



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE
CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L
EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Paiva Calderón Manuel Alexander

ASESOR:

Dr. Sánchez Pacheco Luis Alberto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

PIURA – PERÚ

2019

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 7:00 pm del día VIERNES 14 de DICIEMBRE del 2018.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE CONLLEVE A
INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE Y SERVICIOS
GENERALES MALEGINN S.R.L. EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017**

Sustentada por:

PAIVA CALDERÓN MANUEL ALEXANDER

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

aprosar

RECOMIENDAN

levantar observaciones

Presidente (a) del Jurado: MG. REGINA JIMÉNEZ CHINGA

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: LIC. ALFREDO SEMINARIO VENEGAS

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: DR. LUIS SÁNCHEZ PACHECO

Nombre Completo

Firma

DEDICATORIA

A mi hija Alejandra Billoneth Paiva León:

Por ser fuente de inspiración para mi superación y realización profesional.

A mi esposa Mayra Mercedes León Núñez:

Por ser la fortaleza para alcanzar mi propósito idealizado.

A mis Padres Elizabeth Calderón Juárez y Manuel Ignacio Paiva Valladolid.

Por el afecto inquebrantable y motivación firme para hacerme profesional.

El autor

AGRADECIMIENTO

A mis hermanas:

Por su inmutable apoyo ilimitado, quienes siempre están presentes en todo momento.

El autor

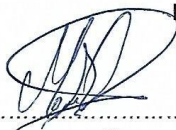
DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo **MANUEL ALEXANDER PAIVA CALDERÓN**, educando de la Escuela Profesional de **Administración**, de la Universidad César Vallejo Sede Piura, expreso que el trabajo académico titulado: "PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017" proviene de mi autoría.

Consecuentemente, declaro lo siguiente:

- He referido todas las fuentes utilizadas en el presente trabajo de investigación, señalando correctamente la cita textual o de parafraseo derivado de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he señalado ninguna otra fuente distinta de las indicadas explícitamente en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido anteriormente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Estoy informado de que mi investigación puede ser analizada electrónicamente para comprobar plagios.
- De evidenciarse uso de material bibliográfico ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me acojo a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, veintitrés de octubre de 2017



Firma

DNI N° 44117875

ÍNDICE

Acta de sustentación.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autoría.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2 Trabajos Previos.....	11
1.3 Teorías Relacionadas al Tema.....	13
Calidad.....	13
Servicio.....	14
Calidad del servicio.....	14
Dimensiones de la calidad en el servicio.....	14
Atención al cliente.....	15
Seguridad.....	15
Confiabilidad.....	16
Infraestructura y equipos.....	16
La Rentabilidad.....	16
Clasificación.....	16
Rentabilidad económica.....	16
Rentabilidad financiera.....	17
Ratios de rentabilidad.....	17
Empresa de Transportes.....	18
Clasificación.....	18
Realización del servicio de transporte.....	19
Cálculo de la producción en el traslado de mercancías.....	20
Incremento de la producción.....	20
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.4.1. Pregunta general.....	21
1.4.2. Preguntas Específicas.....	21
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	21

1.6 OBJETIVOS	22
1.6.1. Objetivo general	22
1.6.2. Objetivos específicos	22
II. METODO	23
2.1 Diseño de Investigación	23
2.2 Variables, operacionalización	23
2.2.1. Variables	23
2.2.2. Operacionalización de las variables	24
2.3 Población, muestra y muestreo	26
2.3.1. Población	26
2.3.2. Muestra	26
2.3.3. Criterios de selección	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
2.4.1. Técnicas.....	26
2.4.2. Instrumentos	27
2.4.3. Validez y confiabilidad	28
2.5. Método de análisis de datos.....	28
2.6. Aspectos éticos	29
III RESULTADOS	30
3.1. Resultado 01	30
3.2. Resultado 02	34
3.3. Resultado 03.....	35
IV DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	36
V CONCLUSIONES.....	40
VI RECOMENDACIONES.....	41
VII PROPUESTA	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
Anexo N° 01: Listado de los clientes permanentes de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.	54
Anexo N° 02: Matriz de consistencia lógica.....	55
Anexo N° 03: Encuesta de satisfacción al cliente.....	60
Anexo N° 04: Actas	77

RESUMEN

La presente investigación titulada “Propuesta para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura - 2017”, tiene como objetivo general Diseñar propuestas para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017. La investigación posee diseño no experimental y descriptivo; para reunir los datos de calidad de servicio que presta la empresa se aplicó un cuestionario a treinta clientes permanentes, los mismos que están explicados mediante cuadros con una paráfrasis comprensible; mientras que para recoger los datos de la rentabilidad de la empresa se aplicó análisis documental del estado de pérdidas y ganancias de la empresa de los años 2015 y 2016, el cual está representado mediante un cuadro comparativo con una interpretación clara; de lo cual aplicados los ratios de rentabilidad se obtuvo como resultado que la rentabilidad que percibe la empresa es positiva. Por otro lado se diseñó una propuesta con estrategias de mejora a fin de brindar servicio de calidad e incrementar la rentabilidad de la empresa.

Palabras clave: Calidad de servicio, Rentabilidad, Propuesta.

ABSTRACT

This research entitled "proposal to guide the quality of service that may lead to increase the profitability of the company of transport and services General Maleginn S.R.L in the city of Piura - 2017", general objective is to design proposals to guide the quality of service that may lead to increase the profitability of the company of transport and services General Maleginn S.R.L in the city of Piura - 2017. The research has design non-experimental and descriptive; to gather the data of quality of service provided by the company, a questionnaire was applied to thirty permanent clients, which are explained through pictures with an understandable paraphrase; While the documentary analysis of the State of losses and profits of the company for the years 2015 and 2016 was applied to collect data on the profitability of the company, which is represented by a comparative table with an interpretation clear; which applied the profitability ratios was obtained as a result profitability that perceives the company is positive. On the other hand was a proposal with strategies for improvement in order to provide quality service and to increase the profitability of the company.

Key words: Quality of service, profitability, proposal.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En el rubro del servicio de transportes periódicamente se ha evidenciado deficiencia en la atención a los clientes, ya que en muchas ocasiones los trabajadores no poseen las exigencias que se requiere para la prestación del servicio; pero además de eso, podemos resaltar también que los vehículos que prestan este servicio en muchas ocasiones no son adecuados, aun mas cuando se trata de transporte de carga, ya que éstos no cuentan con seguridad, como es la carencia de Seguro Obligatorio contra Accidentes de Tránsito - SOAT, revisión técnica, tarjeta de mercancías, así mismo sus unidades no son modernizadas y muchas veces no se ajustan al avance de la prestación del servicio, aunado a ello, no cuentan con un terminal propio donde los clientes envíen o recojan su mercadería, no prestan el servicio de recojo o entrega a domicilio de la mercancía, siendo así un problema para los clientes ya que tienen que buscar las unidades para enviar o recoger su producto.

En este mercado abundan empresas que prestan el servicio de transporte de carga, el cual se ha incrementado actualmente, por ser un rubro que permite adquirir rentabilidad. La competitividad es extensa ya que la mayoría de las empresas que se dedican a este servicio, buscan laborar por todo el país y no solo limitarse a una sola zona. Dichas empresas mayormente son grandes, poseen una organización y extenso tiempo trabajando en el negocio, constantemente modernizan sus unidades, teniendo ventaja sobre las pequeñas que no lo pueden hacer de forma rápida y constante.

Hoy en día es fundamental que las organizaciones cuenten con buena calidad de servicio con sus clientes, para alcanzar mejor posicionamiento en el mercado y con ello el aumento de su rentabilidad, cumpliendo de una manera más rápida los objetivos organizacionales.

Es importante saber que para tener éxito es fundamental que toda empresa siga una serie de actividades que ayuden a conocer las pretensiones de sus clientes y del mercado para poder satisfacer de una mejor manera a sus clientes.

La empresa Maleginn S.R.L., se origina como empresa familiar adquiriendo una unidad tracto camión en el año 2013, inicialmente ofrecía el transporte de carga pesada en el itinerario Piura - Chiclayo e inversamente. Posteriormente el servicio de transporte pesado requerido para este tracto camión, empezó a tener una gran demanda; tanto de unidades, como de ampliación de rutas, razón por la cual se decidió comprar otra unidad contando en la actualidad con tres unidades, a fin de brindar mejor servicio a los usuarios, así como mayor seguridad en la entrega pactada de las mercaderías.

Sin embargo, el servicio de Transporte de carga, es un servicio muy competitivo, tal es así que en la ciudad de Piura, existen diversas empresas dedicadas a dicho rubro, lo que requiere estar en constante competitividad acorde a los requerimientos, exigencias y necesidades de los usuarios del servicio, más aún si el mercado de Piura está en constante crecimiento; ya que cada vez; son más, las personas jurídicas en su condición de empresas y personas naturales las que hacen uso de este tipo de servicio; por tal motivo la empresa tiene que mejorar constantemente en la prestación del servicio, ya que el posicionamiento de la empresa en el mercado, depende de la calidad del servicio que presta.

A todo esto, emerge la necesidad de presentar una propuesta que oriente la calidad del servicio, identificando las oportunidades de la empresa en estudio, satisfaciendo las necesidades de quienes hagan uso de sus servicios.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Ospina (2015), en España: Valencia: *“Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías”*. Este trabajo tuvo por objeto: Aportar una noción acerca del proceso de formación de la calidad de servicio y del valor en el ámbito de la gestión del transporte de mercancías, enunciando el papel que desempeñan la imagen y las Tecnologías de la Información, al explicar la relación entre empresas de la cadena logística, y con ello definir sus efectos de satisfacción y lealtad, concluyendo que las TIC se han

afirmado como herramienta que permite a las empresas adicionar valor a partir de una correcta y eficiente transmisión de información entre los agentes participantes del proceso de transporte de mercancías.

Por su parte, Tobar & Hurtado (2012), en Ecuador: Quito, presentaron un trabajo titulado: *“Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa Aeronet S.A”*; este trabajo tuvo por objeto: Plantear una propuesta para mejorar la rentabilidad y crecimiento de la empresa, concluyendo que es un negocio mediano reflejado en sus activos e ingresos anuales, y comercializa sus actividades bajo gestión administrativa y financiera básica, sin planificación general que guíe sus actividades a objetivos de fuerte crecimiento económico tanto en ingresos, utilidades, mercado y clientes; sin mayores dificultades económico financieras, de cobertura u operativas.

1.2.1. Antecedentes Nacionales

Por su parte, Conza (2016), en Perú: Puno, presentó un trabajo titulado: *“Calidad de servicio y rentabilidad de la empresa de transporte turístico Sameni S.R.L. periodos 2011 - 2012”*, este trabajo tuvo por objeto: Establecer la ocurrencia de la gestión de la calidad de servicio en la rentabilidad de la Empresa de Transporte Turístico Sameni S.R.L. en los periodos 2011 – 2012, y concluyó que hay factores negativos que intervienen en la calidad de servicio; por ello el nivel de calidad en el servicio se determina directamente por el nivel de capacitación actual del personal.

Finalmente, Robles (2015), en Perú, presentó un trabajo titulado: *“Planeación a largo plazo de una empresa de transporte terrestre de pasajeros: modelo teórico”*, este trabajo tuvo por objeto: generar y emplear un plan a largo plazo a fin de mejorar la posición y rentabilidad en la empresa de transporte terrestre de pasajeros, encomiendas y traslado de dinero durante el período: 2015-2019, y concluyó que planificar a largo plazo es un instrumento que permite analizar el comportamiento futuro de las empresas de transporte de pasajeros, y por ende el éxito de éstas; es consecuencia de la habilidad gerencial de sus ejecutivos.

