INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO

JOHN VON NEUMANN

CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"ELABORACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE URBANO BOLOGNESI"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

PROFESIONAL TÉCNICO EN

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES:

SERGIO ALVARO, ALAVE JALIRI
JHAISON PRUDENCIO, LOPEZ HUENACUNI
CLAUDIA ELIZABETH, LUPACA MAQUERA

DOCENTE GUÍA:
GIOMAR WALTER, MOSCOSO ZEGARRA

TACNA – PERÚ

2015

1. CAPITULO i - Antecedentes del estudio 7
1.1. Titulo 7
1.2. Planteamiento del Problema 7
Diagnostico 7
Pronostico 7
Control 7
1.3. Objetivos 8
Objetivo General 8
Objetivos específicos 8
1.4. Justificación 8
Teórica 8
Metodológica 9
Practica 9
1.5. Definición operacionales 9
Calidad de Servicio 9
Cliente 9
1.6. Metodología 10
Metodología del Objetivo General 10
Metodología de los Objetivos Específicos 10
1.7. Alcances y Limitaciones 11
2. CAPITULO II - Marco Teórico 12
3. CAPITULO III - Marco Referencial 19
4. CAPITULO IV - Desarrollo del tema 22
5. CAPITULO V - Conclusiones 41

Tabla y gráficos

Cuadro N°1: Dimensiones de la evaluación de calidad 17
Cuadro N° 2: Escala de Likert 5 puntos 24
Grafico N° 1: Dimensión Tangible 26
Cuadro N° 3: Tangibilidad 27
Grafico N° 2: Dimisión de Fiabilidad 28
Cuadro N° 4: Fiabilidad 28
Grafico N° 3: Capacidad de respuesta 29
Cuadro N° 5: Capacidad de respuesta 29
Grafico N° 4: Dimensión de seguridad 30
Cuadro N° 6: Seguridad 30
Grafico N° 5: Dimensión de empatía 31
Cuadro N° 7: Empatía 31
Grafico N° 6: Resumen de Expectativas 32
Cuadro N° 8: Consolidado de Expectativas 32
Grafico N° 7: Dimensión tangible 33
Cuadro N° 9: Tangibilidad 33
Grafico N° 8: Dimensión de Fiabilidad 34
Cuadro N° 10: Fiabilidad 34
Grafico N° 9: Capacidad de Respuesta 35
Cuadro N° 11: Capacidad de Respuesta 35
Grafico N° 10: Dimensión de Seguridad 36
Cuadro N° 12: Seguridad 36
Grafico N° 11: Dimensión de empatía 37
Cuadro N° 13: Empatía 37
Grafico N° 12: Resumen de Percepciones 38
Cuadro N° 14: Consolidado de Percepciones 38
Cuadro N° 15: Brecha dela diferencia de percepciones y expectativas 39

Cuadro N° 16: Cronograma de actividades.....47
Cuadro N° 17: Presupuesto para el desarrollo de cursos de capacitación.....48
Cuadro N° 18: Presupuesto de alquiler del local 49
Cuadro N° 19: Presupuesto para el Mantenimiento y optimización 49

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo consistió en la ELABORACIÓN DE PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE URBANO BOLOGNESI"" que es una de las muchas empresas que laboran actualmente en ciudad de Tacna y que brindan el servicio de transporte.

El servicio de transporte poco a poco se está deteriorando y cada vez la insatisfacción de los usuarios es mayor y para comprobarlo nos planteamos objetivos que constó en realizar un diagnóstico actual y proponer una mejora para la situación actual para poder llegar a una situación deseada.

Se pretende por medio de la presente investigación, plantear propuestas de mejora que fortalezcan ciertas necesidades básicas para el usuario, así como la mejora para cambiar la percepción que tienen los usuarios de dicha empresa. Para lo cual nuestro objetivo en el presente trabajo de tesis es poder contribuir con la Mejora de la Calidad de Servicio de la Empresa Bolognesi S.R.L. Con la estrategia de calidad de servicio buscando lograr la lealtad de los clientes, para el cual procedemos a elaborar un cuestionario dirigido a los actuales clientes de la empresa, consiguiendo así realizar el correcto diagnóstico de la empresa que nos permitirá determinar el costo/ beneficio y lograr diseñar los mecanismos de implementación necesarios para la mejora de la calidad de servicio

INTRODUCCION

El tema de transporte en nuestra localidad es percibido cada vez más como un problema para nuestra sociedad. Aunque aún no alcanza los niveles críticos de nuestra capital llega a tener numerosos titulares en los diferentes medios de comunicación local, con temas que van desde el maltrato a los usuarios, hasta los accidentes de tránsito por causa de la imprudencia de los conductores. Todo esto hace que el transporte urbano local sea mal visto. Y es que debido a la falta iniciativa de las propias empresas que la conforman hacen que este problema vaya empeorando, a causa de la poca calidad de atención que los trabajadores de las empresas de transporte urbano brindan a los pasajeros, el maltrato, vehículos en mal estado, choferes imprudentes y demás son algunas de las actitudes y situaciones que se van agravando cada vez más en nuestra localidad.

Es por eso que el desarrollo del presente trabajo de investigación consiste en el diseño de una Propuesta para mejorar la calidad del servicio del transporte urbano de Bolognesi E.I.R.L. de la ciudad de Tacna 2015, la cual de ponerse en marcha mejorara significativamente la actual calidad de servicio de la empresa.

El trabajo de investigación está dividido en 5 capítulos desarrollados en el siguiente orden, En el Capítulo I: Nos planteamos los objetivos y antecedentes generales del estudio y el origen de problema de la investigación. En el Capítulo II: se propone medir la variable del trabajo a desarrollar y que en este caso fue “La calidad de servicio” a través un modelo llamado “Servqual” que consiste en medir expectativas vs

percepciones a través de una encuesta con un cuestionario de 22 preguntas divididas en 5 dimensiones: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Seguido de ello viene el Capítulo III: El cual contiene todo el marco referencial es decir los datos de la empresa desde su origen hasta la actualidad.

El Capítulo IV que consiste en el desarrollo total del trabajo de investigación se propuso cumplir los objetivo y donde se tuvo que realizar todo el trabajo de campo y pasar los resultados por un Software para poder tener una visualización mejor de los resultados de la investigación, una vez hecha la visualización pudimos cumplir nuestro primer objetivo y comprobar que el problema y la insatisfacción de los usuarios existe así como que la calidad de servicio de la empresa de transporte “Bolognesi” es muy baja.

Seguido de ello continuamos con el último, El Capítulo V: Que es en sí la propuesta de mejora planteada en base a los resultados obtenidos que básicamente consiste en realizar un mantenimiento general de las unidades de transporte que conforman la empresa “Bolognesi” con el fin de poder mejorar la imagen y la percepción de los usuarios a si también estandarizar el color de las unidades de transporte. Nuestra segunda propuesta consistió en proponer una capacitación para los ayudantes y choferes de las unidades de transporte de la empresa “Bolognesi” a través de charlas y cursos que serán impartidos por personas altamente capacitadas y con bastantes experiencias en los temas de “calidad de servicio, Empatía y atención al cliente” con el fin de orientar a los ayudantes y choferes sobre

la importancia de la calidad de servicio así como la atención, técnicamente costeamos también el pago a las personas que impartirán la capacitación así como el lugar donde se realizará dicha actividad una vez propuesto esto los objetivos planteados son desarrollados y cumplidos.

1. CAPITULO I - Antecedentes del estudio

1.1 Título:

Elaboración de Propuesta de mejora de la calidad del Servicio de la Empresa de Transporte Urbano “Bolognesi”

1.2 Planteamiento:

En la actualidad el servicio de transporte Urbano está en constante crecimiento y esto es debido a que cada vez las personas requieren trasladarse con mayor frecuencia pero a su vez también ha incrementado la deficiencia del servicio en los distintos aspectos del mismo, por lo cual los usuarios se muestran muy descontentos con el espacio limitado, estado del vehículo, inseguridad en el transcurso del Traslado y sobre todo por la mala atención que reciben.

Los usuarios optarán por tomar otras líneas con mayor capacidad que los dejen en su destino o cerca de él, en el aspecto de la seguridad, tiempo y comodidad, podrían considerar trasladarse en un taxi. En el área del servicio si no mejoran su servicio que están brindando podrían ir deteriorando la imagen de la empresa y pasar de una mala atención a una agresión física.

Control: Nuestro trabajo consiste en proponer soluciones que reduzcan y eviten estos problemas que existen en la actualidad respecto al servicio del transporte urbano de la empresa “Bolognesi” persistan y que puedan pasar de un simple incidente a llegar a ocasionar una crisis.

1.3 Objetivos

Objetivo general: Elaboración de propuesta de mejora de la calidad del Servicio de la Empresa de Transporte Urbano “Bolognesi”.

Objetivos específicos:

Realizar un Diagnóstico de la calidad del servicio de la empresa de transporte Urbano “Bolognesi”.

Determinar el costo/beneficio de la propuesta de mejora de la Calidad del servicio.

Diseñar Mecanismos de Implementación y control de la propuesta de mejora de la calidad del servicio de la empresa de transporte Urbano “Bolognesi” como voy implementar.

1.4 Justificación :

Justificación Teórica: Para nuestra Propuesta de mejora nos basaremos en los autores: Calidad del Servicio es la mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por falla en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes por fallas en el servicio, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) que nos dice que la Calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido, calidad en el servicio se define como: “ la capacidad de satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y requerimientos, es la satisfacción que se le proporciona al cliente a través del servicio”(Hernández, Chumaceiro, Atencio, 2009)

Justificación Metodología: Para nuestra propuesta de mejora se aplicará la Escala de Likert en un Cuestionario a través de una Encuesta Dirigida a los Usuarios que adquieren el Servicio de Transporte de la Empresa de Transporte "Bolognesi" Con Frecuencia para poder así Conocer las variables que determinan su satisfacción y así poder conocer a detalle nuestras propuestas de mejora.

