transporte?	2
	¿Los empleados de la empresa de transporte, dejan las maletas y bultos en los lugares habilitados para su almacenaje?	2
Tangibilidad	¿Las unidades vehiculares de la empresa cuentan con servicios de higiene y limpieza?	2
	¿Las unidades vehiculares cuentan con servicios básicos, como servicios higiénicos, iluminación y otros?	2
	¿Las unidades vehiculares son modernas y acondicionadas a las exigencias del Ministerio de transportes?	2
	¿Los precios que ofrece la empresa son tangibles a las necesidades del usuario?	2
	¿Los trabajadores de la empresa se identifican con un uniforme institucional?	2


 Mgt. Manuel Vicente Solís Yopez
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 N° Mat. 3275



“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

DISEÑO DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

DATOS GENERALES:

- 1.6 Apellidos y nombres del experto: Mgt. Bety Concepcion Masías Muñoz
- 1.7 Profesión: Contador Público Colegiado
- 1.8 Grado Académico: Magister
- 1.9 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Calidad De Servicio Y La Rentabilidad De La Empresa De Transportes Expreso Y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016
- 1.10 Autor de instrumento: ZENOVIA MAMANI TINTAYA

INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIONES	CRITERIO DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Calidad de Servicio y la Rentabilidad	Confiabilidad	¿La empresa de transporte cumple con salir en la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con llegar a su destino la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con las normas de tránsito?	2
		¿La empresa muestra fluidez en prestar el servicio?	2
		¿La empresa brinda información verídica, pertinente y oportuna?	2
	Seguridad	¿La empresa de transporte cumple con realizar el control de pasajeros antes de que aborden al ómnibus?	2
		¿La empresa de transporte cumple con detenerse solo en los paraderos autorizados?	2
		¿Las unidades de transporte reportan información a través de equipos de transmisión satelital?	2
		¿La empresa muestra espacios adecuados para transportar los equipajes y demás encargos de los usuarios?	2
		¿El personal de la empresa demuestra conocimiento para realizar labores de estiba y manipulación de los encargos?	2
	Accesibilidad	¿La empresa de transporte ofrece tarifas accesibles en su servicio de transportes?	2
		¿Los horarios ofrecidos por la empresa de transporte se adaptan a la necesidad de los clientes?	2

	¿La empresa de transportes demuestra la igualdad de oportunidades frente a sus clientes? (trato)	2
	¿El modelo de la unidad de transporte que presta servicio, es accesible para todo tipo de usuario?	2
	¿En las unidades de transporte, ha observado asientos preferenciales?	2
Credibilidad	¿Recomienda Ud. a otras personas utilizar los servicios de la empresa de transporte?	2
	¿Considera que la empresa de transportes viabiliza los reclamos, quejas de los usuarios?	2
	¿Escuchó comentarios de problemas suscitados por la empresa de transporte?	2
	¿La empresa de transporte, cumple con los compromisos establecidos, en beneficio de los usuarios?	2
	¿Percibe Ud. que la empresa de transporte muestra una buena organización?	2
Cortesía	¿Recibe un buen trato por parte del personal que labora en la venta de boletos?	2
	¿Recibe un buen trato por parte del personal que trabaja dentro de la unidad vehicular?	2
	¿Los conductores muestran normas de cortesía con los usuarios?	2
	¿Se muestra un ordenamiento adecuado en los pasillos de la unidad de transporte?	2
	¿Los empleados de la empresa de transporte, dejan las maletas y bultos en los lugares habilitados para su almacenaje?	2
Tangibilidad	¿Las unidades vehiculares de la empresa cuentan con servicios de higiene y limpieza?	2
	¿Las unidades vehiculares cuentan con servicios básicos, como servicios higiénicos, iluminación y otros?	2
	¿Las unidades vehiculares son modernas y acondicionadas a las exigencias del Ministerio de transportes?	2
	¿Los precios que ofrece la empresa son tangibles a las necesidades del usuario?	2
	¿Los trabajadores de la empresa se identifican con un uniforme institucional?	2


Mgt. Betty C. Masias Muñoz
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 Mat. 913 - CUSCC

DISEÑO DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del experto: C.P.C.C. Sergio Castro Pancorbo.

1.2 Profesión: Contador Público Colegiado Certificado

1.3 Grado Académico: Titulado

1.4 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Calidad De Servicio Y La Rentabilidad De La Empresa De Transportes Expreso Y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016

1.5 Autor de instrumento: ZENOVIA MAMANI TINTAYA

INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIONES	CRITERIO DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Calidad de Servicio y la Rentabilidad	Confiabilidad	¿La empresa de transporte cumple con salir en la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con llegar a su destino la hora establecida?	2
		¿La empresa de transporte cumple con las normas de tránsito?	2
		¿La empresa muestra fluidez en prestar el servicio?	2
		¿La empresa brinda información verídica, pertinente y oportuna?	2
	Seguridad	¿La empresa de transporte cumple con realizar el control de pasajeros antes de que aborden al ómnibus?	2
		¿La empresa de transporte cumple con detenerse solo en los paraderos autorizados?	2
		¿Las unidades de transporte reportan información a través de equipos de trasmisión satelital?	2
		¿La empresa muestra espacios adecuados para transportar los equipajes y demás encargos de los usuarios?	2
		¿El personal de la empresa demuestra conocimiento para realizar labores de estiba y manipulación de los encargos?	2
	Accesibilidad	¿La empresa de transporte ofrece tarifas accesibles en su servicio de transportes?	2
		¿Los horarios ofrecidos por la empresa de transporte se adaptan a la necesidad de los clientes?	2