1.2.1. Antecedentes Locales

Por su parte, Mogollón & Morón (2010), en Sullana - Perú, presentaron un trabajo titulado: *“Análisis de la calidad del servicio de la empresa de transportes El Dorado – Sullana y su influencia en la satisfacción del cliente período enero – julio 2010”*, este trabajo tuvo por objeto: Precisar la calidad del servicio de la empresa y la influencia de esta en la satisfacción de los clientes, y concluyó que la calidad del servicio repercute en la satisfacción del cliente, y los aspectos positivos y fuertes se basan en unidades de transportes y precios, por su parte los aspectos negativos se dan en el trato, ambiente y horarios.

Finalmente, Atarama, Gutiérrez, & Vargas (2010), en Piura, presentaron un trabajo titulado: *“Diagnóstico y propuesta de un plan estratégico para orientar la gestión de la empresa iberoamericana de transportes S.R.L. en la ciudad de Piura - 2010”*, este trabajo tuvo por objeto: Diseñar un plan estratégico que posibilite orientar la gestión de la organización y concluyó que es pertinente diseñar un plan estratégico para mejorar sus metas en relación a sus objetivos estratégicos, presentándose debilidades en las capacidades de dirección y baja rentabilidad.

1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

Calidad

En términos generales, es considerada como la respuesta a las exigencias del mercado, ello implica que en la mayoría de los casos, un mismo producto o servicio, no sería capaz de responder a la totalidad de exigencias de un mercado (Uribe, 2011).

En opinión de Frometa, Zayas, & Pérez (2008), la calidad es mucho más que el simple cumplimiento de determinadas especificaciones, ya que no asegura que el cliente este satisfecho, pues un producto o un servicio será de calidad cuando logre satisfacer las necesidades, expectativas y requerimientos del consumidor.

Servicio

Es la *actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, la cual es intangible, y no resulta en la posesión de alguna cosa*, y se distinguen de los productos, ya que éstos últimos son tangibles, y pueden ser fabricados por adelantado, transmitiendo posesión, mientras que el cliente de un servicio adquiere valor sin que se le transfiera la propiedad de ningún elemento tangible, por que las empresas de servicios venden intangibles y experiencias (Setó, 2004).

Por su parte Frometa, Zayas, & Pérez (2008), afirman que el servicio es una prestación accesoria de naturaleza cuantitativa o cualitativa que asiste a la prestación principal, ya sea que consista ésta en un producto o en un servicio; por consiguiente, servicio no implica servilismo, ya que sin cliente no existen empresas y sin servicios no hay empresas, y a diferencia de los productos, los servicios constituyen experiencias vividas; por ello muchas veces el cliente de un servicio expresa su grado de satisfacción hasta después de consumirlo.

Calidad del servicio

Es la actividad que vincula a la empresa con el cliente fomentando satisfacción con dicha actividad. (Frometa, Zayas, & Pérez, 2008)

Dimensiones de la calidad en el servicio

En opinión de Fernández (s.f.) están compuestas por:

- a) **Confiabilidad**: involucra el cumplimiento de lo ofrecido al cliente, respetando los requerimientos ofrecidos, entregando el producto o servicio acorde a lo previsto y estipulado. Se logra cumpliendo con el cliente según el producto o servicio ofrecido.
- b) **Comprensión**: implica proporcionar atención esmerada y personalizada en base a esfuerzos serios.
- c) **Capacidad de respuesta**: se expresa en la celeridad u eficacia de brindar el servicio en el tiempo asignado, procesando requerimientos oportunamente, con respuesta rápida a las demandas.

- d) **Competencia:** implica la capacidad de los directivos y la del personal de soporte, así como la experiencia, conocimiento y destrezas necesarias por parte del personal que atiende a los clientes para brindar el servicio.
- e) **Accesibilidad:** es la proximidad a los usuarios, mediante la atención adecuada del cliente.
- f) **Credibilidad:** implica el desempeño veraz y honesto, con el fin alcanzar la satisfacción del cliente.
- g) **Cortesía:** es el trato amable que se da a los clientes, generando confianza.
- h) **Tangibilidad:** reflejo de las ventajas que obtiene el cliente al adquirir el producto o servicio.
- i) **Empatía:** requiere conocer las pretensiones del cliente para satisfacer sus requerimientos, atendiendo sus necesidades, con alternativas adecuadas; mediante un servicio atento y personalizado.
- j) **Responsabilidad:** es la atención oportuna y eficaz del cliente; así tenemos que la falta de comunicación con la empresa por actos burocráticos, o la falta de atención a las necesidades a sus clientes, genera poca responsabilidad.

Atención al cliente

Involucra la fusión de servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio a través de la prestación del servicio, con detalles y atención adecuada de los empleados, cumpliendo con sus requerimientos. Es una ideología con resultados a largo tiempo, con objetivos firmes de la empresa y del personal (Altuzarra, 2005).

Seguridad

Es la disminución de peligros o inseguridades, tanto en el contexto internacional como personal y corresponde al Estado, gobierno e individuos; la expresión seguridad ha evolucionado con diversas concepciones a lo largo del tiempo, debido a los cambios políticos, económicos y sociales a nivel general (Pérez, 2015).

Confiabilidad

Es el respeto de lo ofrecido al cliente, entregando el producto o servicio de acuerdo a lo ofertado. Se consigue cumpliendo con el cliente de acuerdo al producto o servicio que se ofrece (Fernández, s.f.).

Infraestructura y equipos

Corresponde a los bienes que posee la empresa para optimizar la labor que desempeña y su economía (Cuervo, 2005).

La Rentabilidad

Operación económica en la que intervienen acervos materiales, recursos humanos y/o financieros para alcanzar resultados; lo que implica que la rentabilidad de una empresa se evalúa cotejando el logro final y el costo de los acervos utilizados para obtener dichos beneficios, sin embargo, la cantidad de utilidades se generará de acuerdo a los activos y pasivos de la empresa en la realización de sus operaciones, costeados mediante recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas) que implican algún costo de oportunidad, por el principio de la escasez de recursos, y que se toma en cuenta para su evaluación. (Ccaccya, 2015)

Por su parte Zhamin (s.f.), afirma que “la rentabilidad es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. La rentabilidad caracteriza la eficiencia económica del trabajo que la empresa realiza”. (s.p.)

Clasificación

Rentabilidad económica

También se conoce como rentabilidad de la inversión y es una medida de rendimiento de los activos de una empresa con independencia de su financiamiento en un determinado periodo; permite calificar la eficiencia empresarial, determinando qué tan viable ha resultado en el ámbito del desarrollo de su actividad económica o gestión productiva. Por consiguiente, la rentabilidad económica reflejaría la tasa en la que se remunera la totalidad de los recursos utilizados en la explotación, y

para su medición, se aplican ratios que relacionan cuatro variables de gestión muy importantes para el empresariado: ventas, activos, capital y resultados o utilidades (Ccaccya, 2015).

Rentabilidad financiera

Es una medida que se determina del periodo de rendimiento obtenido por los capitales propios, con independencia de la distribución del resultado; a su vez, puede considerarse como la medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y teóricamente se puede considerar como el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios (Ccaccya, 2015).

Ratios de rentabilidad.

Para Ccaccya (2015), son indicadores y medidas para determinar si una empresa concibe ingresos aptos para costear sus actividades y retribuir a sus dueños; por ende, son medidas que ayudan en el estudio de la capacidad de generar ingresos sobre la base de las ventas, activos e inversiones; así tenemos que los indicadores son variados, entre los principales se presentan los siguientes:

- a) Rentabilidad sobre la inversión (ROA).**- Este ratio determina la rentabilidad del activo de la empresa; y proviene del resultado neto de explotación con las inversiones totales efectuadas en el activo; y para calcularlo se adiciona el ingreso neto a los Intereses obtenidos y se divide con el capital total de la empresa; interpretandose como el ingreso percibido de acuerdo a cada unidad de inversión de la empresa según su actividad, por lo tanto es el porcentaje con el que se remunera los activos de la empresa, tal es así que si la proporción es mayor, la empresa incrementa el rendimiento de las inversiones (Ccaccya, 2015).

- b) Rentabilidad operativa del activo.**- Indicador que registra el crecimiento de la empresa, valorando los elementos que intervienen positiva o negativamente en el periodo de desarrollo de la sociedad, para calcularlo se divide el valor de la unidad operativa, con los bienes de operación (Ccaccya, 2015).

- c) Margen comercial.-** Fija la utilidad de la comercialización valorando la inversión de producción, y se deriva del valor de las Comercializaciones netas menos el valor de la comercialización, dividido con el valor de las comercializaciones netas (Ccaccya, 2015).
- d) Rentabilidad neta sobre ventas.-** Es el valor del ingreso neto dividido con la comercialización, considerando los egresos de operación, financiamientos, tributaciones y costos laborales de la compañía. Su deducción indica los céntimos que se recibe por cada sol recaudado en la venta de mercadería; y se calcula de la división de la utilidad neta con el valor de las ventas, en el que el resultado del ratio debe registrarse o ser mayor a 0.04 (Ccaccya, 2015).
- e) Rotación de activos.-** es el registro que indica la estrategia de la empresa para crear liquidez de un conjunto de activos, se determina del valor total de las ventas, entre el valor global de activos; es decir registra la eficacia con que se usan los activos de la empresa, y se puede vincular con cada tipo de activos, generalmente fijos o corrientes (Ccaccya, 2015).
- f) Rentabilidad sobre patrimonio (ROE).-** refleja los ingresos recabados por los accionistas de la sociedad, denominado como utilidad financiera; se deriva del valor de la utilidad neta dividida con el valor del patrimonio. Para los socios es el registro más significativo, ya que refleja el valor de la compensación acorde a sus acciones, por lo tanto el ratio debe registrarse o ser mayor a 0.07 (Ccaccya, 2015).

Empresa de Transportes

El transporte es uno de los medios primordiales de la cadena logística, y para organizar esta actividad, se debe elegir el medio más apropiado, ya sea transporte terrestre, lacustre, aéreo, ferroviario, Etc.; programando debidamente las rutas de recorrido, a fin de establecer la red de distribución correspondiente (Bureau, 2009).

Clasificación

Bureau (2009), afirma que atendiendo a diferentes criterios, se pueden establecer distintas clasificaciones, entre ellas tenemos:

a) **Según el modo de transporte.**- éste servicio se puede proporcionar por carretera, Ferrocarril, Marítimo, Aéreo, Canales y vías fluviales, Oleoductos (Bureau, 2009).

b) **De acuerdo a la propiedad de los medios de transporte**, para Bureau (2009) se subdivide en:

- **Propio**: el traslado se realizará con unidades pertenecientes a la sociedad conducido por personal de su planilla.
- **Contratado**: las unidades ocupadas son ajenas a la sociedad a la que pertenecen las mercancías.
- **Mixto**: ocupa unidades de la sociedad y de terceros.

c) **Por el lugar en el que se realizan los desplazamientos**: se puede dar a nivel internacional, nacional, regional, local (Bureau, 2009).

d) **De acuerdo al tipo de servicio**, en opinión de Bureau (2009), se divide en:

- **Regular**: esto implica que los servicios de transporte se desarrollan acorde a programaciones determinadas según fechas y horas fijas.
- **Discrecional**: los servicios de transporte se realizan sin sujeción a itinerarios ni horarios preestablecidos.

e) **Según el régimen de carga**, para Bureau (2009) se subdivide en:

- **Carga completa**: aquel que para su prestación, desde el recibimiento de la mercancía hasta su distribución final, no presenta actividades intermedias, como manipulaciones, almacenamientos, entre otros.
- **Carga fraccionada**: Transporte que para cuya ejecución, resultan precisas actividades complementarias.