Justificación Práctica: Nuestra Propuesta de mejora beneficiará a la Empresa de Transportes "Bolognesi" la cual si aplica nuestras propuestas podrá obtener una mejor imagen respecto a sus usuarios y no solo eso si no se podrá diferenciar de la competencia que vendrían a ser 2 empresas que también forman parte de la Ruta 24-B Brindando una mejor atención y sobretodo quienes saldrán más beneficiados serán todos los usuarios que adquieren el servicio de Transporte de la Empresa " Bolognesi" quienes estarán muy satisfechos con la atención tan esperada por estos.

1.5 Definiciones Operacionales:

Calidad del Servicio: Deming (1988) La calidad es esencialmente equitativo a la satisfacción del cliente.

Feigenbaum (1958) Todas las características del producto y servicio provenientes de mercadeo manufactura y mantenimiento que estén relacionadas directamente con las necesidades del cliente.

Cliente: Cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer".

Libro de José Daniel Barquero Cabrero “Marketing de Clientes”.

1.6 Metodología

Realizar un diagnóstico **evaluación de la calidad del servicio** de la empresa de transporte urbano “Bolognesi”.

Para la realización de nuestro diagnóstico de evaluación de la calidad del servicio, usaremos las siguientes técnicas: Encuestas Personales AD-HOC, Y también aplicaremos Escalas de medida no comparativas de Likert.

Modelar la propuesta de mejora de la calidad del servicio de la empresa de transporte urbano

Para dar modelo a la propuesta de mejora en la calidad del servicio necesitaremos establecer las siguientes tareas y objetivos: identificar el área de mejora, detectar las principales causas del problema, formulamos objetivos y metas, selecciónanos las acciones de mejora, realizamos una planificación y seguimiento.

Diseñar mecanismos de implementación de la propuesta de mejora de la calidad del servicio de la empresa de transporte urbano “Bolognesi”

Para poder implementar la propuesta de mejora en la calidad del servicio necesitaremos: haber hecho previamente una entrevista y contar con la aprobación del gerente de la empresa, además de contar con las siguientes herramientas: reglamento de tránsito 2015, manuales de capacitación, estudio de casos, videos audiovisuales, simuladores y demás técnicas grupales. Así como un policía experto en tránsito que nos facilitara las normas vigentes con las que deben contar todo vehículo de transporte urbano, además de un gerente

de recursos humanos para que brinde las charlas de capacitación y sensibilización.

1.7 Alcances y Limitaciones

Alcances: El presente estudio explorará la atención al cliente de la empresa de transporte urbano “Bolognesi” que cubre la ruta : 24-B ,para la localidad de Tacna.

La investigación abarca únicamente a las empresas dedicadas al rubro de transporte urbano de la localidad de Tacna en el sector de Transportes y Comunicaciones.

Limitaciones: Poco acceso a información de la empresa por parte de los gerentes.

No contar con horarios compatibles, lo que dificulta el correcto avance del trabajo.

2. CAPITULO II - Marco teórico

Importancia del estudio de la calidad de servicio

El cliente en la actualidad se ha vuelto en el protagonista más esencial de toda empresa, dar buenas respuestas a sus necesidades y brindar un servicio óptimo se ha convertido en una regla de juego para toda empresa de producto o servicio.

La calidad no es más que una carrera sin meta en la cual una empresa debe estar en mejora continua, adaptándose al cambio (tecnología, tendencias) y a las exigencias que se presentan por parte del cliente y del entorno (competidores) pero buscando siempre la diferenciación, cabe recalcar que tener todo esto no le brinda calidad a tu empresa ya que, quien finalmente determina si tu servicio o producto es de calidad es tu mismo cliente quien al adquirir tu producto o servicio define su propia calidad si este está satisfecho con sus necesidades, es decir un producto no va ser de calidad porque tú lo dices y tampoco lo será para todo el mercado, ello va depender mucho del uso que le dé el cliente por ende debemos definir muy bien quien va consumir tu producto y adecuarlo a sus necesidades hasta un punto de llegar a su satisfacción y que pueda considerar tu producto o servicio de calidad, alcanzado esto lo siguiente a hacer es empezar otra vez mejorando errores o fallas detectados o percibidos por el cliente, en el caso de que si el cliente no perciba tu servicio o producto de calidad como tú lo esperabas podría ser tu punto de fracaso. Por otro lado siempre debemos tener en cuenta de que el cliente tiene información y no solo eso, ahora tiene opciones: buenas y malas que las divide de acuerdo a su percepción por eso mismo es que la calidad con el pasar de los años se ha convertido en algo que si no posees, simplemente no eres competitivo.

La calidad es algo intangible, no la podemos ver, ni tocar por lo tanto no tiene una definición estandarizada pero lo que si podemos decir es que existen 2 niveles de calidad: el nivel uno enfocado en las especificaciones del producto o servicio, mientras que el nivel dos está enfocado en la satisfacción del cliente.

Nosotros definiremos calidad del servicio enfocándonos en el nivel dos es decir en la satisfacción del cliente, para ello es necesario citar a unos autores como Deming y Feigenbaum (1988,1958) que coinciden en que la calidad debe estar definida en términos de satisfacción del cliente y que calidad es multidimensional, Deming(1988) nos habla sobre la dificultad de predecir las necesidades futuras en el cliente , ya que solo así un servicio puede ser diseñado para dar satisfacción con un precio que el cliente pagará, pero a su vez esto es algo complicado ya que lograrlo no es el fin porque es ahí cuando te das cuenta de que sus necesidades ya cambiaron al igual que tus competidores por eso es que una empresa debe estar en una mejora continua de sus procesos, Feigenbaum (1958) nos dice que no solamente es satisfacer las necesidades del cliente, sino que también superar sus expectativas, también define calidad como la experiencia que tiene el cliente con los servicios o productos comparado con sus requerimientos establecidos y no establecidos , conscientes e inconscientes. Calidad en pocas palabras para Feigenbaum son todas las características del servicio relacionadas directamente con las necesidades y expectativas de los clientes.

Modelos de calidad

Para definir cómo es que los consumidores realizan la evaluación de la calidad de nuestro servicio detallaremos los distintos modelos de calidad que han sido estudiados en los últimos años.

Un modelo de calidad en el servicio es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces de explicar convenientemente el nivel de calidad alcanzado por una organización desde la perspectiva de sus consumidores. Además, dichos modelos proponen habitualmente que la calidad que se percibe de un servicio es el resultado de una comparación entre las expectativas del cliente y las cualidades de un servicio.

A continuación veremos los modelos que más se apegan a nuestra propuesta de mejora para lo cual los definiremos uno a uno con el fin de conseguir el que se adapte mejor a nuestro proyecto.

Modelo de Johnson, Tsiros & Lancioni

(Jhonson, Tsiros &Lancini, 1995). Modelan la calidad del servicio en las siguientes dimensiones:

INPUT: En esta dimensión se considera si existen condiciones para que pueda realizarse el servicio tales como: la infraestructura necesaria para dotar el servicio, si las áreas están apropiadamente amuebladas, limpias y listas, y si previamente se han seleccionado los proveedores adecuados; el conocimiento y habilidades que posean los empleados es un input crítico. Los inputs deben adquirirse de otros sistemas o bajo el estudio de sistemas.

PROCESS: Se refiere a la interacción entre los proveedores del servicio y el cliente cuando el servicio se realiza, la experiencia que nace de la interacción de estos personajes es crucial y afecta al proceso interno.

OUTPUT: Aquí se analiza el resultado final de todo el servicio, para llegar a la retroalimentación, es decir como fue el impacto que tuvo hacia el cliente.

Modelo servperf

(Cronin & Taylor 1992). Después de numerosos estudios empíricos a diferentes organizaciones de servicios, propusieron un nuevo modelo llamado SERVPERF, Este modelo está basado únicamente en las percepciones, en la prestación de un servicio.

Su ventaja seria que tiene un grado alto de fiabilidad (coeficiente alpha de cronbach de 0.9098; alpha estandarizado de 0.9238) y el hecho de gozar de una mayor validez predictiva que la del modelo de la escala basada en diferencias, es decir, el SERVQUAL.

Modelo servqual

(Zeithaml, Parasuraman & Berry 1985). Después de realizar numerosas investigaciones los catedráticos de marketing acerca de la calidad de los servicios, crearon esta escala para calificar a las organizaciones de servicios.

Este modelo mide el servicio deseado por la organización en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Define un SERVICIO DE CALIDAD como la **diferencia entre las expectativas y percepciones** de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las

percepciones, de manera que éstas superaran a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.

Básicamente se trata de un cuestionario que distingue dos partes:

Expectativas: Donde se preguntan 22 afirmaciones que identifican las expectativas generales de los clientes sobre un servicio en particular.

Percepciones: Formada por las mismas 22 afirmaciones anteriores, se diferencia que no se centran en un servicio en específico más bien en una empresa concreta que pertenece a dicho servicio.

Cada una de las dimensiones y las preguntas asociadas van dirigidas a: **Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

Capacidad de Respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

Empatía: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario **Servqual.**

El cuestionario consta de tres secciones:

En la primera se interroga al cliente sobre las expectativas que tiene acerca de lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones en las que el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.

En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

Las 22 declaraciones que hacen referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas anteriormente, agrupados de la siguiente manera:

Cuadro N°1: Dimensiones de la evaluación de calidad:

Elementos tangibles	Ítems 1-4
Fiabilidad	Ítems 5-9
Capacidad de respuesta	Ítems 10-13
Seguridad	Ítems 14-17
Empatia	Ítems 18-22

De esta forma, el modelo SERVQAL de Calidad de Servicio permite disponer de puntuaciones sobre la percepción y expectativas respecto a cada característica del servicio evaluado. La diferencia entre percepción y expectativas indicará los

déficits de calidad cuando la puntuación de expectativas supere a la de percepción.