	¿La empresa de transportes demuestra la igualdad de oportunidades frente a sus clientes? (trato)	2
	¿El modelo de la unidad de transporte que presta servicio, es accesible para todo tipo de usuario?	2
	¿En las unidades de transporte, ha observado asientos preferenciales?	2
Credibilidad	¿Recomienda Ud. a otras personas utilizar los servicios de la empresa de transporte?	2
	¿Considera que la empresa de transportes viabiliza los reclamos, quejas de los usuarios?	2
	¿Escuchó comentarios de problemas suscitados por la empresa de transporte?	1
	¿La empresa de transporte, cumple con los compromisos establecidos, en beneficio de los usuarios?	2
	¿Percibe Ud. que la empresa de transporte muestra una buena organización?	2
Cortesía	¿Recibe un buen trato por parte del personal que labora en la venta de boletos?	2
	¿Recibe un buen trato por parte del personal que trabaja dentro de la unidad vehicular?	2
	¿Los conductores muestran normas de cortesía con los usuarios?	2
	¿Se muestra un ordenamiento adecuado en los pasillos de la unidad de transporte?	2
	¿Los empleados de la empresa de transporte, dejan las maletas y bultos en los lugares habilitados para su almacenaje?	2
Tangibilidad	¿Las unidades vehiculares de la empresa cuentan con servicios de higiene y limpieza?	2
	¿Las unidades vehiculares cuentan con servicios básicos, como servicios higiénicos, iluminación y otros?	2
	¿Las unidades vehiculares son modernas y acondicionadas a las exigencias del Ministerio de transportes?	2
	¿Los precios que ofrece la empresa son tangibles a las necesidades del usuario?	2
	¿Los trabajadores de la empresa se identifican con un uniforme institucional?	2


 Sergio Castro Pancorbo
 C.P.C.-C. Mat. 1976



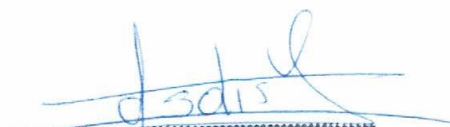
Mgt. Manuel Vicente Solís Yépez

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: Calidad de Servicio y la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso Y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUCIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	FAVORABLE (1 puntos)	DESFAVORABLE (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	1	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos de estudio.	1	
3. La estructura del instrumentos es adecuado.	1	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas (claras y entendibles)	1	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalizacion de la variable.	1	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	1	
7. Las categorías de cada pregunta (variable) son suficientes.	1	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación.	1	


 Mgt. Manuel Vicente Solís Yépez
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 N° Mat. 3275




Mgt. Betty Concepción Masías Muñoz

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: Calidad de Servicio y la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso Y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUCIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	FAVORABLE (1 puntos)	DESFAVORABLE (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	1	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos de estudio.	1	
3. La estructura del instrumentos es adecuado.	1	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas (claras y entendibles)	1	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalizacion de la variable.	1	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	1	
7. Las categorías de cada pregunta (variable) son suficientes.	1	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación.	1	


 Mgt. Betty C. Masías Muñoz
 CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
 Mat. 913 - CUSCO



C.P.C.C. SERGIO CASTRO PANCORBO

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: Calidad de Servicio y la Rentabilidad de la Empresa de Transportes Expreso Y Turismo Real SAC, Cusco-Sicuani, 2016

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUCIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	FAVORABLE (1 puntos)	DESFAVORABLE (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	1	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos de estudio.	1	
3. La estructura del instrumentos es adecuado.	1	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas (claras y entendibles)	1	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalización de la variable.	1	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	1	
7. Las categorías de cada pregunta (variable) son suficientes.	1	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación.	1	



Sergio Castro Pancorbo
- C.P.C.C. Mat. 1976

Abancay, 20 de enero 2017.

SEÑOR: Gerónimo Quispe Huillca.

Gerente General de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C.

Asunto: Solicito autorización para realizar trabajo de investigación (Tesis)


Referencia: Universidad Alas Peruanas Filial Abancay.

Es grato dirigirme a usted en calidad de ser coordinadora de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Alas Peruanas Filial Abancay, con la Finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta.: **Zenovia Mamani Tintaya** con código de estudio N° **2009226784**, bachiller en Ciencias Contables y Financieras identificado con DNI N° 44815974, se encuentra realizando su trabajo de Investigación (Tesis), denominado "**CALIDAD DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO Y TURISMO REAL S.A.C, CUSCO – SICUANI, 2016**" para la obtención de su Título Profesional como CONTADOR PÚBLICO.

El objetivo del presente documento es contar con su autorización para el trabajo de investigación a realizar en la Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C. en la ciudad de Cusco – Sicuani, otorgándole las facilidades para obtener información suficiente.

Muy agradecida por su atención, me suscribo de Ud.


.....
Zenovia Mamani Tintaya
Bachiller
DNI: 44815974

Trans. Expreso y Turismo
REAL S.A.C

.....
Gerónimo Quispe Huillca
GERENTE GENERAL

ANEXO 4: ANEXO FOTOGRAFICO

Fotografía 1. Llenado de encuestas por un usuario Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C.



Fotografía 2. Llenado de encuestas por un usuario Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C



Fotografía 3. Llenado de encuestas por un usuario Empresa de Transportes
Expreso y Turismo Real S.A.C



Fotografía 4. Llenado de encuestas por un usuario Empresa de Transportes
Expreso y Turismo Real S.A.C.



Fotografía 5. Llenado de encuestas por un usuario Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C



Fotografía 6. Empresa de Transportes Expreso y Turismo Real S.A.C.