Realización del servicio de transporte

Para producir servicios de traslado, se necesita hacer uso de infraestructura, unidades vehiculares, personal capacitado, insumos, equipamiento adecuado para el personal; entre otros. Esto implica que las empresas de transporte que presten servicios estén operativos en cuanto se les requiera; Así tenemos que la prestación y requerimientos de los proveedores de carga de

mercancías, se expresan considerando el recorrido, y cantidad de toneladas restando la cantidad de kilómetros transitados, por el total de toneladas transportadas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

Cálculo de la producción en el traslado de mercancías.

De acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015), para determinar la producción de vehículos se debe conocer su capacidad de carga, el cual considera dos Criterios:

a) Criterio de carga.- se deriva del peso total transportado, en relación al tonelaje útil de la unidad, así tenemos que el factor de carga es igual a la cantidad de toneladas trasladadas, sobre el tonelaje útil.

b) Criterio de retorno vacío.- se determina considerando la distancia del recorrido con mercancías, en relación a la distancia total recorrida; en el que los indicadores de productividad más representativos lo conforman el número de toneladas trasladadas por la unidad y la mercadería trasladada por galón de combustible usado; por ende se tiene que el criterio de retorno vacío, está compuesto por distancia con carga sobre distancia total (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

Incremento de la producción.

Depende de actividades que perfeccionen la sociedad o prestación de transporte, mediante la disminución de gastos; e incremento y mejoramiento del uso de equipos e infraestructuras; debidamente organizados y coordinados internamente; adaptándose al mejoramiento continuo según la evolución tecnológica; perfeccionando la prestación del servicio de forma oportuna e innovadora, generándose con ello el incremento de la producción y la optimización de la calidad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1. Pregunta general

¿Qué propuesta de calidad del servicio conllevaría a incrementar la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?

1.4.2. Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la calidad de servicio que posee la empresa Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?
- ¿Cuál es la rentabilidad de la prestación de servicios de la empresa Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?
- ¿Cuál es el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la empresa Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Hoy vivimos en una época de globalización, donde el sector transportes está siendo competitivo, por lo que la presente investigación se considera útil y permitirá a la empresa Maleginn S.R.L dotarse de una herramienta como es la propuesta para mejoramiento continuo de la calidad del servicio que brindara dicha empresa a su mercado, y al mismo tiempo la organización pueda obtener una ventaja competitiva, una mayor participación y posicionamiento en el mercado.

Una de las razones por la que toda empresa debe tener propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio, es porque le permitirá tener un incremento en su participación y posicionamiento en el mercado, logrando con ello los objetivos de la empresa.

Al desarrollar las propuestas para orientar la calidad del servicio, se da un paso para el desarrollo de transportes de toda la zona que brindara beneficios a la comunidad, ofreciendo nuevas oportunidades de trabajo, alcanzando un mejor nivel económico.

La empresa Maleginn S.R.L. fue escogida por poseer facilidades de acceso a la información a través del propietario; el mismo que estuvo de acuerdo para realizar un estudio de propuestas que le permitan orientar la calidad del servicio.

Desde el punto de vista práctico, esta empresa al contar con propuestas de mejoramiento de calidad de su servicio representa una gran ventaja y en especial en su sector de transporte pesado.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo general

Plantear propuesta para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura– 2017.

1.6.2. Objetivos específicos

- Analizar la calidad de servicio que posee la empresa Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017.
- Determinar la rentabilidad de las prestaciones de servicios de la empresa Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017.
- Identificar el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la empresa Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017.

II. METODO

2.1 Diseño de Investigación

Es la estrategia ideada para recabar la información que se requiere para responder al planteamiento del problema; acorde a su teoría (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Se cumple la siguiente clasificación:

a) Investigación no experimental: Debido a que no se manipularon las variables en estudio.

Es decir; las variables independientes no se varían en forma intencional para saber la consecuencia de éstas en comparación a las demás variables; pues, las variables se estudian tal como se dan en su tenor natural.

b) Investigación descriptiva: ya que ubicó en las variables a estudiadas a efecto de cumplir con la descripción de las características.

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1. Variables

- Variable Independiente: Calidad de servicio

Definición conceptual: Proceso de cambio que atañe a toda organización respecto a valores, actitudes y comportamientos en beneficio de los clientes de nuestro negocio (Prieto, 2014).

- Variable Dependiente: Rentabilidad

Definición conceptual: "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". (Sánchez, 2002, p.2)

2.2.2. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Calidad del servicio	Son las expectativas que tienen y esperan los clientes en relación al bien o servicio que reciben.	Atención al cliente	Se aplicó un cuestionario que midió las siguientes dimensiones: grado de satisfacción del cliente.	- Atención de empleados - Nivel del servicio - Recompra	Nominal
		Seguridad	Se aplicó un cuestionario que midió las siguientes dimensiones: carga transportada hasta lugar de destino cumpliendo medidas de seguridad de los clientes y de la empresa.	- Llegada a tiempo - Seguridad para el traslado de mercancías. - Información inmediata del traslado de mercancías.	Nominal
		Confiabilidad	Se aplicó un cuestionario que midió las siguientes dimensiones: Nivel de confiabilidad que ofrece la empresa en función al servicio que presta a sus clientes.	- Comodidad - Cumplimiento	Nominal
		Infraestructura y equipos	Se aplicó un cuestionario que midió las siguientes dimensiones: infraestructura adecuada y vehículos operativos para la prestación del servicio e Instalaciones seguras.	- Infraestructura adecuada - Almacenes limpios y ordenados - Unidades vehiculares operativas	Nominal

Rentabilidad	Es el beneficio obtenido de la inversión hecha por la empresa.	Nivel de producción de los servicios de transporte terrestre de mercancías.	Se realizó una entrevista que midió la dimensión correspondiente al grado de rentabilidad obtenida por la empresa derivada de la oferta y prestación de sus servicios, atendiendo a que la empresa de transporte, brinda el servicio que está disponible sólo en un momento determinado, en ese sentido la producción u oferta de transporte se calcula teniendo en cuenta la distancia transitada y se mide de acuerdo a los kilómetros recorridos por el total de toneladas transportadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos - Gastos administrativos - Precio de producción. - Costo de prestación del servicio según distancia y toneladas de carga transportada. 	Racional
		Margen de Utilidad	Se evaluó el nivel de la rentabilidad que percibe la empresa por los servicios prestados teniendo en cuenta la inversión, precio ofertado en el mercado y las utilidades generadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Costo de producción según distancia y toneladas de carga transportada. - Rentabilidad de capital de inversión. - Utilidad neta 	Racional

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Se conformó por personas que cumplen los criterios de investigación que se incluyeron en la indagación, los mismos que corresponden a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la empresa Maleginn S.R.L. En otro extremo, está compuesta por el Gerente de la empresa, para obtener información de la rentabilidad que percibe, por los servicios prestados.

2.3.2. Muestra

Por la cantidad de personas que conforman la población, se censo a toda la población en general compuesta por treinta clientes permanentes de la empresa Maleginn S.R.L. así como al gerente de ésta.

2.3.3. Criterios de selección

Criterios de inclusión: se consideró a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios, así como al gerente de la empresa.

Criterios de Exclusión: No fueron aplicados, dado el número reducido de población.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnicas

Encuesta:

Esta técnica se utilizó para recoger los datos del nivel de complacencia de los clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa. Para ello se utilizó un cuestionario como instrumento.

Para Martínez & Ávila (2010) “el cuestionario es un documento que contiene una serie de preguntas sobre algún tema específico, y se entrega a un determinado grupo de individuos con objeto de reunir datos acerca del asunto o problema que se estudia” (p. 114).

Entrevista:

Técnica que permitió recabar datos del parecer del Gerente de la empresa, para obtener información relacionada con la rentabilidad de la empresa Maleginn S.R.L., utilizándose una guía de entrevista.

En opinión de Tamayo (2005) “es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales” (p.189).

Análisis documental:

Posibilitó recolectar información constituida por los ingresos y egresos de la empresa Maleginn S.R.L., consistente en el estado de ganancias y pérdidas de los años 2015 y 2016, los mismos que se analizaron mediante un cuadro comparativo.

Por su parte, Becerra (2012) señala que es la técnica utilizada para la separación e interpretación de la estructura y contenido de un documento; por ende, el instrumento para esta técnica puede variar de acuerdo al tipo y/o características del documento sometido a análisis.

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario: se empleó para recoger datos, utilizando la encuesta que se realizó a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la empresa Maleginn S.R.L.

Según (Osorio, s.f.), el cuestionario es un instrumento de investigación, que se utiliza para buscar información con algún objetivo en particular.

Guía de entrevista: se aplicó al Gerente de la empresa Maleginn S.R.L. a fin de conocer datos complementarios para el logro de los objetivos de la investigación.

Este instrumento sirvió de ayuda para el investigador, teniendo en cuenta preguntas preestablecidas, para obtener respuestas relacionadas con el objeto de estudio.

Cuadro Comparativo: instrumento utilizado para comparar los datos relacionados con los ingresos y egresos de la empresa Maleginn S.R.L., correspondiente a los años 2015 y 2016.

Es el instrumento que sirvió de apoyo al investigador, y se basó en la comparación de los datos recabados, obteniendo información pertinente.

2.4.3. Validez y confiabilidad

Validez: para identificar y establecer el valor y la confiabilidad del cuestionario, se consultó con especialistas, estos fueron:

- Dr. Luis Alberto Sánchez Pacheco, Lic. Alfredo Seminario Venegas y el Dr. Freddy William Castillo Palacios.

Confiabilidad: se acudió a al Ing. Ricardo Antonio Armas Juárez, quien utilizando la fiabilidad de Alfa de Cronbach evaluó que el instrumento tiene una confiabilidad buena de 0,834; instrumento que se utilizó a través de la encuesta que se realizó a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la empresa Maleginn S.R.L.

2.5. Método de análisis de datos

Se aplicó un método mixto, mientras que, el análisis de datos estadísticos fueron representados mediante tablas con interpretación comprensible.

Para el análisis de datos de la entrevista se efectuó una interpretación literal, a efecto de valorar los datos obtenidos del gerente de la empresa Maleginn S.R.L. respecto a la aceptación de la empresa en el mercado y las políticas de calidad que influyen en la rentabilidad.

2.6. Aspectos éticos

El investigador respetó el carácter fidedigno y de los resultados, la confiabilidad de los datos e información suministrados y finalmente se respetó el anonimato de las personas que participaron en la investigación.

III RESULTADOS

3.1. RESULTADO Nº 01

Objetivo Nº 01: Analizar la calidad de servicio que posee la empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017.

TABLA Nº 01
DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL CLIENTE.

DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL CLIENTE	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Los empleados de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. ofrecen un servicio rápido y de calidad a sus clientes según sus necesidades.	0	0	0	0	3	10	11	37	16	53
Calificación del nivel del servicio prestado por la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.	0	0	0	0	3	10	18	60	9	30
¿Volvería a realizar actividades comerciales con nosotros nuevamente en el futuro?	0	0	0	0	2	6.67	20	66.67	8	26.67
¿Recomendaría este servicio?	0	0	0	0	2	7	12	40	16	53
PROMEDIO	0	0	0	0	3	8.42	15	50.92	12	40.67

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.- **Elaboración propia.**

Interpretación: Los resultados de la **Tabla Nº 01, presenta la dimensión atención al cliente**, medida a través de los indicadores y las respectivas preguntas; refleja que la percepción del 53% estimó que está totalmente de acuerdo con la rapidez y calidad del servicio que presta la empresa; a su vez el 60% calificó estar de acuerdo con el nivel del servicio de la empresa; por su parte el 66.67% calificó estar de acuerdo con volver a realizar actividades comerciales con la empresa; y el 53% estuvo totalmente de acuerdo con recomendar el servicio que presta la empresa; mientras que el 0% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente; con cada uno de los indicadores evaluados. En estas cinco escalas de medición, la percepción de los clientes permanentes de la empresa, es positiva.

TABLA Nº 02
DIMENSIÓN: SEGURIDAD

DIMENSIÓN: SEGURIDAD	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cumple con el servicio dentro del tiempo pactado?	0	0	0	0	1	3	15	50	14	47
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cumple con asegurar que llegue a su destino toda la mercancía, entregándola en buen estado?	0	0	0	0	2	7	16	53	12	40
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con cobertura de riesgos y seguros para el traslado de las mercancías?	0	0	0	0	3	10	18	60	9	30
¿La empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. lo mantuvo informado sobre el proceso de traslado de su mercancía?	0	0	0	0	1	3	12	40	17	57
¿Los empleados de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. informan de manera puntual y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio de transporte?	0	0	0	0	0	0	21	70	9	30
PROMEDIO	0	0	0	0	2	4.6	16	54.6	12	40.8

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes. - **Elaboración propia.**

Interpretación: Los resultados de la **tabla Nº 02, presenta la dimensión Seguridad**, medida a través de los indicadores y las respectivas preguntas; en la que se observa que la percepción del 50% está de acuerdo con el cumplimiento del servicio en el tiempo pactado; el 53% calificó estar de acuerdo respecto al cumplimiento de entrega de mercancía en buen estado; mientras que el 60% calificó estar de acuerdo que la Empresa cuenta con cobertura de riesgos y seguros para el traslado de las mercancías. A su vez el 57% estimó que está totalmente de acuerdo que la empresa lo mantuvo informado sobre el proceso de traslado de su mercancía, y el 70% calificó estar de acuerdo que los empleados de la Empresa informan de manera puntual y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio de transporte, mientras que el 0% señalo que está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente; con cada uno de los indicadores evaluados, advirtiéndose que la percepción de esta dimensión por parte de los clientes permanentes de la empresa es positiva.

TABLA N° 03
DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD

DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿El personal de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. tiene imagen de honestidad y confianza?	0	0	0	0	0	0	21	70	9	30
¿Las tarifas que cobra la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. se ajustan al servicio que oferta?	0	0	0	0	0	0	23	77	7	23
¿Su mercancía y/o productos, llegaron en buen estado?	0	0	0	0	0	0	18	60	12	40
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cumple con el servicio pactado?	0	0	0	0	1	3	21	70	8	27
PROMEDIO	0	0	0	0	1	0.75	20	69.25	9	30

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.- **Elaboración propia.**

Interpretación: Los resultados de la **tabla N° 03, presenta la dimensión confiabilidad**, medida a través de los indicadores y las respectivas preguntas; de lo cual se observa que la percepción del 70% calificó estar de acuerdo con la Imagen de honestidad y confianza del personal de la empresa; el 77% afirmó estar de acuerdo con las tarifas que cobra la empresa por estar acorde al servicio, a su vez el 60% calificó estar de acuerdo con la Llegada de su mercancía en buen estado; y el 70% calificó estar de acuerdo con el cumplimiento del servicio pactado con la empresa; mientras que el 0% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente; con cada uno de los indicadores evaluados, advirtiéndose que la percepción por parte de los clientes permanentes de la empresa es positiva.

TABLA N° 04
DIMENSIÓN: INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS

DIMENSIÓN: INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Los equipos de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. tienen apariencia de ser modernos?	0	0	0	0	4	13	18	60	8	27
¿Las instalaciones físicas de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. son visualmente atractivas?	0	0	0	0	7	23.33	22	73.33	1	3.34
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con infraestructura adecuada como balanzas y parihuelas para la recepción de las mercancías?	0	0	0	0	1	3	14	47	15	50
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con infraestructura adecuada como es montacargas y camionetas para el despacho de mercancías?	0	0	0	0	2	7	19	63	9	30
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con infraestructura adecuada como estantes y armazones para el almacenamiento de las mercancías?	0	0	0	0	2	7	19	63	9	30
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con disponibilidad de vehículos para la prestación del servicio?	0	0	0	0	0	0	20	67	10	33
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con vehículos operativos para la prestación del servicio?	0	0	0	0	2	7	15	50	13	43
¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con vehículos adecuados para la prestación del servicio acorde a sus pretensiones?	0	0	0	0	2	7	18	60	10	33
PROMEDIO	0	0	0	0	3	8.42	18	60.42	9	31.17

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.- **Elaboración propia.**

Interpretación: Los resultados de la Tabla N° 04, presenta la **dimensión infraestructura y equipos**, observándose que el 60% está de acuerdo que los equipos de la empresa tienen apariencia de ser modernos; el 73.33% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con Instalaciones físicas visualmente atractivas, el 50% estimó que está totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con Infraestructura adecuada para recepción de mercancías, el 63% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con Infraestructura adecuada para el despacho de mercancías, el 63% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con Infraestructura adecuada para almacenamiento de mercancías, el 67% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con Disponibilidad de vehículos para la prestación del servicio; el 50%

calificó estar de acuerdo que la Empresa cuenta con vehículos operativos para la prestación del servicio; y el 60% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con vehículos adecuados para la prestación del servicio acorde a sus pretensiones; mientras que el 0% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente; con cada uno de los indicadores evaluados, advirtiéndose que la percepción por parte de los clientes permanentes de la empresa es positiva.

3.2. RESULTADO N° 02

Objetivo N° 2: Determinar la rentabilidad de las prestaciones de servicios de la Empresa de Transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017.

**TABLA N°05
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.**

EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L.			
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PARA EL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS 2015 Y 2016			
DESCRIPCIÓN	AÑO		DESCRIPCIÓN
INGRESOS	2015	2016	INGRESOS
Transportes generales netos (dos viajes al mes, con un valor de 8, 000 cada viaje)	192,000.00	288,000.00	Transportes generales netos (tres viajes al mes, con un valor de 8, 000 cada viaje)
Ingreso por interés por retraso de cancelación del servicio	5,000.00	0.00	Ingreso por interés por retraso de cancelación del servicio
Ganancia por servicios generales, consistentes en 10 servicios locales mensuales.	20,000.00	30,000.00	Ganancia por servicios generales, consistentes en 10 servicios locales mensuales.
Ingreso Total	S/217,000.00	S/318,000.00	Ingreso Total
COSTOS Y GASTOS	2015	2016	COSTOS Y GASTOS
Costo de los transportes y servicios generales realizados (Recursos, insumos requeridos en los dos viajes mensuales, a razón de 4840 cada viaje)	- 116,160.00	- 174,240.00	Costo de los transportes y servicios generales realizados (Recursos, insumos requeridos en los tres viajes mensuales, a razón de 4840 cada viaje)
Gastos generales y administrativos (Viáticos, y haberes del personal administrativo, por dos viajes al mes, a razón de 940 cada viaje)	- 22,560.00	- 33,840.00	Gastos generales y administrativos (Viáticos, y haberes del personal administrativo, por tres viajes al mes, a razón de 940 cada viaje)
Costos y gastos totales	- S/138,720.00	- S/ 208,080.00	Costos y gastos totales
Ingreso total – Costos y gastos totales = Utilidad bruta	S/ 78,280.00	S/ 109,920.00	Utilidad bruta = Ingreso total – Costos y gastos Totales
Rentabilidad de margen comercial	0.36	0.35	Rentabilidad de margen comercial

Fuente: Estado de ganancias y pérdidas del año 2015 y 2016 de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. facilitado por el Gerente de la Empresa en la entrevista aplicada - **Elaboración propia del autor.**

Interpretación: La Tabla N° 5, revela que la Rentabilidad de margen comercial de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. en el año 2016; después de impuestos fue de 0.35 céntimos por cada sol de ingresos, mientras que para el año 2015 significó que obtuvo la suma de 0.36 céntimos por cada sol de ingresos, lo que implica que la empresa obtuvo una rentabilidad de 35% y 36 % respectivamente; identificándose que en el año 2016 hubo incremento de ventas, costos y utilidades brutas, en comparación al año 2015.

3.3. RESULTADO N° 03.

Objetivo N° 3: Identificar el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017.

TABLA N° 06
DIMENSIONES DE CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
ATENCIÓN AL CLIENTE	0	0	0	0	3	8.42	15	50.92	12	40.67
SEGURIDAD	0	0	0	0	2	4.6	16	54.6	12	40.8
CONFIABILIDAD	0	0	0	0	1	0.75	20	69.25	9	30
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS	0	0	0	0	3	8.42	18	60.42	9	31.17
TOTAL	0	0	0	0	2	5.55	17	58.79	11	35.66

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.- **Elaboración propia.**

Interpretación: *Los resultados de la tabla N° 06, identifican las cuatro dimensiones de calidad de servicio* que el usuario desea en la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L; así tenemos que el 50.92% calificó estar de acuerdo con la dimensión atención al cliente; a su vez el 54.6% calificó estar de acuerdo con la seguridad de la empresa; el 69.25% estimó que está de acuerdo con la confiabilidad de la empresa; y el 60.42% calificó estar de acuerdo que la empresa cuenta con la infraestructura y equipos adecuados para la prestación del servicio. Mientras que el 0% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente; con cada uno de las dimensiones evaluadas, advirtiéndose que la percepción por parte de los clientes permanentes de la empresa es positiva.

IV DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Objetivo N° 01: Analizar la calidad de servicio que posee la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. en Piura – 2017.

La Variable calidad de servicio, medida a través de los indicadores y las respectivas preguntas; tenemos que en la tabla N° 01 el 50.92% estuvo de acuerdo con la atención al cliente; a su vez en la tabla N° 02 el 54.6% estimó estar de *acuerdo* con la seguridad de la empresa. Así mismo en la tabla N° 03 el 69.25% estimó estar *de acuerdo con* la confiabilidad del servicio brindado por la empresa. Y; en la tabla N° 04, se registró que el 60.42% estimó estar *de acuerdo con* la Infraestructura y equipos *de la empresa*, de lo que podemos afirmar que la percepción de los clientes permanentes de la empresa es positiva, ya que los porcentajes registrados corresponden a los de mayor aceptación en cada una de las dimensiones evaluadas, no evidenciándose estimación negativa en relación a dichas dimensiones. Por ende, este resultado comparado con la investigación de Mogollón & Morón (2010) en la que afirma que la calidad del servicio si influye en la satisfacción del cliente, debido a que sus aspectos positivos y fortalezas están en unidades de transportes y precios, mientras que sus aspectos negativos son el trato, ambiente y horarios, se puede inferir que la atención al cliente es el nexo que une al servicio al cliente, satisfacción del cliente y calidad en el servicio.

De lo antes expuesto; cabe señalar que los resultados obtenidos se deben al servicio que realiza la empresa, los mismos que reflejan la percepción que tiene cada uno de los clientes permanentes, por lo que al contrastarse con otras investigaciones, servirá como un antecedente.

Objetivo N° 02: Determinar la rentabilidad de las prestaciones de servicios de la Empresa de Transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017.