Teniendo estos tres precedentes de estudio de la calidad de servicio llegamos a la conclusión que el modelo servqual es el que más se adecua a nuestro proyecto.

3 CAPITULO III - Marco referencial

Visión Ser reconocidos por brindar un servicio con unidades con gran capacidad y diferenciadas por una excelente atención

Visión a largo plazo Cambiar las unidades de transporte por unas con mayor capacidad 2017

Ampliar la ruta que cubre la empresa para el año 2016

Misión Ofrecer un servicio adecuado durante el traslado a través de unidades móviles con mayor capacidad y un buen trato

Valores: Responsabilidad para asumir los días de turno.

Honradez respecto a entregas de cuentas y pagos por castigo según reglamento.

Puntualidad al cumplir las horas indicadas según rol que les toque.

Política Todo personal ingresado para laborar en la empresa recibe previa evaluación de antecedentes y verificar si tiene problemas.

El personal debe usar traje medio formal con zapatos y camisa.

Las unidades deben estar limpias y ordenadas para poder laborar.

Reseña Histórica La ruta 24-B empezó como una asociación en el año 1991 con 36 unidades ofreciendo el servicio de transporte por las rutas actuales, el 20 de octubre del 2003 se formalizo la empresa Bolognesi 24-B, para el 22 de septiembre del 2009 se dividió y se formalizo otra empresa llamada PEAÑAS con 9 unidades quedando 27 unidades para la empresa Bolognesi, actualmente estas 2 empresas son las que laboran de un recorrido desde la Universidad

privada de Tacna hasta el Hospital de la solidaridad con una frecuencia de unidades de dos minutos y medio , en horas “puntas” que son las horas donde la demanda de pasajeros es incrementada considerablemente como la salida de la Universidad , la frecuencia de unidades se reduce a dos minutos.

Persona jurídica: Empresa o asociaciones u otra forma de organización conformada por transportistas autorizados debidamente inscrita en los registros públicos, dedicada al servicio de transporte público de pasajeros

Los representantes de estas organizaciones deberán acreditar ante la gerencia de desarrollo urbano infraestructura y transportes su representatividad con la respectiva vigencia de consejo directivo expedido por registros públicos, asimismo el número de representantes y su forma de participación.

Zona de trabajo Determinada área para la prestación del servicio de transporte público.

Ruta Vías por donde circulan los vehículos debidamente determinadas y autorizadas por la municipalidad mediante la resolución para la prestación del servicio de transporte público.

Pasajero o usuario Persona natural que solicita el servicio de transporte urbano para su correspondiente traslado a su destino.

Inspección técnica vehicular Los vehículos destinados para la prestación del servicio de transporte urbano en la ciudad de Tacna deberán cumplir con la correspondiente inspección técnica vehicular conforme con lo dispuesto por la ley número 29237, ley que crea el sistema nacional de inspecciones técnicas vehiculares, su reglamento y d.s. número 055-2010-mtc.

Seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT) Requisito indispensable con el que deben contar todas las empresas de transporte urbano que cubren los riesgos de muerte, invalidez permanente, incapacidad temporal, gastos de atención médica, hospitalaria y quirúrgica, gastos de sepelio de de cada uno de los pasajeros y del propio conductor y responsabilidad civil ante terceros.

4.-CAPITULO IV - Desarrollo del Tema

Identificación del área de mejorar

El área en la que estamos enfocados es la de atención al cliente de la empresa "Bolognesi" para poder conocer cómo es que se está brindando el servicio hacia los usuarios y las medidas que debemos tomar para mejorar el área mencionada a través de estrategias, métodos.

Diagnóstico

Luego de obtener y adaptar el modelo de encuestas que nos proporciona el modelo Servqual mencionado en el marco teórico, nos basamos en ello para poder elaborar la encuestas que consta en expectativas vs percepciones es decir dos cuestionarios con cinco dimensiones que sirven para medir la satisfacción del cliente.

Para poder desarrollar nuestro estudio de la población de la empresa "Bolognesi" aplicamos la fórmula y obtuvimos una población de 373 personas que vendrían a ser las personas total a encuestar pero esto solo será para el cuestionario de expectativas aplicando la misma cantidad para el cuestionario de percepciones según los autores del modelo del cuestionario. Luego de aplicar los dos cuestionarios procederemos a tabular las encuestas seguidamente de su representación gráfica con el fin de poder analizar e interpretar de una manera mucho más fácil visualmente.

Población:

Para poder determinar la población nos basamos en los recorridos hechos por una unidad que vendrían a ser 12 y los pasajeros que atiende por recorrido que vendrían a ser 40 multiplicando esas dos cantidades obtenemos la cantidad en promedio de pasajeros que una unidad de la empresa de transporte “Bolognesi” atiende en un día que vendría ser 480 pasajeros por día por unidad, basándonos en las 27 unidades de la empresa “Bolognesi” procedemos a multiplicar los 480 por el total de unidades obteniendo una cantidad de 12960 pasajeros por día que atiende la empresa , llevándolo a datos mensuales obtuvimos nuestra población de 388800 pasajeros.

Llevándolo a la fórmula obtenemos:

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)388800}{(388800) - 1)\ 0.05^2 + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{12446.78}{33.36}$$

$$n = 373.313$$

Universo de estudio:

Para el desarrollo del estudio de nuestra propuesta de mejora y la aplicación de ella , procedimos a realizar el trabajo de campo en las zonas de mayor concurrencia de personas que optan por trasladarse en la empresa de transporte “Bolognesi” que vendrían a ser la mayor población los estudiantes de la

universidad privada de Tacna así como las personas que residen por el hospital de la solidaridad y a los alrededores de maestro, tomando encuestas de mayor cantidad en dichos lugares ya que la empresa “Bolognesi” es una de las pocas que transita por esos lados, procedimos asignar a cada persona el cuestionario de expectativas para luego asignar las de percepciones

Variable

Técnicamente la variable que estamos midiendo en el trabajo de investigación es la calidad del servicio de la empresa “Bolognesi”

La encuesta que aplicamos está compuesta de 5 dimensiones que usaremos como base para poder interpretar y analizar la información recolectada, la encuesta está compuesta por la escala de Likert que es la más adecuada para medir la satisfacción del cliente en base a 5 puntos del más bajo que sería 1 al más alto que vendría a ser el 5.

Cuadro N° 4 : Escala de Likert 5 puntos

1. Completamente en desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Completamente de acuerdo

Técnicas de recopilación de datos

La técnica aplicada fue el cuestionario pero en este caso el cuestionario se nos fue propuesto por el modelo Servqual que constó en 22 preguntas divididas en 5 dimensiones:

- Capacidad de respuesta
- Fiabilidad
- Empatía
- Seguridad
- Elementos Tangibles

Las 22 preguntas que conforman el cuestionario son valoradas en 5 criterios según escala de Likert, basándonos en las 5 dimensiones del cuestionario podremos facilitar el análisis e interpretación de los datos tabulados una vez obtenidos.

Para poder aplicar las encuestas tendremos que realizar dos trabajos de campo uno de expectativas y otro de percepciones.

Procedimiento para el análisis de información

En esta parte el primer luego de aplicar el trabajo de campo en los lugares mencionados en el universo de estudio es codificar los criterios de la escala de Likert que son 5 valores, junto a las dimensiones que también son 5.

Luego de codificar el total de datos, nos será más práctico el análisis de los datos obtenidos así como los programas informáticos que vendrían a ser Excel, SPSS.

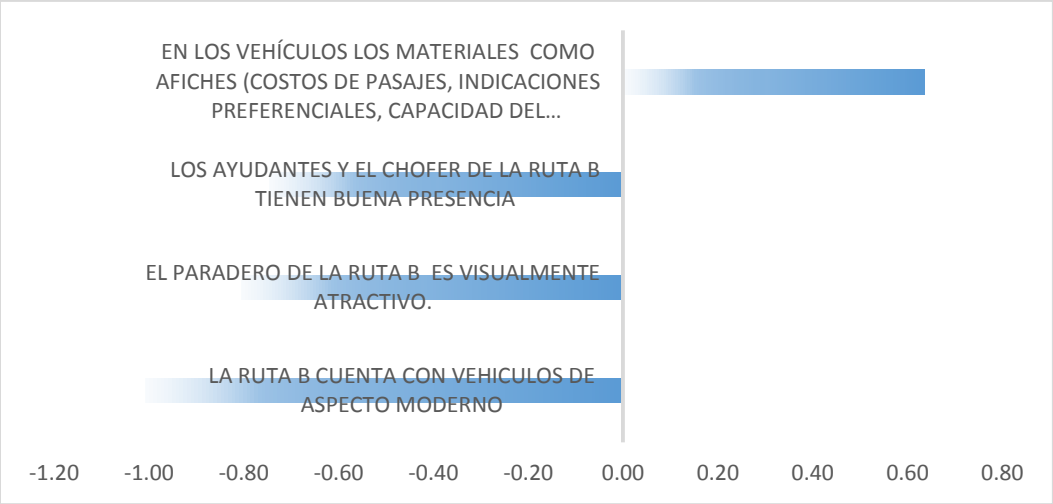
En nuestro caso se nos hizo mucho más fácil aplicar el software Excel, basándonos en los resultados dados y en los gráficos que nos ayudarán a proporcionarnos una manera más comprensible de la información.

Para la tabulación de datos de las encuestas obtenidas del trabajo de campo, se hizo un análisis descriptivo por cada pregunta con sus valores del 1 al 5, luego de trasladar los datos procedimos a elaborar cuadros de resultados y gráficos por cada pregunta así como los consolidados por dimensión seguidamente de esto continuamos con el análisis tomando de referencia las preguntas y dimensiones con mayor impacto hecho el análisis podremos elaborar nuestra propuesta de mejora y así poder cumplir el objetivo de la investigación tomando las decisiones correctas.

Respecto a los resultados obtenidos luego de la aplicación y tabulación de encuestas para poder medir la calidad del servicio de la empresa “Bolognesi” estos son los resultados obtenidos:

Encuestas de expectativas

Grafico N° 1: Dimensión Tangible



Cuadro N° 3:

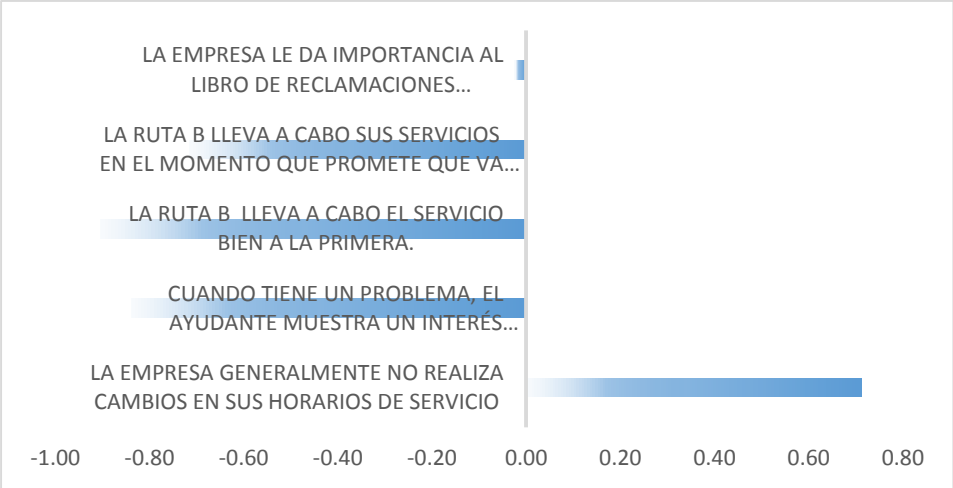
Fuente: elaboración propia

TANGIBLE	
La ruta B cuenta con unos vehículos de aspecto moderno	-1.01
El paradero de la ruta B es visualmente atractivo	-0.81
Los ayudantes y el chofer de la ruta B tienen buena presencia	-0.75
En los vehículos los materiales como afiches(costos de pasajes, indicaciones preferenciales, capacidad del vehículo)son atractivos	0.64
	-0.48

Ítems 1-4 TANGIBILIDAD

Respecto al gráfico podemos deducir que los usuarios no esperan recibir un buen servicio con las instalaciones adecuadas por parte del vehículo y la vestimenta del ayudante del transporte, cabe destacar también que si esperan ver por lo menos afiches e indicaciones adecuadas.

Grafico N° 2: Dimensión de fiabilidad



Fuente: elaboración propia

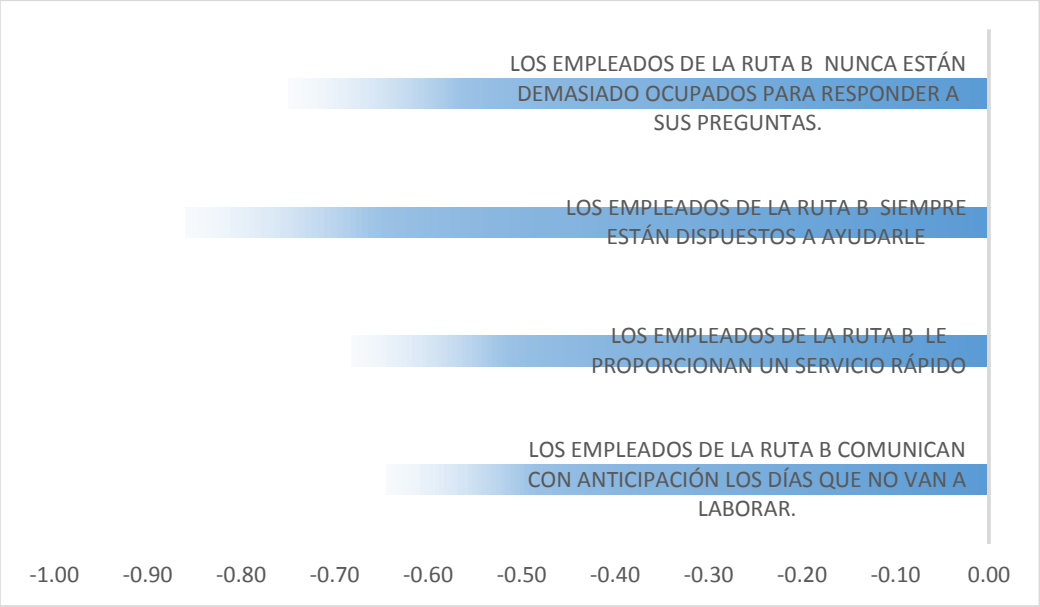
Cuadro N° 4:

FIABILIDAD	
La empresa generalmente no realiza cambios en sus horarios de servicio	0.71
Cuando tiene un problema, el ayudante muestra un interés sincero por solucionarlo	-0.84
La ruta B lleva a cabo el servicio bien a la primera	-0.90
La ruta B lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va hacerlo	-0.71
La empresa le da importancia al libro de reclamaciones	-0.02
	0.14

Ítems 5-9 FIABILIDAD

Respecto al gráfico podemos deducir que los usuarios no esperan que el servicio de transporte les genere confianza y que por el contrario el único aspecto que esperan confiar es en horario de atención del servicio de transporte.

Grafico N° 3: Capacidad de respuesta



Cuadro N°5:

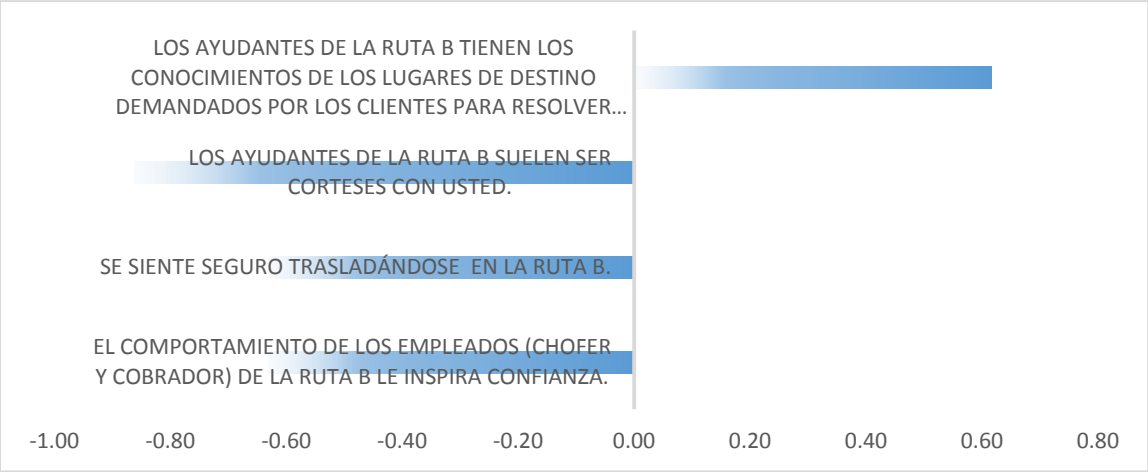
Fuente: elaboración propia

CAPACIDAD DE RESPUESTA	
Los empleados de la ruta B comunican con anticipación los días en que no van a laborar	-0.64
Los empleados de la ruta B le proporcionan un servicio rápido	-0.68
Los empleados de la ruta B siempre están dispuestos a ayudarle	-0.86
Los empleados de la ruta B nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	-0.75
	-0.73

Ítems 10-13 CAPACIDAD DE RESPUESTA

Respecto al gráfico podemos entender que los usuarios no esperan unas buenas respuestas en las actitudes por parte del chofer y el ayudante en el momento del servicio brindado

Grafico N° 4: Dimensión de seguridad



Cuadro N° 6:

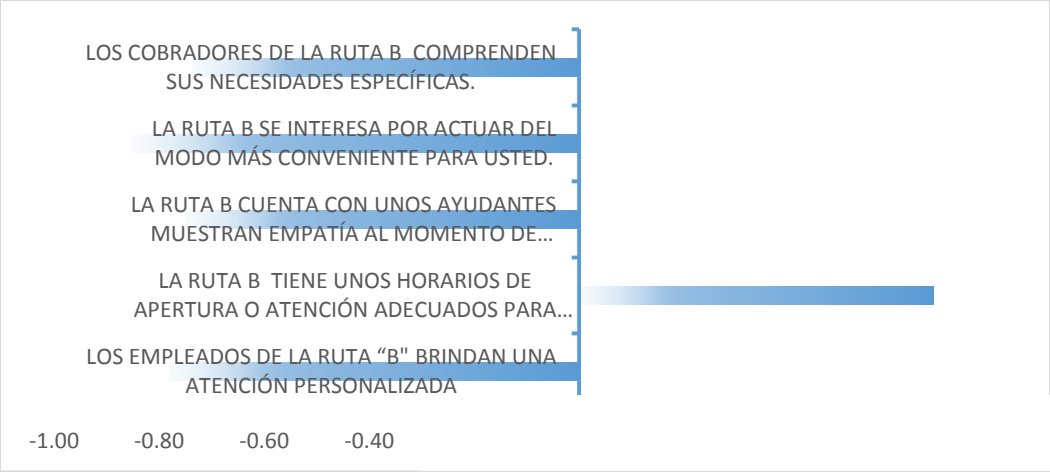
Fuente: elaboración propia

SEGURIDAD	
El comportamiento de los empleados (Chofer y Cobrador) de la ruta B les inspira confianza	-0.63
Se siente seguro trasladándose en la ruta B	-0.63
Los ayudantes de la ruta B suelen ser corteses con usted	-0.86
Los ayudantes de la ruta B tienen los conocimientos de los lugares de destino demandado por los clientes para resolver sus dudas	0.62
	-0.38

Ítems- 14-17 SEGURIDAD

Respecto al gráfico podemos ver que los usuarios no esperan sentirse seguros trasladándose en el vehículo ni una buena actitud por parte del ayudante o chofer y que el único aspecto donde esperan sentir seguridad es en el conocimiento total del recorrido al momento que el usuario consulte por algún sitio.