La Tabla N° 5, revela la Rentabilidad que obtuvo la empresa Maleginn S.R.L. *así tenemos que* aplicando el ratio de margen comercial, *para el año 2016*, la empresa obtuvo una rentabilidad de 0.35 céntimos por cada sol de ingresos, equivalente al 35% del total de ingresos, el cual oscila a S/ 38,472.00, mientras que para el año

2015, obtuvo una rentabilidad de 0.36 céntimos por cada sol de ingresos, equivalente al 36% del total de ingresos, ascendente a S/ 28,180.80, Lo cual se dedujo de la siguiente manera:

Ratio de margen comercial del año 2016:

$$\frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{318,000.00 - 208,080.00}{318,000.00} = 0.35$$

Para obtener el nivel porcentual de la ratio se multiplico por 100, así tenemos: $0.35 \times 100 = 35\%$; Finalmente, para deducir el valor equivalente del 35% del total de ingresos que percibió la empresa durante el año 2016, se multiplico la utilidad bruta con el valor porcentaje y se dividió entre 100, así tenemos:

$$\frac{\text{Utilidad bruta} \times \text{Valor del porcentaje}}{100} = \frac{109,920.00 \times 35}{100} = \text{S/ } 38,472.00$$

Ratio de margen comercial del año 2015:

$$\frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{217,000.00 - 138,720.00}{217,000.00} = 0.36$$

Para obtener el nivel porcentual de la ratio se multiplico por 100, así tenemos: $0.36 \times 100 = 36\%$; Finalmente, para deducir el valor equivalente del 36% del total de ingresos que percibió la empresa durante el año 2015, se multiplico la utilidad bruta por el porcentaje y se dividió entre 100, así tenemos:

$$\frac{\text{Utilidad bruta} \times \text{Valor del porcentaje}}{100} = \frac{78,280.00 \times 36}{100} = \text{S/ } 28,180.80$$

Por lo antes expuesto, se tiene que en la Tabla N° 5, se revela que en el año 2016 hubo incremento de ventas consistentes en tres viajes por mes con un total de 36 viajes al año, aumentando los costos a razón de S/ 4840 por viaje, S/ 14,520 mensual y S/ 174,240.00 al año, generando aumento de utilidades brutas en dicho año en un monto ascendente a S/ 109,920.00 en comparación al año 2015, debido a que en dicho año sólo se realizaron dos viajes mensuales, ascendiendo a un total de 24 viajes en dicho año, con un costo de S/ 4840 por viaje, S/ 9680 mensual y S/ 116,160.00 anual, ascendiendo una utilidad bruta de S/ 78,280.00, existiendo una

diferencia de utilidad bruta de S/ 31,640.00 entre ambos años, reflejándose dicho incremento en el año 2016.

Este resultado comparado con la investigación de Conza (2016), titulada “*Calidad de servicio y rentabilidad de la empresa de transporte turístico Sameni S.R.L. periodos 2011 - 2012*”, en la que sostiene que la rentabilidad obtenida en dichos periodos es baja, ya que de un nivel con promedio de 3.48 aumentó para el siguiente periodo en 11.04, registrando leve mejora en la rentabilidad de la empresa. Cotejado con las afirmaciones de Ccaccya (2015), tenemos que la Rentabilidad se deriva de toda acción económica en la que se mueven medios materiales, humanos y/o financieros para obtener resultados; precisando que el ratio de margen comercial establece la rentabilidad sobre las ventas netas de la empresa, considerando los costos de producción; el cual se calcula del valor de las ventas netas menos el Costo de Ventas dividido entre las ventas netas. De lo que se puede afirmar que si los ingresos por servicios no producen rendimientos adecuados a la empresa, su desarrollo y subsistencia se ven amenazados.

Objetivo N° 03: Identificar el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017.

La variable calidad de servicio conformada por las dimensiones, *atención al cliente, seguridad, confiabilidad e infraestructura y equipos*, al ser evaluadas han indicado el nivel de calidad del servicio de la empresa en estudio, así tenemos que el 58.79% estimó estar de acuerdo, mientras que el 35.66 afirmó estar totalmente de acuerdo y el 5.55% refirió no estar de acuerdo ni en desacuerdo con la calidad del servicio. Mientras que el 0% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente con cada uno de las dimensiones evaluadas; advirtiéndose que la percepción por parte de los clientes permanentes de la empresa es positiva. Este resultado comparado con la investigación de Mogollón & Morón (2010) en la que se afirma que la calidad del servicio influye en las expectativas del cliente, por cuanto sus aspectos positivos y fortalezas están en unidades de transportes y precios, mientras que sus aspectos negativos son el trato, ambiente y horarios, más aún si los aspectos de calidad influyen significativamente con la satisfacción del cliente.

De lo cual cotejado con las afirmaciones de Frometa, Zayas, & Pérez, (2008), tenemos que la calidad del servicio es la actividad que vincula a la empresa con el cliente, a fin de que éste resulte satisfecho.

De lo antes expuesto, es importante cumplir con las dimensiones de calidad de servicio que se brinda al cliente, ya que de ello depende su fidelidad y por lo tanto el incremento o reducción de los ingresos percibidos.

V CONCLUSIONES

- 1.- La percepción de calidad de servicio de la empresa en estudio, es positiva, ya que el mayor porcentaje está referido a la aceptación de la calidad del servicio, no evidenciándose estimación negativa.

- 2.- La rentabilidad reflejada en el estado de pérdidas y ganancias en los periodos 2015 y 2016, es positiva ya que de acuerdo al estado de pérdidas y ganancias en el año 2016 existe un incremento en la utilidad bruta de S/ 31,640.00, a diferencia del año 2015.

- 3.- La calidad de servicio conformada por las dimensiones, *atención al cliente, seguridad, confiabilidad e infraestructura y equipos*, es aceptable por parte de los usuarios de la empresa, y requiere que las dimensiones de calidad formen parte de su cultura, ya que servirán para que la brinde un servicio óptimo a sus clientes.

VI RECOMENDACIONES

- 1.-** La empresa en estudio, debe mejorar la calidad de servicio cumpliendo con mayor amplitud las perspectivas del cliente, con el fin de satisfacer sus necesidades y por ende lograr la fidelidad y permanencia con la empresa.

- 2.-** La empresa debe variar el precio del servicio de acuerdo a los costos de prestación y producción del servicio, en función a las distancias y peso transportado, teniendo en cuenta las posibilidades de sus clientes, en aras de la prestación de un mejor servicio de calidad y en consecuencia de mayor rentabilidad.

- 3.-** La empresa debe utilizar los recursos con los que cuenta, enfocándose en una mejora progresiva de la prestación del servicio, a fin de estar en constante competitividad en el mercado.

VII PROPUESTA

LINEAMIENTOS PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L. EN LA CIUDAD DE PIURA – 2017.

I. Introducción:

Hoy en día el servicio de transporte de carga pesada es muy competitivo y a fin de mejorar el posicionamiento en el mercado, se requiere que se impulsen iniciativas de cambio mejorando la calidad del servicio que se presta, las cuales no deben estar aisladas en el tiempo, sino que deben establecerse en mediano y largo plazo. Es por ello que en la presente propuesta, se ha diseñado lineamientos para orientar la calidad del servicio y por ende incrementar la rentabilidad que percibe la empresa Maleginn S.R.L.; con RUC N° 20529886676 y Domicilio Fiscal en Jr. Pisagua N° 706, Distrito de Chulucanas, Provincia de Morropón, Región Piura; la cual presta servicio de carga pesada en la ruta Piura-Chiclayo y viceversa. La cual se ha planteado para ser ejecutada a mediano plazo, en una duración de tres años, la misma que será financiada con los recursos propios de la empresa.

II. Objetivos:

Dentro de los objetivos se han considerado los siguientes:

2.1. Objetivo General:

Explicar la calidad del servicio que presta la empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L que genere incremento en la rentabilidad que percibe.

2.2. Objetivos Específicos:

- Identificar la calidad de servicio que posee la empresa Maleginn S.R.L.
- Indicar la rentabilidad que percibe la empresa Maleginn S.R.L.
- Proponer la mejora continua de la calidad de servicio de la empresa Maleginn S.R.L. a fin de incrementar la rentabilidad.

III. Descripción de la Propuesta:

En la actualidad los usuarios exigen, y aspiran servicios con características que satisfagan sus requerimientos y pretensiones, es por ello que mediante un proceso de mejora continua se debe lograr la calidad máxima de los servicios que se ofrecen; por lo que teniendo en cuenta la información recabada para el desarrollo de la presente investigación, es necesario la reorganización de la empresa, estableciendo los respectivos costos de prestación y producción del servicio, en función a las distancias y peso transportado, teniendo en cuenta los requerimientos y posibilidades de sus clientes, motivo por el cual el suscrito, plantea una propuesta que permitirá orientar *la calidad del servicio* de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura, la misma que le permitirá guiarse para posicionarse en el mercado y por ende lograr mayor rentabilidad.

3.1 Dimensión – Estrategia

La empresa Maleginn S.R.L., debe optimizar la calidad del servicio que presta; mediante la identificación de prioridades existentes en la prestación del servicio, diseñando un plan de acción y su estrategia de implementación, utilizando los recursos con los que cuenta, por ello, a fin de mantener un círculo virtuoso en todas las actividades de la empresa, se aplicará la estrategia de mejora continua de Kaisen, mediante el empleo de la rueda Deming, o Ciclo PDCA, la cual se compone de cuatro etapas; Planear, hacer, estudiar y actuar; organizadas en un sistema de herramientas para la mejora de la competitividad de la empresa y, por ende, de su rentabilidad y supervivencia (Gallegos, 2007).



De lo antes expuesto, para aplicar la estrategia de mejora continua de Kaisen consideraremos las variables en estudio consistentes en Calidad de Servicio y Rentabilidad, así como sus respectivas dimensiones, así tenemos:

Respecto a la calidad del servicio: Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- 1.- Debe mejorar la rapidez y calidad del servicio, mediante escalas de tiempo según la distancia, horarios fijos de salida, y de llegada, especializando al personal de trabajo según funciones asignadas, a fin de que su nivel de calidad sea reconsiderado por sus clientes, por ende conlleve a que los mismos vuelvan a realizar actividades comerciales a futuro con la empresa, así como recomienden el servicio a terceros, lo que permitirá que la empresa se posicione en el mercado y por ende crezca económicamente.
- 2.- La empresa Maleginn S.R.L., debe mejorar con el cumplimiento del servicio en el tiempo pactado, mediante unidades vehiculares operativas con mantenimiento preventivo, minimizando contratiempos por desperfectos mecánicos; asignando los respectivos costos de producción de forma oportuna según distancia para la prestación del servicio, a fin de evitar contratiempos por falta de presupuesto; de igual forma debe asegurar la entrega de la mercancía transportada en buen estado, con la cobertura de riesgos y seguros para el traslado correspondiente, a fin de resarcir a los posibles afectados; manteniendo debidamente informados a los clientes sobre el proceso de traslado de su mercancía, a través de sus empleados, especificándose de forma puntual y sincera las condiciones del servicio de transporte.
- 3.- La empresa Maleginn S.R.L., debe mejorar la Imagen de honestidad y confianza del personal de la empresa, optimizando su presencia para con los clientes a través de un carnet de identificación, indumentaria adecuada para la prestación del servicio e individualización y especialización en la prestación del servicio; mediante constante capacitación y estímulo del personal de trabajo a través de incentivos para el cumplimiento óptimo del servicio que se presta en la empresa, asignando una remuneración fija más comisiones por ventas según meta establecida por la empresa, concediendo un plus adicional de forma

mensual según su desempeño y cumplimiento del servicio acorde a lo pactado con el cliente.