Grafico N° 5: Dimensión de empatía:



Cuadro N° 9:

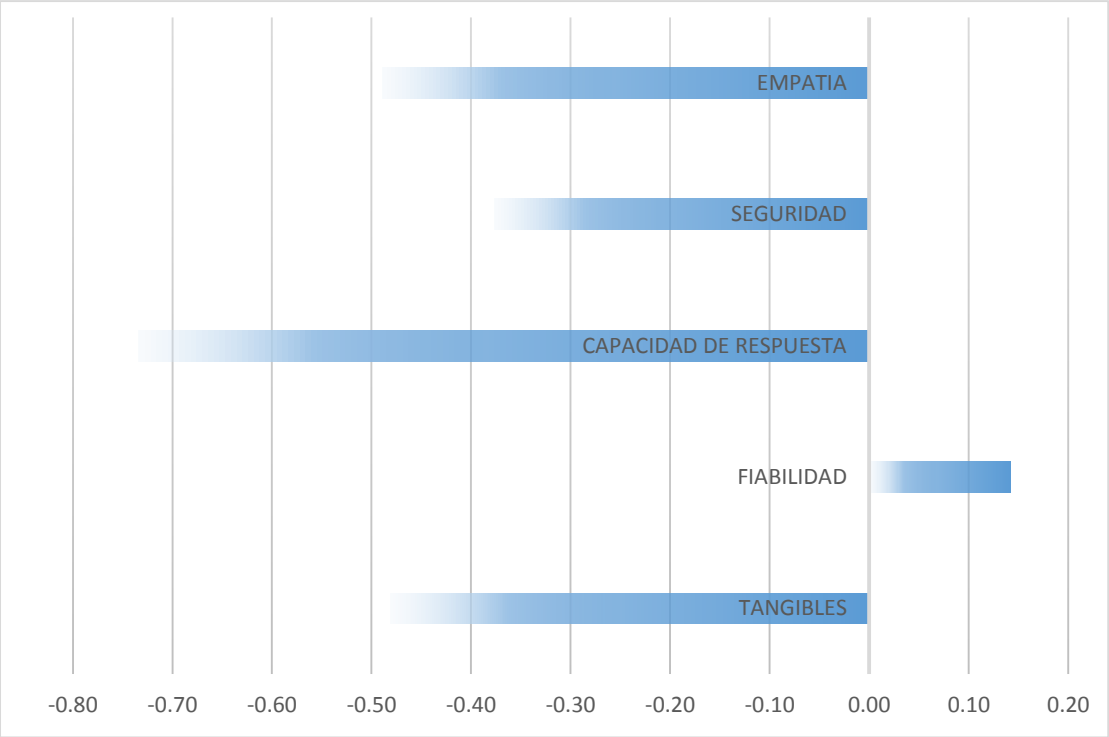
Fuente: elaboración propia

EMPATIA	
Los empleados de la ruta B brindan una atención personalizada	-0.78
La ruta B tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes	0.67
La ruta B cuenta con unos ayudantes que muestran empatía al momento de comunicarse con el cliente	-0.75
La ruta B se interesa por actuar del modo más conveniente para usted	-0.85
Los cobradores de la ruta B comprenden sus necesidades especificas	0.74
	-0.49

Ítems- 18-22 EMPATÌA

Respecto al gráfico podemos ver que los usuarios no esperan recibir una adecuada atención ni comprensión por parte del ayudante o chofer y que le único aspecto donde piensan que no afectarán al usuario será en el horario atención.

Grafico N° 6: Resumen de Expectativas



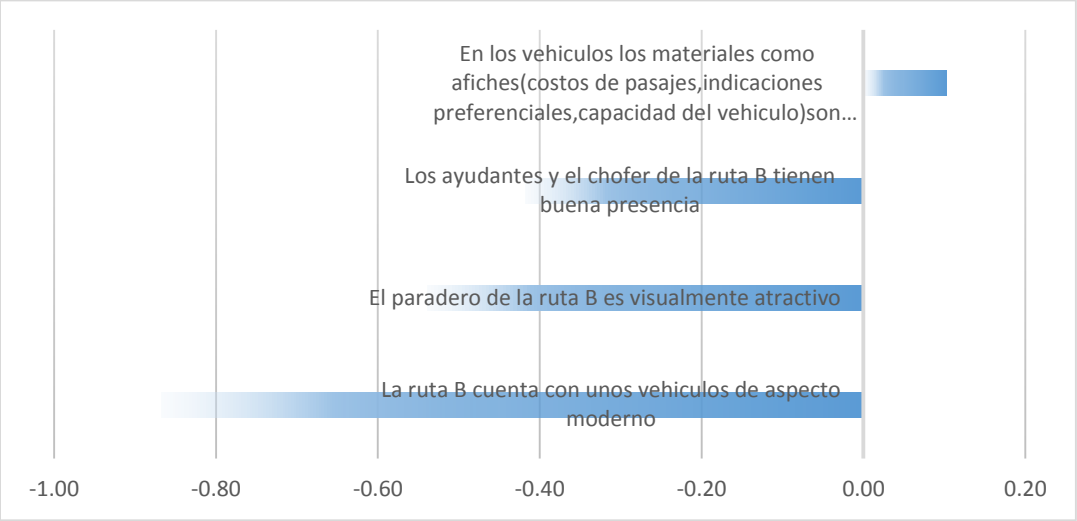
Cuadro N° 18:

Fuente: elaboración propia

Tangibles	**-0.48**
Fiabilidad	**0.14**
Capacidad de respuesta	**-0.73**
Seguridad	**-0.38**
Empatía	**-0.49**

Encuestas de precepción

Grafico N° 7: Dimensión tangible



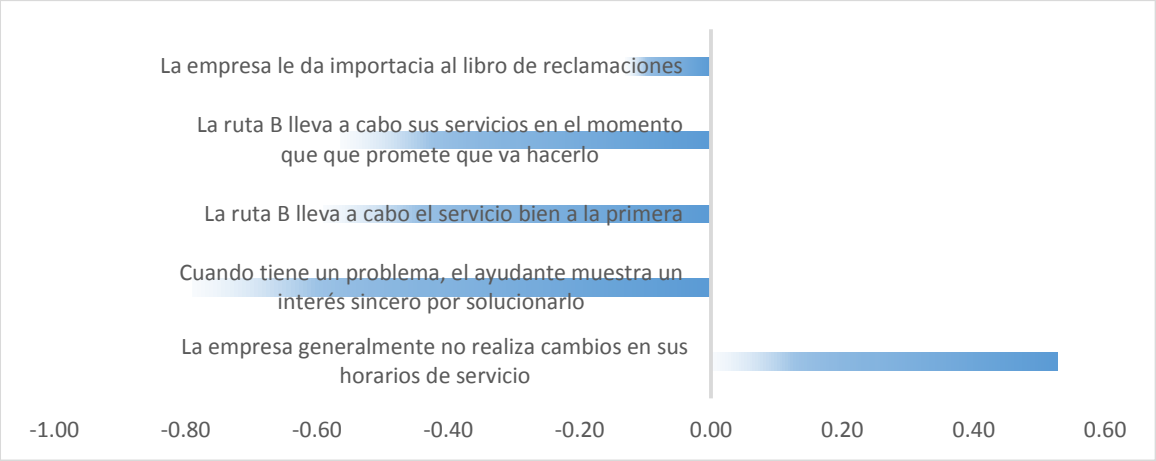
Cuadro N° 9:

TANGIBLE	
La ruta B cuenta con unos vehículos de aspecto moderno	-0.87
El paradero de la ruta B es visualmente atractivo	-1
Los ayudantes y el chofer de la ruta B tienen buena presencia	-0.42
En los vehículos los materiales como afiches(costos de pasajes, indicaciones preferenciales, capacidad del vehículo)son atractivos	0.10
	-0.43

Ítems 1-4 TANGIBILIDAD

En el grafico **N° 7** se puede observar que los usuarios perciben escasamente el uso de los materiales visuales respectivos (0.10), pero notan una carencia en la presentación de imagen por parte de los trabajadores y vehículos.

Grafico N° 8: Dimensión de fiabilidad



Fuente: elaboración propia

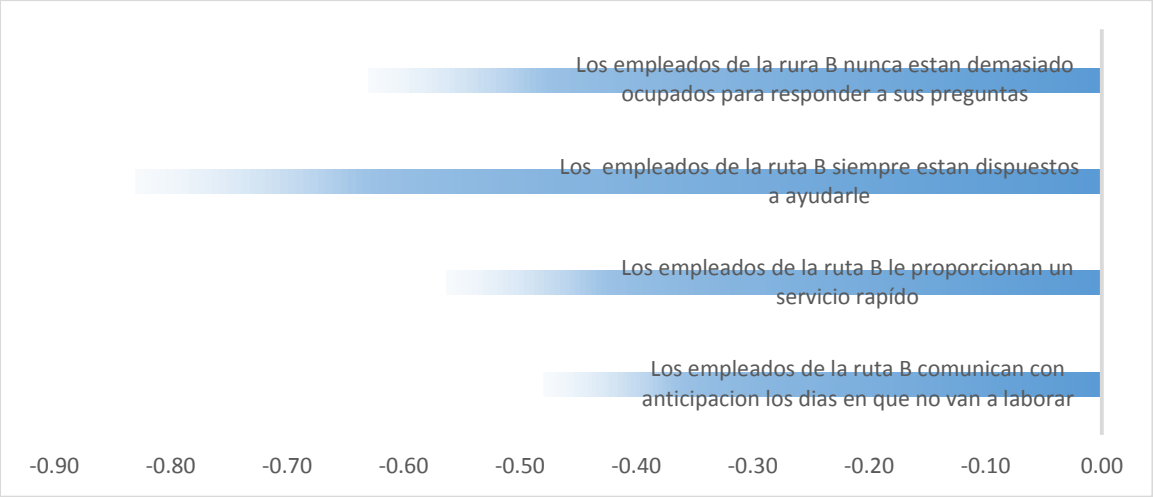
Cuadro N° 10:

FIABILIDAD	
La empresa generalmente no realiza cambios en sus horarios de servicio	0.53
Cuando tiene un problema, el ayudante muestra un interés sincero por solucionarlo	-0.79
La ruta B lleva a cabo el servicio bien a la primera	-0.59
La ruta B lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va hacerlo	-0.56
La empresa le da importancia al libro d reclamaciones	-0.13
	-0.31

Ítems 5-9 FIABILIDAD

En este grafico **N° 8** se puede apreciar que los usuarios perciben una precaria atención en lo que respecta el servicio como tal, interés por parte del cobrador, un buen servicio y la importancia al libro de reclamos. Pero si confirma que cumplen con los horarios correspondientes (0.53).

Grafico N° 9: Capacidad de respuesta



Cuadro N° 11:

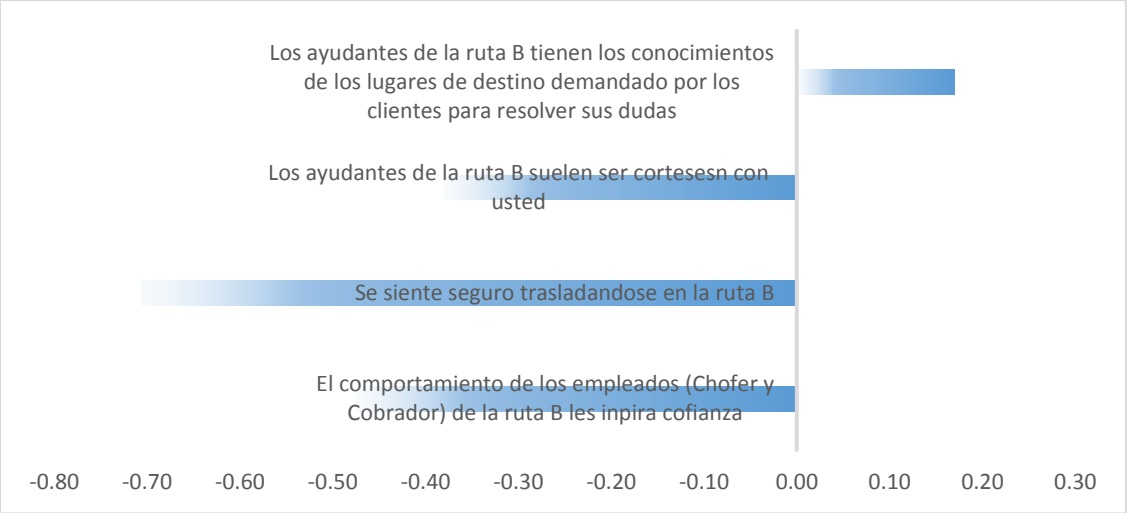
Fuente: elaboración propia

CAPACIDAD DE RESPUESTA	
Los empleados de la ruta B comunican con anticipación los días en que no van a laborar.	-0.48
Los empleados de la ruta B le proporcionan un servicio rápido	-0.56
Los empleados de la ruta B siempre están dispuestos a ayudarle	-0.83
Los empleados de la ruta B nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	-0.63
	-0.63

Ítems 10-13 CAPACIDAD DE RESPUESTA

En este grafico **N° 9** se puede observar que los usuarios perciben que nos son atendidos de la manera que esperan, los trabajadores no muestran la predisposición debida (-0.83), el servicio no es rápido y no muestran predisposición por ayudarlos en las dudas que puedan tener.

Grafico N° 10: Dimensión de seguridad



Cuadro N° 12:

Fuente: elaboración propia

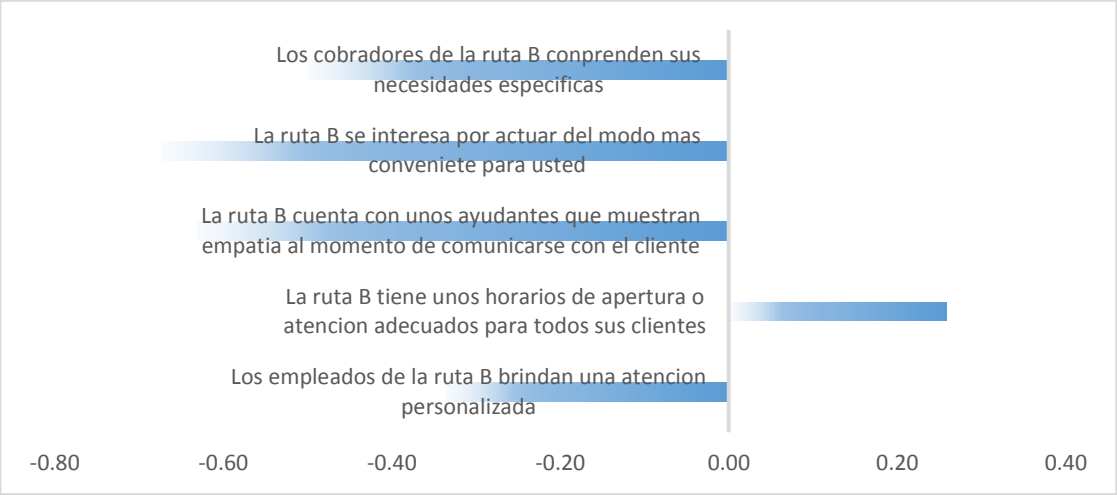
SEGURIDAD	
El comportamiento de los empleados (Chofer y Cobrador) de la ruta B les inspira confianza	-0.47
Se siente seguro trasladándose en la ruta B	-0.71
Los ayudantes de la ruta B suelen ser corteses con usted	-0.38
Los ayudantes de la ruta B tienen los conocimientos de los lugares de destino demandado por los clientes para resolver sus dudas	0.17
	-1.56

Ítems- 14-17 SEGURIDAD

El grafico **N° 10** muestra que los usuarios perciben que los ayudantes si cuentan con el conocimiento necesario para desenvolverse en su trabajo (0.17), pero en el sentido de cortesía, seguridad, así como de confianza se ve una apreciación negativa.

Grafico N° 11: Dimensión de empatía

Cuadro N° 13:



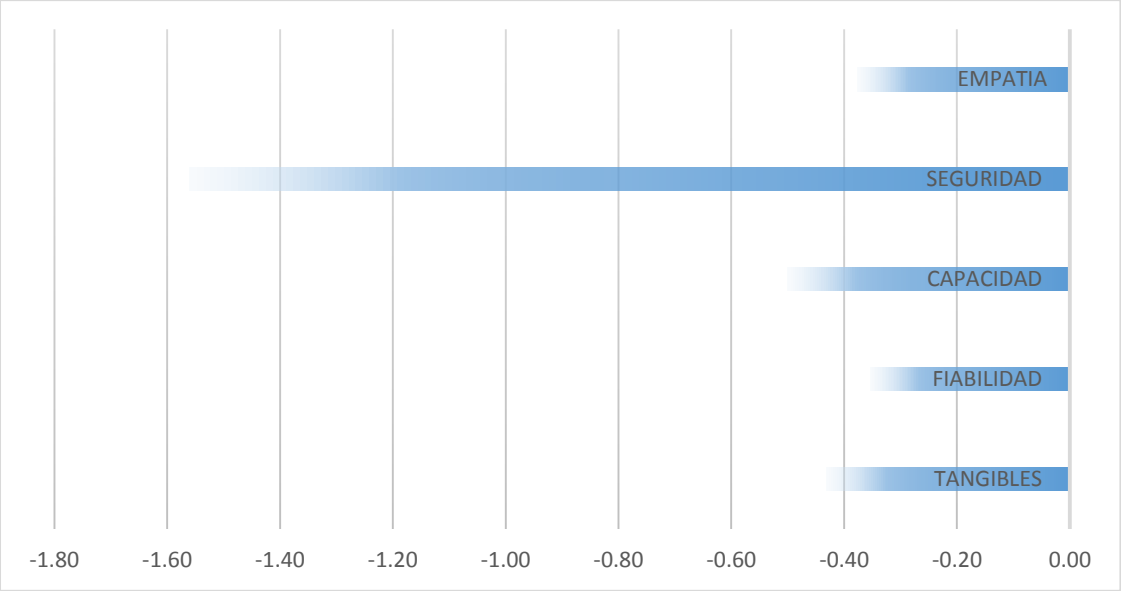
Fuente: elaboración propia

EMPATIA	
Los empleados de la ruta B brindan una atención personalizada	-0.34
La ruta B tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes	0.26
La ruta B cuenta con unos ayudantes que muestran empatía al momento de comunicarse con el cliente	-0.63
La ruta B se interesa por actuar del modo mas conveniente para usted	-0.67
Los cobradores de la ruta B comprenden sus necesidades especificas	-0.50
	-0.38

Ítems- 18-22 EMPATÌA

Este grafico **N° 11** muestra que los usuarios perciben una falta de comprensión a sus necesidades por parte de los cobradores, así como una nula empatía, además de un desinterés por la mejora continua Pero si muestran una aprobación por sus horarios (0.26).