- 4.- La empresa Maleginn S.R.L., debe mejorar la infraestructura con la que cuenta, mediante la modernización de sus instalaciones físicas con una visión mucho más atractiva, reasignando áreas adecuados tanto para la recepción de mercancías acorde al servicio, como para el despacho y almacenamiento de las mismas; asegurando que la empresa cuente con disponibilidad de vehículos operativos y adecuados para la prestación del servicio acorde a las pretensiones de los usuarios.

Respecto a la rentabilidad de la empresa: Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- 1.- Para la prestación del servicio, la empresa Maleginn S.R.L. debe tener en cuenta las perspectivas de los usuarios mediante la implementación de un buzón de sugerencias y requerimientos, enfocándose en la mejora progresiva de la prestación del servicio, a fin de estar en constante competitividad en el mercado.
- 2.- A fin de generar mayor rentabilidad, la empresa Maleginn S.R.L. debe planificar la prestación del servicio mediante metas en el incremento de ventas a cumplir, organizando los recursos personales según la función que desempeñen acorde a los recursos materiales con los que cuenta la empresa, integrando los costos de producción y gastos que genera la prestación del servicio, para deducir la escala del costo de prestación del servicio, dirigiendo el cumplimiento oportuno de lo convenido con el cliente, controlando los gastos administrativos que requiere la prestación del servicio, lo que implique una planificación de ingresos y de gastos administrativos según el servicio prestado, acorde al incremento del valor de insumos requeridos, lo que le permitirá mejorar el cálculo de su rentabilidad.
- 3.- A fin de determinar el nivel de producción de los servicios que presta la empresa Maleginn S.R.L., se debe tener en cuenta el capital requerido para la prestación del servicio que se ofrece, el cual se debe ajustar a una escala de Costo de

prestación del servicio debidamente establecida, y al estímulo del personal de trabajo a través de incentivos por desempeño en incremento de ventas, en función al servicio que se preste según distancia y peso.

- 4.- La empresa Maleginn S.R.L., debe contar con escalas de costo de prestación de servicio derivado de la variación de inversión, según costos de insumos como neumáticos, combustible, peajes, viáticos por día, mantenimiento preventivo por viaje; y gastos administrativos compuestos por remuneración y beneficios sociales de los trabajadores requeridos para la prestación del servicio, los mismos que deben estar debidamente establecidos; considerando la distancia y tonelada transportada, a fin de deducir *Costo de inversión y por ende el cálculo de rentabilidad mínima según la prestación del servicio.*

- 5.- *A fin de mejorar el nivel de Rentabilidad de capital de inversión que realiza la empresa Maleginn S.R.L. en la prestación de los servicios que brinda, se debe establecer una escala de Costo de prestación del servicio, partiendo del cálculo de inversión mínima en función al servicio que preste, según distancia y peso.*

- 6.- Para determinar la utilidad esperada de la empresa, se debe fijar una tasa de rentabilidad con su correspondiente criterio de aplicación, a fin de consolidar el crecimiento económico de la empresa.

3.2. Equipo Responsable

La ejecución de la propuesta estará a cargo del Gerente de la empresa Maleginn S.R.L., a quien se le capacitará continuamente a fin de que comprenda las necesidades del cliente y por ende sepa tomar decisiones con rapidez para que el cliente este satisfecho con el servicio.

3.3. Materiales de apoyo

Los materiales de apoyo que permitirán la ejecución de la propuesta estarán conformados por equipos audiovisuales como proyector, ecran con trípode, útiles de escritorio, manuales de capacitación, entre otros.

IV. Cronogramas

La propuesta de mejora de la calidad de servicio de la empresa Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura, se desarrollará a mediano plazo, en un plazo no mayor a tres años, el cual iniciará de enero del 2018 a diciembre del 2020.

4.1. Calendario

ACTIVIDADES	AÑOS																																						
	2018									2019									2020																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Identificar y aclarar objetivo de calidad del servicio que presta la empresa.																																							
Documentar el estado actual de la empresa																																							
Desarrollar planes de acción y prioridades.																																							
Crear una estrategia de implementación																																							
Precisar los recursos a utilizar (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).																																							
Implementar cambios en la adecuada configuración de flota (incorporación de tecnologías innovadoras y eficientes; así como adquisición de equipos auxiliares y componentes que aseguren el ahorro de combustible).																																							
Seguimiento del plan de acción y resultados																																							
Valorar resultados																																							
Documentar e implementar el plan de control																																							
Volver a identificar oportunidad de mejoras																																							

4.2. Presupuestos

4.2.1. Recursos Materiales

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
1	Millar de hojas A4 Report	S/. 10.00	S/. 10.00
20	Lápices Faber Castell 2B	S/. 0.50	S/. 10.00
1	Impresora	S/. 80.00	S/. 80.00
20	Folders plastificados	S/. 0.80	S/. 16.00
Total: Ciento dieciséis con 00/100 soles			

4.2.2. Instrumentos

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
2	Alquiler de laptop	S/ 150.00	S/. 300.00
1	Alquiler de Proyector	S/ 200.00	S/ 200.00
1	Alquiler de ecran con tripode	S/ 500.00	S/ 500.00
Total: Mil y 00/100 soles			

4.2.3. Servicios

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
1	Capacitador		S/. 1000.00
1	Alquiler de ambientes para capacitaciones		S/. 500.00
Total: Mil quinientos y 00/100 soles			

Financiamiento

El financiamiento de la ejecución de las propuestas de calidad de servicio se realizará con los recursos propios de la empresa.

RUBRO	SUBTOTAL	TOTAL
Materiales		S/. 116.00
Instrumentos	--	S/. 1000.00
Servicios	--	S/. 1500.00
Total: Dos mil seiscientos dieciséis y 00/100 soles		

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altuzarra Toscano, M. (2005). *La atención al cliente*. Revista Digital <<Investigación y educación>> - 20-Vol. 3. Obtenido de www.portaldocomerciante.gal/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf
- Atarama, P. A., Gutiérrez, R. D., & Vargas, R. J. (2010). Diagnóstico y propuesta de un plan estratégico para orientar la gestión de la Empresa Iberoamericana de Transportes S.R.L. en la ciudad de Piura - 2010. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración*. Piura, Piura, Perú: Universidad César Vallejo - Piura: Perú.
- Banco central de reserva del Perú. (22 de octubre de 2015). *Piura, Departamento de Estudios Económicos de la Sucursal - Sucursal Piura del BCRP*. Obtenido de Subgerencia de Sucursales - Gerencia Central de Administración: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/piura-caracterizacion.pdf>
- Becerra V., O. E. (2012). *Elaboración de instrumento de investigación*. Recuperado de <https://nticsaplicadasalainvestigacion.wikispaces.com/file/view/guia+para+elaboracion+de+instrumentos.pdf>
- Betancourt, A. Y., & Mayo, A. J. (Mayo de 2010). "La evaluación de la calidad de servicio" en *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2010a/bama.htm>
- Bureau, V. F. (2009). *Logística Integral*. Madrid: España: Fundación Confemetal.
- Cuervo Z., D.L. (s.f.). *Documento de apoyo - Infraestructura*. International Recovery Platform secretariat. Obtenido de eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/.../6-Infraestructura.pdf
- Churo, G. K. (Diciembre de 2012). Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de "Análisis de rentabilidad y administración del capital de trabajo en la cooperativa de transportes Unión Cariamanga de la Ciudad y Provincia de Loja, periodos 2009-2010".: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2149/1/Trabajo%20de%20Tesis%20Karen%20Churo.pdf>
- Conza, M. S. (mayo de 2016). *Tesis para obter el título profesional de contador público*. Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de "CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO SAMENI S.R.L.PERIODOS 2011 - 2012": http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/unappuno/277/1/Conza_Mendoza_Saret_Jesenia.pdf
- Ccaccya Bautista, D. A.(2015). *Análisis de rentabilidad de una empresa*. Actualidad Empresarial N° 341 - Segunda Quincena de Diciembre 2015. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:NRzXtyGKg3MJ:aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCBAWU

TXOEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=pe

- Escrito por negocios-rentables.org el 28 marzo, 2. e. (28 de marzo de 2012). *¿Cuáles son las características de los negocios rentables?* Obtenido de <http://www.negocios-rentables.org/cuales-son-las-caracteristicas-de-los-negocios-rentables/>
- Etiquetas: Calidad, C. a. (29 de enero de 2012). *Las características de la calidad.* Obtenido de <http://controlygestiondecalidad.blogspot.pe/2012/01/las-caracteristicas-de-la-calidad.html>
- Fernández, P. M. (s.f.). *Técnicas de exhibición de productos para mejorar las ventas.* Obtenido de <http://miguelfernandezp.blogspot.pe/2011/11/las-10-dimensiones-de-la-calidad-en-el.html>.
- Frometa, V. G., Zayas, R. A., & Pérez, M. A. (Mayo de 2008). *La gestión de la calidad en los servicios.* Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/vrm.htm>
- Gallegos, H. (2007). *Sistema Kayzen en la administración.* Recuperado de: www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/4.1/A1.pdf
- Guadalupe Lucina Avila León, M. M. (2003). *Plan de Marketing de comercialización de nopal a Japon mediante JETRO.* Mexico.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación.* Sexta edición por McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México. Recuperado de <https://josedominquezblog.files.wordpress.com/2015/06/metodologia-de-la-investigacion-hernandez-sampieri.pdf>
- Larrea, A. P. (25 de enero de 1991). *Calidad de Servicio del Marketing a la Estrategia.* Obtenido de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=hJVcH5nSp0C&oi=fnd&pg=PA122&dq=calidad+de+servicio+del+marketing+a+la+estrategia+&ots=tAQL1ss18n&sig=AFjYSch8U19FC74AZg3rH_uB2Rw#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio%20del%20marketing%20a%20la%20estrategia&f=
- Martínez Ruiz H. & Àvila Reyes E. (2010). *Metodología de la investigación.* Ixtapaluca: México. Editorial Cengage Learning Editores, S.A. de CV
- Martínez, T. V., Peiró, S. J., & Ramos, J. (2001). *Calidad de Servicio y satisfacción del cliente.* Madrid: España: Síntesis S.A.
- Medina, P. M., & Medina, P. M. (febrero de 2013). *Evaluación de la rentabilidad económica y financiera a la cooperativa de transportes Loja de la ciudad de Loja, periodos 2010 – 2011.* Recuperado el 09 de mayo de 2014, de [file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS%20MARCIA%20MEDINA-%20MARITZA%20MEDINA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/TESIS%20MARCIA%20MEDINA-%20MARITZA%20MEDINA%20(1).pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *Guía de orientación al usuario del transporte terrestre - Volumen III.* IMPRESOS S.R.L. Lima: Perú. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp.../Guia_Transporte_Terrestre_13072015.pdf