Grafico N° 12: Resumen de Percepciones



Cuadro N° 14:

Fuente: elaboración propia

TANGIBLES	-0.43
FIABILIDAD	-0.35
CAPACIDAD	-0.50
SEGURIDAD	-1.56
EMPATIA	-0.38

TOTAL

En el grafico **N° 12** muestra que los usuarios no perciben que la empresa satisfaga sus necesidades reales en cuanto a todas las dimensiones. Sobre todo en el aspecto de seguridad (-1.56), capacidad, tangibilidad, empatía y fiabilidad.

Cuadro N° 15: Brecha dela diferencia de percepciones y expectativas

Dimensión	Percepciones	Expectativas	BRECHA
Tangibles	-0.43	-0.48	0.05
Fiabilidad	-0.35	0.14	-0.49
Capacidad de Respuestas	-0.13	-0.73	0.60
Seguridad	-1.56	-0.38	-1.18
Empatía	-0.38	-0.49	0.11
			-0.91

INTERPRETACIÓN DE LAS 5 DIMENSIONES

Los usuarios no tienen buenas expectativas buenas del servicio de transporte en general por ende las expectativas son negativas, por otro lado las percepciones también son negativas obteniendo unos bajos resultados en la brecha de percepciones vs expectativas como resultado obtuvimos una brecha negativa lo cual nos refleja que la calidad de servicio de transporte es deficiente, la brecha es negativa por las dos dimensiones que tuvieron un gran impacto que fueron Fiabilidad y Seguridad. Dichas dimensiones vendían a ser los puntos más críticos y donde debemos enfocarnos para elaborar nuestra propuesta.

DESARROLLO DEL TEMA

En la continuación del desarrollo del presente capitulo se diseñará la propuesta mejora, conteniendo planes de acción y mecanismos de control. En el transcurso de esta investigación se puede apreciar que las dimensiones con mayor brecha negativa son: LA SEGURIDAD Y LA FIABILIDAD, que la empresa de Transportes Urbano Bolognesi S.R.L., está pasando, problemas que afectan a la integridad de los trabajadores así como a los usuarios, si bien el problema de transito es nacional queremos enfocarnos en proponer mejoras a mediano y corto plazo para esta empresa, que repercutirá directamente en la calidad de atención al cliente, logrando ser reconocida y diferenciada por la atención seguridad y confianza.

IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA A MEJORAR.

En el área de calidad de servicio, es donde identificamos el problema de Fiabilidad y Seguridad, deficiencias en la atención, maltrato a los usuarios, carencia de un uniforme que identifique a los trabajadores de la empresa, falta de incentivos, así como de capacitaciones, deficiencias en el clima laboral y condiciones poco optimas de los vehículos; son problemas que presenta la empresa, para luego revertirlos y buscar una alternativa de solución y pueda mejorar la productividad de sus trabajadores y así repercuta de manera directa a la calidad de servicio. Para lo cual

se presentará el plan de mejora que permita optimizar la calidad de servicio, incentivos, y estado de las unidades de transporte, uniformes de los colaboradores mejorando las condiciones de servicio hacia el cliente.

DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA.

La empresa de Transporte Urbano Bolognesi S.R.L. Cuenta con falencias en cuatro de sus cinco dimensiones:

Por lo cual presentamos solución a dos de sus cuatro dimensiones con mayor brecha negativa (seguridad y fiabilidad) y las consecuencias que acarrea en la calidad de servicio prestado a los usuarios.

Para el proceso de análisis de información basamos nuestras posibles causas en el cuestionario Servqual que detalla una a una las cinco dimensiones y ayuda a determinar las causas que influyen en su apreciación con respecto a las expectativas y percepciones del cliente al obtener el servicio.

Los resultados indican que los usuarios perciben como precaria la atención brindada por los trabajadores de la ruta Bolognesi SRL. Esto debido a la indiferencia en la atención, nula empatía y poco espíritu de servicio, que conlleva los empleados de la Ruta Bolognesi S.R.L. eso les inspira poca o nula confianza y mala imagen hacia la empresa.

Por otro lado basándonos en el modelo de calidad SERVQUAL, que usamos para hacer el diagnostico actual de la empresa, nos permite ver que la empresa Bolognesi S.R.L. cuenta con una tendencia negativa en cuatro de sus cinco dimensiones, por lo cual nosotros optamos por enfocarnos en las dos dimensiones que cuentan con una mayor brecha negativa, (seguridad y fiabilidad). Concluyendo que solo así serán implementadas a corto plazo y ayudaran a mejorar la calidad de servicio de dicha empresa. Por lo tanto nuestras dos propuestas de mejora para la calidad de servicio de la empresa Bolognesi S.R.L.

PROPUESTA Y PLANES DE ACCIÓN.

Para el proceso de desarrollo de la propuesta mejora se tomó en cuenta la deficiencia en la atención, maltrato a los usuarios, carencia de un uniforme que identifique a los trabajadores de la empresa, falta de incentivos, así como de capacitaciones y condiciones poco optimas de los vehículos; son problemas que presenta la empresa Bolognesi S.R.L., para luego revertirlos y buscar alternativas de solución que puedan mejorar la calidad de servicio. A continuación se describe la propuesta:

Plan de propuesta para mejorar la calidad de servicio en las dimensiones de Fiabilidad y Seguridad para los usuarios.

Objetivo:

- Brindar una atención de calidad por parte de los cobradores y choferes de la empresa Bolognesi S.R.L.
- Lograr una diferenciación con respecto a otras unidades de transporte en función a la uniformización estandarización de unidades.

Estrategias:

- Desarrollar cursos de capacitación especializada y didáctica (Una charla de capacitación al mes, con un total de 3 capacitaciones al año).
- Mantenimiento, optimización y estandarización a un solo color de las unidades de transporte, así como el implemento de uniformes distintivos a los trabajadores de la empresa Bolognesi S.R.L

Actividades:

Para el mejoramiento en la calidad de servicio por parte del personal hacia los usuarios se propone realizar las siguientes acciones:

PROPUESTAS

- **Cursos de capacitación especializada y didáctica a los trabajadores (conductor y ayudante)**

Se llevarán a cabo charlas dirigidas hacia el personal de la empresa de Transportes "Bolognesi" que serán impartidas en el plazo de 3 meses, cada mes se impartirá una charla.

DESARROLLO DE LAS CHARLAS A IMPARTIRSE:

- El primer mes se hablará sobre la importancia de la calidad de servicio de hoy en día y como es que esta se está deteriorando en el servicio de transporte Urbano.
- El segundo mes se hablará sobre la Empatía y la importancia de desarrollar esta habilidad.
- El tercer mes se hablará sobre la atención al cliente y las formas de cómo interactuar con el usuario.

Lugar:

Local comunal Pocollay

Duración:

2 horas con 30 minutos

Capacidad:

60 personas

Estas charlas serán impartidas por personas especializadas en temas Calidad de Servicio, Empatía, atención al cliente, así mismo se contará con el apoyo de un Policía de tránsito que complementará cada charla con temas relacionados a la educación vial

- **Mantenimiento, optimización y estandarización a un color de las unidades de transporte Bolognesi S.R.L.**

  Para poder realizar el mantenimiento, la optimización y estandarización se llevarán a cabo 3 etapas en las cuales se desarrollaran de manera constante:

En el periodo de 3 meses se desarrollar estas tres actividades:

- Durante el primer mes se llevará a cabo el mantenimiento a las unidades de transporte estoy incluirá la revisión de llantas, bandas de radiador, cambio de aceite, líquido de frenos, luces.(Ver cuadro de cronogramas y costos)

- Durante el segundo mes se llevará a cabo el tapizado a las unidades tanto como paras los asientos del chofer y de los usuarios con el fin de poder mejorar las instalaciones internas y las percepciones de los usuarios.(Ver cuadro de cronogramas y costos)

- Durante el tercer mes se llevará a cabo la etapa final del pintado de unidades a un solo color con el cual se pretende generar identificación de los usuarios respecto a la empresa y poder así lograr la diferenciación.(Ver cuadro de cronogramas y costos)

MECANISMOS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO

El tiempo en el que se llevara a cabo la implementación y evaluación de las propuestas será 3 meses, tanto como para el mantenimiento como las capacitaciones todo esto se evaluará mensualmente a través de la encuesta del mismo modelo Servqual con el fin poder ver y controlar la mejora en las dimensiones escogidas para las propuestas a través de la encuesta del mismo modelo Servqual con el fin poder ver la mejora en las dimensiones escogidas para las propuestas.

Cronograma de actividades y acciones a desarrollar:

Cuadro N° 16:

	Enero	Febrero	Marzo
Mantenimiento general de las unidades (revisión de llantas, bandas, radiador, cambio de aceite, líquido de frenos, cambio de luces)	x		
Tapizados general hacia los asientos del chofer y pasajero de cada unidad		X	
Pintado de las unidades hacia un color para poder identificarse como ruta			x
Primera charla de la calidad de servicio	x		
Segunda Charla acerca sobre la empatía		x	
Tercera Charla sobre la atención al cliente			x

Fuente: elaboración propia

COMISION RESPONSABLE

- Gerente de la empresa de transporte “Bolognesi”
- Capacitadores especializados

Presupuesto requerido para el desarrollo de la propuesta de mejora de Desarrollar cursos de capacitación especializada y didáctica

Cuadro N° 17:

Empresa de transportes "Bolognesi" Propuesta de Mejora de plan de inversión		
BENEFICIO	**INCLUYE**	**COSTOS**
Capacitaciones a la empresa , de ubicaciones de la ciudad de Tacna, con referencias , y la manera de atención al cliente	*Módulo de guía, y un cd. Duración: 2 horas con 30 minutos. Capacidad: 60 Personas.*	*350*
Capacitaciones de empatía con los usuarios de la empresa.	Test para cada asistente. Material de trabajo en el mismo local. Duración: 3 horas. Capacidad :60 personas	500
Charla de calidad de servicio	Materiales, DVD. Duración: 5 horas. Capacidad : 60 personas	700

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 18:

Presupuesto de alquiler del local para impartir la capacitación:

ALQUILER DEL LOCAL PARA CAPACITACIONES Y CHARLA	
3 horas	200 soles
5 horas	320 soles

Fuente: elaboración propia

Presupuesto requerido para desarrollar la propuesta Mantenimiento, optimización y estandarización de las unidades a un solo color

Cuadro N° 19:

EMPRESA DE TRANSPORTE "BOLOGNESI" PROPUESTA DE MEJORA DE PLAN DE INVERSIÒN	
BENEFICIO	**COSTO**
Mantenimiento para combis completo Este mantenimiento se llevara a cabo de forma trimestral; el cual incluye: revisión de llantas, bandas, radiador, cambio de aceite, líquido de frenos, luces.	240
Tapizado de combi para todos los asientos del chofer, como también pasajeros.	450
Pintado de combis, a un solo color para poder identificar a la ruta	810
	1,500

Fuente: elaboración propia

5.- CAPITULO V - Conclusiones

- Con el resultado de la investigación pudimos comprobar que el servicio brindado por la empresa de transportes “Bolognesi” es de baja calidad y esto lo evidenciamos a través de la brecha de percepciones vs expectativas que fue negativa con un resultado de -0.91
- La insatisfacción de los clientes parte desde sus expectativas y se ven reafirmadas en su percepción, por otro lado pudimos ver que existen muchos problemas deficientes en el servicio brindado por la empresa de transporte “Bolognesi” partiendo desde la imagen generada por el aspecto del vehículo como de la imagen personal que refleja el chofer y el cobrador, que no es valorada de manera positiva por los usuarios, ya que sienten molestias por la capacidad y el tamaño del vehículo así como las condiciones en las que están.
- Así mismo pudimos ver que también las actitudes tanto del chofer como del cobrador no son las adecuadas para interactuar con el usuario generando malestar en ellos.
- Respecto a las cinco dimensiones evaluadas propuesto por nuestro modelo SERVQUAL para medir la variable de calidad de servicio pudimos ver que las dimensiones que tuvieron una mayor desaprobación por parte de los usuarios y en donde radican los principales problemas del servicio son: La Fiabilidad (que es la habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable) así como la Seguridad que son los conocimientos y atención brindados por el ayudante y el chofer como también sus habilidades para generar credibilidad y confianza son muy deficientes.

- Respecto a e costo de esta propuesta se determinó que en esta en total se invertiría un total de 4,260 soles lo que consta del mantenimiento y capacitación de vehículos, personal.
- Haciendo referencia a nuestro tercer objetivo propondremos la implementación de las siguientes mejoras:
- Debido a que las dimensiones negativas de la brecha son la Fiabilidad y la Seguridad, decidimos poner prioridad a esos dos.
- Mantenimiento de Vehículos: este servicio estará a cargo de la Empresa: “Taller Mecánico Condori” que se encargara de brindar el mantenimiento y reparación a toda la flota de vehículos de la empresa “Bolognesi”, de manera trimestral.
- Para el servicio de tapizado y pintado la empresa “Bolognesi” hará un contrato con la empresa de Matizado Pintado y Tapizado “Toyo Service”.
- Para la implementación de las dos propuestas planteadas luego de realizar el diagnóstico y respecto a las capacitaciones se hará uso del local comunal de Pocollay donde se contara con la asesoría de un Policía de Tránsito conocedor en temas de educación vial así como también la presencia de un gran experto en Recursos Humanos y en Habilidad blandas quien apoyara su charla con videos audiovisuales, módulos informativos y simuladores prácticos. Las capacitaciones serán brindadas en un marco de 21:00pm a 23:00pm de la noche los días miércoles por el plazo de un mes.
- Para la implementación de la segunda propuesta de mejora que básicamente consiste en charlas orientadas a capacitar, sensibilizar al chofer y cobrador en temas delicados como empatía y la importancia de la calidad del servicio

así como el deterioro que poco a poco se va dando en el servicio de transporte urbano, dichas charlas tendrán una duración de 3 y 5 horas, la de empatía y calidad de servicio. Todo esto se llevará a cabo conjuntamente con el apoyo de un Policía de Tránsito que complementará la charla con temas de educación vial, haciendo referencia a la dimensión Fiabilidad se espera tener como resultado que tanto las aptitudes y actitudes que emplean actualmente los choferes y cobradores mejore y por ende las interacciones con los usuarios antes, durante y después de haber brindado el servicio

Bibliografía

1. ATEICO CONSULTORES SL.Modelo SERVQUAL de Calidad.2002. Disponible en: http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/

2. ATEICO CONSULTORES SL.Modelo SERVPERF para evaluar la Calidad de Servicio.2002. Disponible en: http://www.aiteco.com/servperf-una-alternativa-al-servqual/

3. El Consejo de desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad de Carabobo. MODELO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DE POSTGRADO. 2004 del día 14-06-04.Disponible en: http://www.scielo.org.ve/pdf/uct/v9n34/art04.pdf

4. MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TACNA. Gerencia de Desarrollo Urbano.2014. PLAN DESARROLLO URBANO DE LA CIUDAD DE TACNA. Disponible en: http://www.munitacna.gob.pe/msottac/descargaspy/archivos/1188550200_1405987265.pdf

5. American Marketing Association, Journal. ¿QUÉ ES SERVICIO Y CALIDAD? Otoño de 1885. Conceptual Model of Service Quality and Its Implicactions for Future. Disponible en:http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf

Anexos

Cronograma:

actividades	agosto		setiembre		octubre		noviembre	
	sem2	sem 3y4	sem 1y2	sem 3y4	sem 1y2	sem 3y4	sem 1y2	sem 3y4
Presentacion del anteproyecto								
Corrección de observaciones								
Diagnostico del anteproyecto								
Objetivos de la propuesta								
Elaboracion de la propuesta de mejora								
Mecanismos								
Envio de tesis autorisado por docente								

Modelos de encuestas aplicadas:

PERCEPCIONES						
A continuación asigne las expectativas que distingan importancia para Ud. De acuerdo a la atención que espera recibir del servicio de la empresa de transporte. Utilice escala de 1 al 5, considerando 1 de menor calificación y la de 5 como mayor calificación.						
N°	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	La Ruta B cuenta con unos vehículos de aspecto moderno					
2	El paradero de la Ruta B es visualmente atractivo.					
3	Los Ayudantes y el Chofer de la Ruta B tienen buena presencia					
4	En los vehículos los materiales como afiches (costos de pasajes, indicaciones preferenciales, capacidad del vehículo)son atractivos					
5	La empresa generalmente no realiza cambios en sus horarios de servicio					
6	Cuando tiene un problema, el Ayudante muestra un interés sincero por solucionarlo					
7	La Ruta B lleva a cabo el servicio bien a la primera.					
8	La Ruta B lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo.					
9	La empresa le da importancia al libro de reclamaciones constantemente.					
10	Los empleados de la Ruta B comunican con anticipación los días que no van a laborar.					
11	Los empleados de la Ruta B le proporcionan un servicio rápido					
12	Los empleados de la Ruta B siempre están dispuestos a ayudarle					
13	Los empleados de la Ruta B nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.					
14	El comportamiento de los empleados (Chofer y Cobrador) de la Ruta B le inspira confianza.					
15	Se siente seguro trasladándose con la Ruta B.					
16	Los Ayudantes de la Ruta B suelen ser corteses con usted.					
17	Los Ayudantes de la Ruta B tienen los conocimientos de los lugares de destino demandados por los clientes para resolver sus dudas.					
18	Los empleados de la Ruta “B" brindan una atención personalizada					
19	La Ruta B tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.					
20	La ruta B cuenta con unos ayudantes muestran empatía al momento de comunicarse con el cliente					
21	La Ruta B se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
22	Los cobradores de La Ruta B comprenden sus necesidades específicas.					

EXPECTATIVAS						
A continuación asigne las expectativas que distingan importancia para Ud. De acuerdo a la atención que espera recibir del servicio de la empresa de transporte. Utilice escala de 1 al 5, considerando 1 de menor calificación y la de 5 como mayor calificación.						
N°	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	La Ruta B cuenta con unos vehículos de aspecto moderno					
2	El paradero de la Ruta B es visualmente atractivo.					
3	Los Ayudantes y el Chofer de la Ruta B tienen buena presencia					
4	En los vehículos los materiales como afiches (costos de pasajes, indicaciones preferenciales, capacidad del vehículo)son atractivos					
5	La empresa generalmente no realiza cambios en sus horarios de servicio					
6	Cuando tiene un problema, el Ayudante muestra un interés sincero por solucionarlo					
7	La Ruta B lleva a cabo el servicio bien a la primera.					
8	La Ruta B lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo.					
9	La empresa le da importancia al libro de reclamaciones constantemente.					
10	Los empleados de la Ruta B comunican con anticipación los días que no van a laborar.					
11	Los empleados de la Ruta B le proporcionan un servicio rápido					
12	Los empleados de la Ruta B siempre están dispuestos a ayudarle					
13	Los empleados de la Ruta B nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.					
14	El comportamiento de los empleados (Chofer y Cobrador) de la Ruta B le inspira confianza.					
15	Se siente seguro trasladándose con la Ruta B.					
16	Los Ayudantes de la Ruta B suelen ser corteses con usted.					
17	Los Ayudantes de la Ruta B tienen los conocimientos de los lugares de destino demandados por los clientes para resolver sus dudas.					
18	Los empleados de la Ruta “B" brindan una atención personalizada					
19	La Ruta B tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.					
20	La ruta B cuenta con unos ayudantes muestran empatía al momento de comunicarse con el cliente					
21	La Ruta B se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
22	Los cobradores de La Ruta B comprenden sus necesidades específicas.					