- Mogollón, P. R., & Morón, A. L. (2010). Análisis de la calidad del servicio de la Empresa de Transportes El Dorado - Sullana y su influencia en la satisfacción del cliente periodo enero - julio 2010. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración*. Piura, Piura, Perú: Universidad César Vallejo - Piura: Perú.
- Osorio, R. R. (s.f.). *El cuestionario*. Obtenido de <http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>.
- Ospina, P. S. (2015). "Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías - Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario". Recuperado el 09 de mayo de 2014, de http://mobiroderic.uv.es/bitstream/handle/10550/43626/Tesis%20Doctoral_Santiago%20Ospina%20Pinzon.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paz, H. (2009). *Plan estrategico de Marketing para incrementar las ventas de la linea de Babydoll de la empresa Lenceria Fina*. Quito.
- Perrault, M. y. (2005). *Plan de Marketing*. Reino Unido.
- Pérez Ventura, J. (2015). *Introducción al concepto de seguridad*. Obtenido de <https://elordenmundial.com/2015/02/02/introduccion-al-concepto-de-seguridad/>
- Prieto, H. J. (2014). *Gerencia del Servicio - la calve para todo ganador*. Bogota: Colombia: Ecoe Ediciones.
- Robles, G. O. (Junio de 2015). *In Crescendo. Institucional. 2015; 6(1): 151-163*. Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de "Planeación a largo plazo de una empresa de transporte terrestre de pasajeros: Modelo Teórico": [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-PlaneacionALargoPlazoDeUnaEmpresaDeTransporteTerre-5127590%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-PlaneacionALargoPlazoDeUnaEmpresaDeTransporteTerre-5127590%20(1).pdf)
- Rodríguez, R. C. (Julio de 2013). *Universidad del Rosario*. Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de Análisis del transporte de carga en Colombia, para crear estrategias que permitan alcanzar estándares de competitividad e infraestructura Internacional. : <repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4537/1015404763-2013.pdf;jsessionid=E1EB2B4D70A50682A6A5F78A34EA5441?sequence=1>
- Roman., C. C. (2009). *Creacion de una cooperativa de servicio de transporte*. Mexico, Naranjito.
- Rossy. (2003). *Plan de Marketing y estudio de viabilidad financiera para la ampliacion del servicio de salon de belleza*. Mexico.
- Tobar, O. L., & Hurtado, P. C. (setiembre de 2012). "Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa Aeronet S.A". Recuperado el 09 de mayo de 2014, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1109/1/T-UCE-0005-144.pdf>
- Sánchez, B. J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

- Schreiber Kraft, C. F. (2003). *Plan de Marketing para el posicionamiento de Alfa Romeo en el mercado*. Mexico.
- Servicio economía. (22 de octubre de 2014). *Servicio (economía)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa))
- Setó, P. D. (2004). *De la Calidad de servicio a la fidelidad del cliente* . Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA17&lpg=PA17&dq=La+calidad+de+servicio+percibida+por+los+clientes+y+por+las+empresas&source=bl&ots=Pj-_cMcWWj&sig=zumKSPnxk3PibcwX1jJ-2vsBtuw&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwii-czajt3MAhUBgiYKHU3yB9gQ6AEILDAC#v=
- Tamayo y Tamayo M. (2012). *El Proceso de la investigación científica*. México. Editorial Limusa S.A. de CV.
- Tobar, O. L., & Hurtado, P. C. (setiembre de 2012). *“Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa Aeronet S.A”*. Recuperado el 09 de mayo de 2014, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1109/1/T-UCE-0005-144.pdf>
- Uribe, M. M. (2011). *Gerencia del Servicio, alternativa para la competitividad*. Bogota: Colombia: Ediciones de la U.
- Zhamin, y. M. (s.f.). *Diccionario de economía política*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/r/rentabilidad.htm>

ANEXO N° 01

LISTADO DE LOS CLIENTES PERMANENTES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L.		
N°	NOMBRES Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA	RUC
01	DISBOLPLAST EVELYN S.A.C	20526457278
02	OROSCO BENITES DAVID ALONZO	10028318729
03	PRODUCTOS Y NEGOCIACIONES HIDALGO E.I.R.L	20526342705
04	FLORO POZO ZAAVEDRA	10026001183
05	DEPOSITO PISFIL S.L.R.L	20441622024
06	MUEBLES Y DECORACIONES DECO HOGAR S.R.L	20530006655
07	INDUSTRIA COMERCIO Y SERVICIO S.R.L	20440577947
08	DEPÓSITOS PAKATNAMU E.I.R.L	20131719559
09	VIDRIOS ALUMINIOS SAN MARTIN DE LA ALBORADA E.I.R.L.	20525584250
10	SERVICIOS GENERALES RAZARI E.I.R.L.	20525848508
11	NEGOCIACIONES FELIPE E.I.R.L.	20525381499
12	PUENTE AMARO NELLY LUZ	10211202462
13	LOPEZ TOCTO CARLOS ALBERTO	10028179222
14	RUIZ MARTINEZ RICARDO	17105212208
15	MUEBLERÍA ARQDECO S.R.L	20526457359
16	NAQUICHE YOVERA LUZ MARIA	10028039005
17	OROZCO BENITES LUCIA AMPARO	10028806367
18	VENTAS GENERALES UNIÓN S.C.R.L.	20529911964
19	FELIPE BURNEO URBINA EDDISON	10803395743
20	HARUMI AYG S.A.C.	20526058144
21	HIDALGO CONTRERAS AIBY ESTEFANY	10709567450
22	MANUEL ANTONIO PASAPERA RIVAS	10033118240
23	NAVAL ZEMA LEJABO ROMERO	10028484203
24	ELEODORO QUIROGA RAMOS S.A.C.	20102562322
25	AGRÍCOLA MYG S.A.C.	20525911391
26	AGUILAR CALLE LIZANDRO	10033531414
27	CONSTRUCTORA Y SERVICIOS GENERALES SAN FERNANDO E.I.R.L.	20529754176
28	CARLOS CULQUICONDOR VALLE	10028087654
29	SALANBAY CAMPOVERDE CARLOS	10419500891
30	EL DORMILON STORE E.I.R.L.	20529822945

ANEXO N° 02 - MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO
<p>"Propuesta para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura - 2017".</p>	<p>1.4.1. Pregunta general:</p> <p>¿Qué propuesta de calidad del servicio conllevaría a incrementar la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?</p>	<p>1.6.1. Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plantear propuesta para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura– 2017. <p>1.6.2. Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar la calidad de servicio que posee la empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 2017. - Determinar la rentabilidad de las prestaciones de servicios de la Empresa de Transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. en la ciudad de Piura – 		<p>VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO</p> <p>DIMENSIONES 1) Dimensión: Atención al cliente</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención de empleados - Nivel del servicio - Recompra <p>2) Dimensión: Seguridad</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llegada a tiempo. - Seguridad para el traslado de mercancías. - Información inmediata del traslado de mercancías. <p>3) Dimensión: Confiabilidad</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comodidad - cumplimiento <p>4) Dimensión: Infraestructura y</p>	<p>2.1 Diseño de Investigación.</p> <p>Para Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014), el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema; de acuerdo a su teoría, se cumple la siguiente clasificación:</p> <p>a) Investigación no experimental: Dado que no se efectuó manipulación deliberada de las variables en estudio.</p> <p>b) Investigación descriptiva: porque se tuvo como objetivo indagar la incidencia de los niveles de las variables en una población y se ubicó</p>	<p>2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <p>2.4.1. Técnicas Encuesta:</p> <p>Se utilizó esta técnica, para recoger los datos del grado de satisfacción de los clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa. Para ello se utilizó un cuestionario como instrumento.</p> <p>Entrevista:</p> <p>Técnica que permitió recoger datos de la opinión del Gerente de la empresa, a fin de recabar información relacionada con la rentabilidad de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., para cuyo fin se utilizó una guía de entrevista.</p> <p>Análisis documental:</p> <p>Técnica que permitió recoger datos relacionados con los ingresos y egresos de la Empresa de Transportes</p>	<p>2.3 Población, muestra y muestreo</p> <p>2.3.1. Población</p> <p>Estuvo compuesta por el conjunto de personas que satisfacen los criterios del estudio y que se incluyeron en la investigación, los mismos que corresponden a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. En otro extremo, está compuesta por el Gerente que labora en la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., con el fin de obtener información acerca de la rentabilidad que percibe, por los servicios prestados.</p>

	<p>1.4.2. Preguntas Específicas:</p> <p>- ¿Cuál es la calidad de servicio que posee la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?</p> <p>- ¿Cuál es la rentabilidad de la prestación de servicios de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?</p> <p>- ¿Cuál es el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la Empresa de Transportes y Servicios</p>	<p>2017.</p> <p>- Identificar el grado de aceptación de los usuarios, en relación a las dimensiones de la calidad de servicio que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017.</p>		<p>equipos.</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura adecuada - Almacenes limpios y ordenados - Unidades vehiculares operativas. <p>VARIABLE: RENTABILIDAD</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>1) Dimensión: Nivel de producción de los servicios de transporte terrestre de mercancías</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos - Gastos administrativos - Precio de producción - Costo de prestación del servicio según distancia y toneladas de carga transportada <p>2) Dimensión:</p>	<p>en las variables en estudio para proporcionar la descripción de sus características.</p>	<p>y Servicios Generales Maleginn S.R.L., consistente en el estado de ganancias y pérdidas de los años 2015 y 2016, los mismos que se analizaron mediante un cuadro comparativo.</p> <p>2.4.2. Instrumentos</p> <p>Cuestionario: este instrumento se utilizó con el fin recoger datos, a través de la encuesta que se realizó a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.</p> <p>Guía de entrevista: instrumento utilizado para recoger datos, a través de la entrevista que se realizó al Gerente de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.</p> <p>Este instrumento sirvió de ayuda para el investigador, ya que se basó en una serie de preguntas predeterminadas, sobre las cuales se obtuvo</p>	<p>2.3.2. Muestra Debido al número de miembros de la población, se realizó un censo a toda la población en general que corresponden a treinta clientes permanentes de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. y el gerente de ésta.</p> <p>2.3.3. Criterios de selección Criterios de inclusión: para seleccionar la muestra, se consideró dentro de este criterio a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., así como al gerente de ésta.</p> <p>Criterios de</p>
--	--	---	--	---	---	--	---

	<p>Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura – 2017?</p>			<p>Margen de Utilidad</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costo de producción según distancia y toneladas de carga transportada - Rentabilidad de capital de inversion - Utilidad neta 		<p>respuestas relacionadas con el objeto de estudio.</p> <p>Cuadro Comparativo: instrumento utilizado para comparar los datos relacionados con los ingresos y egresos de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., correspondiente a los años 2015 y 2016.</p> <p>Este instrumento sirvió de ayuda para el investigador, ya que se basó en la comparación de los datos recabados, obteniendo información relacionada con el objeto de estudio.</p> <p>2.4.3. Validez y confiabilidad</p> <p>Validez: para determinar y precisar la validez y confiabilidad del instrumento, se consultó y aplicó la revisión con expertos, estos fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dr. Luis Alberto Sánchez Pacheco, Dr. Alfredo Seminario Venegas y el Dr. Freddy William Castillo Palacios. 	<p>Exclusión: Debido a que la cantidad de la población es mínima, no se aplicó.</p>
--	---	--	--	--	--	--	--

						<p>Confiabilidad: para medir el nivel de confiabilidad se acudió a un Lic. en estadística, interviniendo el Ing. Ricardo Antonio Armas Juárez, quien utilizando la fiabilidad de Alfa de Cronbach evaluó que el instrumento tiene una confiabilidad buena de 0,834; instrumento que se utilizó a través de la encuesta que se realizó a treinta clientes permanentes que hacen uso de los servicios que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.</p> <p>2.5. Método de análisis de datos La Metodología de investigación del presente estudio fue Mixta (cualitativo – cuantitativo), por tanto, el análisis de datos estadísticos de los resultados adquiridos por el instrumento cuantitativo (cuestionario) aplicado a treinta clientes permanentes de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., están</p>
--	--	--	--	--	--	--

					<p>representados mediante tablas con una interpretación clara.</p> <p>El análisis de datos del instrumento cualitativo (Guía de entrevista), se realizó a través de un análisis de interpretación literal, con el objetivo de valorar e interpretar los datos obtenidos de la entrevista que se aplicó al gerente de la empresa de Transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. con el fin de que nos brinde información acerca de la aceptación de la empresa en el mercado y las políticas de calidad que influyen en la rentabilidad de la empresa.</p> <p>2.6. Aspectos éticos El investigador respeta la veracidad de los resultados, la confiabilidad de los datos e información suministrados por la empresa y la identidad de los individuos que participan en el estudio.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

ANEXO N° 03
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Cuestionario N°: _____

Instrucciones: Sr. (a) este cuestionario consiste de 21 preguntas que nos permitirán evaluar la calidad del servicio que presta la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L., la misma que se realiza en busca de la mejora constante de los servicios que presta, por tanto para poder procesar los datos necesitamos que responda todas las preguntas, precisando lo que usted piensa sobre la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. Para cada declaración señale, por favor, hasta qué punto considera que la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. posee las características descritas en cada declaración. También es este caso, trazar un círculo alrededor del número 1 significa que usted está fuertemente en desacuerdo con que la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. tiene esa característica y rodear el número 5, significa que está fuertemente de acuerdo con la declaración. Usted puede trazar un círculo alrededor de cualquiera de los números intermedios que mejor representen sus convicciones al respecto. No hay respuestas correctas o incorrectas, solamente interesa que indique un número que refleje con precisión la percepción que usted tiene de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L.

	Fuertemente en desacuerdo			Fuertemente de acuerdo		
1	¿Los empleados de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. ofrecen un servicio rápido y de calidad a sus clientes según sus necesidades?					
	1	2	3	4	5	
2	¿Cómo califica el nivel del servicio prestado por la empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L.?					
	1	2	3	4	5	
3	¿Volvería a realizar actividades comerciales con nosotros nuevamente en el futuro?					
	1	2	3	4	5	
4	¿Recomendaría este servicio?					
5	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cumple con el servicio dentro del tiempo pactado?					
	1	2	3	4	5	
6	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn					

	S.R.L. cumple con asegurar que llegue a su destino toda la mercancía, entregándola en buen estado?					
7	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con cobertura de riesgos y seguros para el traslado de las mercancías?	1	2	3	4	5
8	¿La empresa de transportes y servicios generales Maleginn S.R.L. lo mantuvo informado sobre el proceso de traslado de su mercancía?	1	2	3	4	5
9	Los empleados de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. informan de manera puntual y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio de transporte.	1	2	3	4	5
10	¿El personal de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. tiene imagen de honestidad y confianza?	1	2	3	4	5
11	¿Las tarifas que cobra la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. se ajusta al servicio que oferta?	1	2	3	4	5
12	¿Su mercancía y/o productos, llegaron en buen estado?	1	2	3	4	5
13	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cumple con el servicio pactado?	1	2	3	4	5
14	¿Los equipos de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. tienen apariencia de ser modernos?	1	2	3	4	5
15	¿Las instalaciones físicas de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. son visualmente atractivas?	1	2	3	4	5
16	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con	1	2	3	4	5

	infraestructura adecuada como balanzas y parihuelas para la recepción de las mercancías?					
17	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con infraestructura adecuada como es montacargas y camionetas para el despacho de mercancías?	1	2	3	4	5
18	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con infraestructura adecuada como estantes y armazones para el almacenamiento de las mercancías?	1	2	3	4	5
19	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con disponibilidad de vehículos para la prestación del servicio?	1	2	3	4	5
20	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con vehículos operativos para la prestación del servicio?	1	2	3	4	5
21	¿La Empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L. cuenta con vehículos adecuados para la prestación del servicio acorde a sus pretensiones?	1	2	3	4	5

□

¡Muchas gracias por su colaboración!

Informe 125-2017-2 RAAJ OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

Informe técnico de confiabilidad con el cálculo del Alfa de Cronbach.

Estudiante: PAIVA CALDERON, MANUEL ALEXANDER
Escuela Académica de Administración

Docente a tiempo completo

Oficina de investigación

MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "PROPUESTAS PARA ORIENTAR LA CALIDAD DE SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA TRANSPORTE Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L. DE LA CIUDAD DE PIURA DEL 2017."

- El estudiante desarrolló 21 preguntas en el **Instrumento**, para aplicar a los clientes frecuentes de la empresa de Transporte y Servicios Generales MALEGINN S.R.L de la ciudad de Piura, con el objetivo de medir **la calidad de servicio de la empresa**, donde el instrumento si se definen por escala en las respuestas obteniéndose resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al existir homogeneidad, uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, se utilizó la fiabilidad de **Alfa de Cronbach** que se dan en la siguiente tabla:

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	21

Se debe mencionar que el coeficiente **Alfa de Cronbach** tienen una **confiabilidad buena** según la escala de valorización propuesta por Vellis (1991):

En conclusión, para este **Instrumento tiene una CONFIABILIDAD BUENA, es decir el instrumento se puede utilizar**

Piura, 28 de Setiembre del 2017



RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ
ING. EN ESTADISTICA
COESPE 507



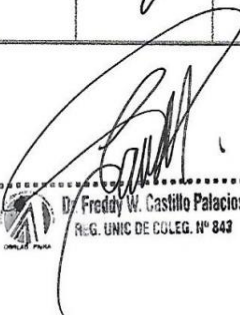
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 ^{Doctor} ~~Magister~~
 en Ciencias Administrativas
 N° ANR: A202528 de profesión lic. en Ciencias Administ.
 desempeñándome actualmente como Docente
 en U.C.V. Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	


 D/ Freddy W. Castillo Palacios
 R.G. UNIC DE COLEG. N° 842

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de setiembre del Dos mil diecisiete.




Mgtr. :
 DNI : 02842237
 Especialidad : Administración
 E-mail : fcastilla30@hotmail.com

“ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD PARA ESTABLECER PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DE SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES YSERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARO


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																80					


 Dr. Eddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. Nº 842

	calidad.																			
6.Intencionaldiad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			80
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			80
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			80
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			80

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 22 de septiembre de 2017.


UNIVERSIDAD NACIONAL DEL TROPICALEZ
 Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. Nº 843

Mgtr.:
 DNI: 02842237
 Teléfono: 969584019
 E-mail: fcastillo30@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lois Sanchez Pacheco con DNI N° 02888901 Magister en ECONOMIA
 N° ANR:, de profesión ECONOMISTA
 desempeñándome actualmente como DOCENTE
 en UCV-PIURA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

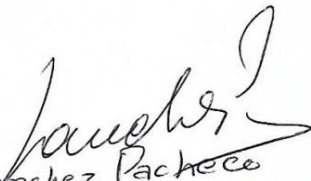
Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de setiembre del Dos mil diecisiete.


 Mgtr. : Luis Sánchez Pacheco
 DNI : 02880901
 Especialidad : ECONOMÍA DE EMPRESAS
 E-mail : loramp@hotmail.com

“ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA ESTABLECER PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA- 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																80					



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alfredo Seminario Venegas con DNI N° 02862452 Magister en Dirección Empresarial
 N° ANR: 020-2006, de profesión Administración
 desempeñándome actualmente como Docente
 en UCV - Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Pautas y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV- Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					89
2. Objetividad					89
3. Actualidad					89
4. Organización					89
5. Suficiencia					89
6. Intencionalidad					89
7. Consistencia					89
8. Coherencia					89
9. Metodología					89

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV- Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					89
2. Objetividad					89
3. Actualidad					89
4. Organización					89
5. Suficiencia					89
6. Intencionalidad					89
7. Consistencia					89
8. Coherencia					89
9. Metodología					89

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de setiembre del Dos mil diecisiete.

Mgr. : Alfredo Seminario Venegas
DNI : 0236237
Especialidad : Marketing
E-mail : aseminario@hotmail.com

“ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD PARA ESTABLECER PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DE SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES YSERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		89			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		89			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		89			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		89			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																		89			

6.Intencionaldiad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			89
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			89
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			89
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			89

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 22 de septiembre de 2017.

Mgtr.: *Alfredo Seminario Vences*
DNI: 02862372
Teléfono: 962753128
E-mail: *aseminario@hotmail.com*

ANEXO N° 04
ACTAS

DECLARATORIA DE AUTORIA.



DECLARATORIA DE AUTORIA

Yo **MANUEL ALEXANDER PAIVA CALDERÓN**, educando de la Escuela Profesional de **Administración**, de la Universidad César Vallejo Sede Piura, expreso que el trabajo académico titulado: "PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017" proviene de mi autoría.

Consecuentemente, declaro lo siguiente:

- He referido todas las fuentes utilizadas en el presente trabajo de investigación, señalando correctamente la cita textual o de parafraseo derivado de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he señalado ninguna otra fuente distinta de las indicadas explícitamente en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido anteriormente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Estoy informado de que mi investigación puede ser analizada electrónicamente para comprobar plagios.
- De evidenciarse uso de material bibliográfico ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me acojo a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, veintitrés de octubre de 2017

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Paiva Calderón', written over a horizontal dotted line.

Firma

DNI N° 44117875

TURNITIN DEL DOCENTE

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&o=1204240077&u=10504173696s=3



feedback studio Tesis -- /0 < 52 de 52 > ?

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

"PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE
CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L
EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017"

AUTOR:
PAIVA CALDERÓN MANUEL ALEXANDER



Manuel Alexander Paiva Calderón
C.I. 8043

Resumen de coincidencias X


28 %

1	Entregado a Universidad	13 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe	2 %	>
3	tesis.unap.edu.pe	1 %	>
4	Entregado a Universidad	1 %	>
5	Entregado a Universidad	1 %	>
6	Entregado a Universidad	1 %	>
7	www.dspace.uce.edu.ec	1 %	>

Página: 1 de 42 Número de palabras: 10449 Text-only Report High Resolution Activado

08:38 31/10/2019

ACTA DE APROBACION DE LA TESIS.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

Yo Freddy Wiliam Castillo Palacios docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada:

“PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA CIUDAD DE PIURA - 2017”

Del estudiante **PAIVA CALDERON MANUEL ALEXANDER** constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.





Piura 31 de Octubre del 2019

Dr. Freddy Wiliam Castillo Palacios
DNI: 02842237

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

FORMULARIO DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION ELECTRONICA DE LA TESIS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peraita"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

PAIVA CALDERON MANUEL ALEXANDER

D.N.I. : 44117875

Domicilio : Jr. Pisagua N°706

Teléfono : Fijo :

Móvil 938929066

E-mail : emmalex_209@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Título : Licenciada en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PAIVA CALDERON MANUEL ALEXANDER.

Título de la tesis:

"Propuesta para orientar la calidad del servicio que conlleve a incrementar la rentabilidad de la empresa de Transportes y Servicios Generales Maleginn S.R.L en la ciudad de Piura - 2017"

Año de publicación : 2019



4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :31/10/2019

AUTORIZACION DE LA VERSION FINAL DEL TRABAJO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

PAIVA CALDERON MANUEL ALEXANDER

INFORME TÍTULADO:

“PROPUESTA PARA ORIENTAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE
CONLLEVE A INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTES Y SERVICIOS GENERALES MALEGINN S.R.L EN LA
CIUDAD DE PIURA - 2017”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 14/12/2018

NOTA O MENCIÓN: Aprobado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Melinda Rodríguez de Peña
MELINDA RODRIGUEZ DE PEÑA
Rectora de la Escuela de Administración

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN