

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**Tesis para optar el grado Académico de Maestro en Administración de
Negocios**

**Modelo de Gestión Económico Empresarial para garantizar un sistema de
seguridad y servicio de calidad a los usuarios en la empresa de transporte
Interprovincial de pasajeros GNH TOURS S.A. en la ciudad de Lima.**

Autor: Huaccha Estrada, Nicanor Aurelio

Asesor: Dr. Cavani Grau, Carlos Manuel

LIMA-PERÚ

2020

PÁGINA DEL JURADO

- Bustamante Ochoa, Carlos Presidente
- Cáceres Alemán, Pedro Luis Objetante
- Vargas Guillen, David. Objetante
- Dr. Cavani Grau, Carlos Manuel Asesor

DEDICATORIA

Al amor de mi vida “Mi Madre”, mi creadora y conductora
de mis actitudes para servir a mi familia, mi país
y la sociedad.

Huaccha Estrada, Nicanor Aurelio

AGRADECIMIENTO

A las autoridades universitarias, colegas y estudiantes por haberme dado la oportunidad de aprender para enseñar cada día nuevos aportes al desarrollo profesional de nuestros egresados de nuestra Universidad Ricardo Palma

Tabla de contenido

PÁGINA DEL JURADO	I
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT	IV
INTRODUCCIÓN	V
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO Y DELIMITACION DEL PROBLEMA	14
1.1 Formulación y delimitación de la realidad problemática.....	14
1.1.1 Problema general.....	17
1.1.2 Problemas específicos	17
1.2 Importancia y justificación del estudio	17
1.2.1 Justificación	17
1.3 Limitación del estudio.....	18
1.4 Viabilidad del estudio	19
1.2 Objetivos de la investigación.....	19
1.2.1 Objetivo general.	19
1.2.2 Objetivos específicos	20
1.3 Delimitación de la investigación.....	20
1.3.1 Delimitación temporal	20
1.3.2 Delimitación espacial	20
1.3.3 Delimitación social	21
1.3.4 Delimitación conceptual.....	21
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL O REFERENCIAL	21
2.1 Fundamentación teórica/conceptual.....	21
2.2 Diagnóstico general.....	24
2.3. Antecedentes de la Investigación	31
2.4. Investigaciones relacionadas con el tema.....	32
2.4.1. Investigaciones Nacionales	32
2.4.2 Investigaciones internacionales.....	35
2.4.3 Otras Investigaciones de Mejoramiento en el transporte terrestre	39
2.5 Marco histórico	65
2.5.1 Macroentorno	71
2.5.2 Microentorno	79

2.5.3 Perfil de la Empresa	86
2.6 Perfil de la empresa	87
2.6.1 Análisis interno de GNH -Tours S.A.	94
2.6.2 Plan de marketing de la empresa GNH-Tours	100
2.7. Hipótesis	108
2.7. 1 Hipótesis general	108
2.7.1 Hipótesis Especificas	108
2.8 Variables	109
2.8.1 Variable Independiente y Dependientes	109
2.8.2 Indicadores y dimensiones	109
CAPITULO III	110
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	110
3.1 Diseño metodológico	110
3.2 Población y muestra	111
3.2.1 Diseño	111
3.2.2 Descripción de la muestra	112
CAPÍTULO IV	113
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	113
4.1 Interpretación de resultados	113
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
5.1 Discusión	139
5.2 Conclusiones	140
5.3 Propuesta	141
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	141
ANEXOS	144
Anexo 01	145
MATRIZ DE CONSISTENCIA	145
Anexo 02	147
Anexo 03	148
Anexo 04	150
Anexo 05	152
Anexo 06	153
Anexo 07	156
Anexo 08	158
Anexo 09	160

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producto Bruto Interno del país 2007-2018.....	71
Tabla 2. Tráfico de Pasajeros 2007-2018.....	75
Tabla 3. Transporte de pasajeros en el transporte interprovincial.....	76
Tabla 4. Estado de Situación Financiera y Estructura Financiera (2018.-2017).....	104
Tabla 5. Estado de Resultados y Estructura Económica (2018-2017)	106
Tabla 6. Resumen Financiero (2018-2017).....	107
Tabla 7. Variable Independiente y Dependientes.....	109
Tabla 8. Indicadores y dimensiones	109
Tabla 9. ¿En su opinión, la evaluación de los objetivos es coherente en la empresa de servicio?....	113
Tabla 10. ¿Considera usted, que las políticas de gestión actuales en la empresa son apropiadas?...	114
Tabla 11. ¿Cree usted, que el grado de confiabilidad de la información de la empresa de servicios de transporte interprovincial de pasajeros es razonable?	115
Tabla 12. ¿Considera usted, que la existencia de métodos utilizados por la empresa de servicios de transporte interprovincial es consistente?	117
Tabla 13. ¿Cree usted, que el grado de utilización de los recursos determina el logro de objetivos establecidos por la empresa?	118
Tabla 14. ¿Cree usted la eficiencia y eficacia en la empresa es apropiada?	119
Tabla 15. ¿Considera usted que la Implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con la evaluación de los procesos?	121
Tabla 16. ¿Está usted de acuerdo que el nivel de desempeño del personal en la Administración de recursos humanos de la empresa determinan el grado de cumplimiento de los objetivos de la empresa?.....	122
Tabla 17. ¿Considera usted que el conjunto de conocimientos y destrezas empleados en la Administración permite el cumplimiento de logros y objetivos establecidos?	124
Tabla 18. Utilización del servicio de transporte interprovincial.	125
Tabla 19. Aceptación por parte de usuarios sobre el costo adecuado	126
Tabla 20. Motivos por los cuales los usuarios están de acuerdo con el actual costo del servicio.	126
Tabla 21. Beneficios que quisieron obtener o recibir los usuarios.....	127
Tabla 22. Apreciación de los beneficios que reciben los usuarios del servicio	127
Tabla 23. En qué empresa interprovincial de transporte utilizan sus servicios.....	128
Tabla 24. Calidad del trato recibido por choferes y personal a bordo.....	129
Tabla 25. Calidad de la comodidad recibida y limpieza de buses utilizados	129
Tabla 26. Calificación del costo del pasaje actual por el servicio.....	129
Tabla 27. Calificación de la conducción y buses por parte de los choferes.	130
Tabla 28. Calidad de los servicios de transporte interprovincial de Lima.	131
Tabla 29. Apreciación sobre la seguridad en el transporte interprovincial en Lima y provincia.	131
Tabla 30. Apreciación del usuario sobre el trato recibido por parte de las empresas de transporte interprovincial.	132
Tabla 31. Parámetros para el Rendimiento percibido:	133
Tabla 32. Valores para las Expectativas:	133

Tabla 33. Escala para el Nivel de Satisfacción:	133
Tabla 34. Nivel de satisfacción del trato de parte de choferes y cobradores	134
Tabla 35. Nivel de satisfacción de la comodidad y limpieza de las unidades.....	135
Tabla 36. Nivel de satisfacción del costo actual del servicio.....	136
Tabla 37. Nivel de satisfacción de la conducción de los buses por parte de los choferes.....	136

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Perú. Evolución del Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual, 2007-2017.....	29
Ilustración 2. Perú: Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual, Según Deciles, 2016-2017....	30
Ilustración 3. Lima Metropolitana: Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual., Según Deciles de Ingreso, 2016-2017	32
Ilustración 4. Evolución del transporte desde los primeros tiempos, con la invención de la rueda y la utilización de coches tirados por animales de carga.	67
Ilustración 5. Apple Seat.....	68
Ilustración 6. Apple Bus.....	69
Ilustración 7. Apple Glass.....	69
Ilustración 8. Perú: Producto Bruto Interno según actividad económica, 2016 2.....	72
Ilustración 9. El traslado de personas en el servicio regular de transporte terrestre por carretera entre enero a diciembre de 2018	77
Ilustración 10. Evolución del tráfico de Pasajeros en el Transporte Interprovincial: 2007-2018	78
Ilustración 11. Vehículo accidentado.....	79
Ilustración 12. Empresa filial Oltursa	92
Ilustración 13. Empresa Civa	92
Ilustración 14. Empresa Tepsa	93
Ilustración 15. Empresa Ittsa.....	93
Ilustración 16. Empresa PerúBus	93
Ilustración 17. Empresa Transportes Flores.....	94
Ilustración 18. Organizaciones sin fines de lucro	94
Ilustración 19 Ruta de. GNH-Tours	101
Ilustración 20. Servicio disponible para rutas	101
Ilustración 21. Otros servicios.....	102
Ilustración 22. Servicio Ejecutivo VIP – GNH BUS	102
Ilustración 23. Servicio Ejecutivo VIP –GNH Tours 1º piso cama 2º piso semicama.....	102
Ilustración 24 Servicio. Económico	103
Ilustración 25. Evaluación de los objetivos es coherente en la empresa de servicio de transporte interprovincial de pasajeros.....	114
Ilustración 26. Políticas implementadas en la empresa son apropiados.....	115
Ilustración 27. Confiabilidad de información de la empresa de servicios es razonable.....	116
Ilustración 28. Existencia de métodos utilizados por la empresa de servicio de transporte interprovincial de pasajeros.....	117
Ilustración 29. Utilización de recursos determina el logro de objetivos establecidos.....	119
Ilustración 30. Evaluación de la eficiencia y eficacia en la empresa es apropiada.	120
Ilustración 31. Implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con evaluación de procesos de control.....	121
Ilustración 32. Desempeño del personal, determina el grado de cumplimiento de objetivos. ..	123
Ilustración 33. Conocimiento y destrezas, permite cumplimiento de logros y objetivos.....	124

RESUMEN

En cuanto al desarrollo del trabajo de investigación se trató sobre una problemática de mucha importancia e interés en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en lo referente a la calidad del servicio y la seguridad de los usuarios como es el tema: Modelo de Gestión Económica Empresarial para Garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de una empresa de transporte interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A. En la ciudad de Lima, cuya información se recopiló de la empresa y del mercado de transporte interprovincial, mediante la visita y verificación de datos y encuestas realizadas con el instrumento “El cuestionario” con el fin de determinar si el servicio que sugiero como modelo adicional a sus actividades de la empresa incide en sus resultados de calidad y seguridad que ofrece la empresa.

Durante el desarrollo de la investigación se determinó que el modelo sugerido beneficiara a la empresa creando mejor calidad en el servicio y seguridad para los usuarios de la empresa.

Por otro lado en lo concerniente a los capitales relacionados en el planteamiento del problema, marco teórico, metodología, resultados, discusión, conclusiones y recomendaciones; se encuentran respaldadas por fuentes de información señaladas en las referencias bibliográficas cuyos autores con sus aportes demostraran la importancia que tiene la seguridad y la calidad del servicio y la administración de los recursos humanos y técnicos al aplicar el modelo en la organización lo que permite optimizar el trabajo en la organización dedicada a esta actividad.

Al concluir la investigación se determinó que la aplicación de este nuevo modelo de gestión y la metodología de la investigación científica fue empleada desde el planteamiento del problema, el manejo de la información para el desarrollo de la parte teórica conceptual, como también en cuanto a los objetivos, hipótesis y todos los otros aspectos vinculados al estudio; para luego finalmente llevar a cabo la constatación de la hipótesis y posteriormente llegar a la discusión, conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

Regarding the development of the research work, it was a matter of great importance and interest in the interprovincial passenger transport service in relation to the quality of the service and the safety of the users, such as: Business Economic Management Model to Guarantee a system of security and quality service to the users of an interprovincial passenger transport company GNH-Tours S.A. In the city of Lima, whose information was collected from the company and the interprovincial transport market, through the visit and verification of data and surveys carried out with the instrument: “El cuestionario” in order to determine if the service that I suggest as an additional model for its activities of the company affects its quality and safety results offered by the company.

During the development of the research, it was determined that the suggested model would benefit the company by creating better service quality and security for the company's users.

On the other hand, regarding the related capitals in the problem statement, theoretical framework, methodology, results, discussion, conclusions and recommendations; they are supported by sources of information indicated in the bibliographic references whose authors with their contributions will demonstrate the importance of safety and quality of service and the administration of human and technical resources when applying the model in the organization which allows optimizing the work in the organization dedicated to this activity.

At the conclusion of the investigation, it was determined that the application of this new management model and the methodology of scientific research was used from the approach of the problem, information management for the development of the conceptual theoretical part, as well as in terms of objectives, hypotheses and all other aspects related to the study; then finally carry out the verification of the hypothesis and then arrive at the discussion, conclusions and recommendations.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación se titula: “Modelo de Gestión Económico Empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en la empresa de transporte interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A., en la ciudad de Lima”. Se encuentra

estructurado en 5 capítulos: Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Metodología, Análisis e Interpretación de los Resultados, termina con la Discusión, Conclusiones y Recomendaciones seguidos de una vasta fuente bibliográfica, la misma que sostiene el desenvolvimiento de esta investigación, así como los anexos respectivos.

CAPÍTULO I

Planteamiento del problema, capítulo donde se alude al método utilizado en la explicación del estudio, que incluye la presentación de la problemática de la realidad, las delimitaciones, los problemas, los objetivos, las justificaciones y la importancia del trabajo a desarrollar, terminando con la viabilidad del modelo que garantizaría la seguridad y la mejor calidad del servicio.

CAPÍTULO II

Marco teórico cubre desde los antecedentes, marco histórico, marco legal, marco teórico en sus relativas conceptualizaciones, marco teórico, marco ambiental, con respecto a la seguridad y a la calidad de los servicios del transporte terrestre interprovincial en nuestra gran capital y nuestro país.

Asimismo se analizó las investigaciones tanto nacionales como internacionales el marco macroeconómico y macroeconómico culminado al capítulo en el perfil de la empresa y sus diversas características.

Las variables se expondrán con el soporte de material oportuno de especialistas quienes con su participación potenciaron la investigación, las cuales son de interés, permitiendo clasificar desde la perspectiva teórico-conceptual cada una de ellas, dando lugar a la enunciación de las hipótesis en el siguiente capítulo.

Destacamos las hipótesis de la investigación, tanto la general como las específicas; las variables e indicadores.

CAPÍTULO III

Metodología engloba desde el tipo, nivel, método, diseño, al igual que la población y la muestra; la operacionalización de las variables, técnicas de correlación de datos, técnicas de procesamientos de datos y características técnicas.

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de resultados, se desarrolló con la técnica del cuestionario con preguntas cerradas, con las cuales se ejecutó la parte estadística y gráfica, igualmente se interpreta cada una de las preguntas para obtener una mejor comprensión, terminando de esta forma la verificación de las hipótesis.

Discusión, conclusiones y recomendaciones, referente a la discusión se considera la parte conceptual y la normativa que se detalló en el trabajo relacionado con las variables; las conclusiones se efectuaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y con respecto a las recomendaciones se estima que son viables-practicables, puesto que favorecerían a las empresas que las insertaran en su gestión.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO Y DELIMITACION DEL PROBLEMA

1.1 Formulación y delimitación de la realidad problemática

En los últimos diez años (2009-2019) el sector transporte ha crecido significativamente en nuestro país debido a la evolución creciente de la actividad económica de los últimos años y el incremento del sector turístico. Como consecuencia los empresarios transportistas han adquirido y renovado flota de buses y camiones, hubo un aumento de las empresas en este rubro y crecimiento del parque automotor.

Sin embargo paralelo a este crecimiento el número de accidentes de tránsito, la inseguridad ha elevado considerablemente lo que demuestra que el ministerio de transportes y comunicaciones no ha considerado parámetros que prevengan, disminuyan y controlen los riesgos en el mencionado sector, dando lugar a una menor calidad del servicio.

Actualmente, la mayoría de las empresas de transporte de pasajeros no invierte en implementar un sistema de gestión de seguridad y calidad en el servicio al usuario, las normas de prevención no son rigurosas, y con ello no se logra una reducción de los índices de accidentabilidad. No se desarrolla un liderazgo adecuado en materia de seguridad y control, evaluación de riesgos de ruta, no existen normas de comportamiento adecuadas, no se invierte en formación y capacitación para los conductores, y no investiga adecuadamente los accidentes.

GNH-Tours S.A es una empresa de transportes que, si bien ha reducido accidentes en ruta los últimos años, no posee un sólido sistema de gestión de seguridad enfocado en la evaluación de riesgos en el embarque, en ruta, y destino lo que nos da por consecuencia que se sigan produciendo colisiones, atropellos, inseguridad en los pasajeros y exagerados cobros de movilidad local a los usuarios del transporte interprovincial.

La seguridad y la calidad del servicio son actividades que una empresa de servicios de transporte debe ofrecer a sus usuarios a fin de fidelizar y lograr ventajas frente a la competencia del mercado, las empresas de este sector no toman en cuenta el grado de importancia que demanda entre los usuarios contar con la seguridad en el transporte tanto a nivel local en cada ciudad de origen como en el lugar de destino al trasladarse.

Los usuarios del transporte terrestre interprovincial sufren notables consecuencias físicas y económicas por la falta de seguridad tanto en la ciudad de origen como en su destino final, así mismo se ven afectadas económicamente al tener necesidad del transporte local ya sea a domicilio u hospedajes y hoteles por los sobrecostos cobrados por los servicios locales, por desconocimiento o por el mal servicio de transportistas locales como taxistas, micros locales u otros.

La importancia de la seguridad y la calidad del servicio de una empresa se ubican en la capacidad de resolver con voluntad los objetivos y las oportunidades, con el ánimo de obtener satisfacción en la recepción del servicio y de esta manera ganar la confianza del usuario en su preferencia.

Las empresas están constituidas por seres humanos que se vinculan para obtener beneficios mutuos, y la compañía se establece o se desintegran por la calidad y el comportamiento de sus trabajadores. Lo que diferencia a una empresa de otra son sus recursos humanos, que estos sean dinámicos y eficientes, recolectar ideas diversas entre ellos. Solamente a través de la inversión es que los diferentes recursos se puedan aplicar con efectividad.

Todas las empresas deben ejecutar análisis periódicos con el objetivo de determinar exactamente cuáles son los valores de éxito, así como los defectos, asimismo los resultados de este estudio se compararían con las predicciones que se hayan hecho en relación a los condicionantes tanto interno como externo de la organización, dicha información suministrará los fundamentos para tomar decisiones, en cuanto al cambio en la gestión de los recursos humanos, en el sentido de que permitirán elegir su plan estratégico camino al desarrollo.

Con frecuencia las organizaciones no divisan la importancia de la innovación que efectúan en la gestión, a menos que practiquen un plan sistemático para valorarlas y controlarlas. Hasta ahora, solo las grandes corporaciones promueven algún tipo de evaluación de la gestión de innovación como “intangibles” y, por tanto, no observan las necesidades de efectuar una evaluación. Al no ejecutar una evaluación detallada, no pueden percibir la contribución efectiva de la innovación en la gestión de productividad general de la organización.

El alcance de la innovación de la gestión de toda empresa se localiza en su capacidad para responder adecuadamente a los objetivos del desempeño y las oportunidades, y en estos impulsos por obtener satisfacción, tanto en el cumplimiento en el trabajo como en sus objetivos. Esto demanda de gente adecuada, con la combinación correcta de conocimiento y habilidades, que se ubique en el lugar y en el momento oportuno para llevar a cabo la gestión necesaria.

Las empresas se componen de seres humanos que se fusionan para beneficios mutuos, y la empresa se establece o se arruina por la calidad y el comportamiento de su gente. Lo que diferencia una empresa de otra, es que los recursos humanos sean dinámicos y eficientes, tener ideas diferentes cada uno de ellos. Es solo a través de la innovación que los demás recursos se pueden utilizar con efectividad.

Todas las organizaciones deben realizar un análisis periódico, a fin de determinar con exactitud cuáles son sus virtudes y aciertos así como sus debilidades. A su vez, los resultados de este análisis habrán de compararse con las predicciones que se hayan hecho respecto de los condicionantes internos y externos de la organización. Esta información servirá de fundamento para el control de la gestión.

En esta realidad, la innovación de gestión observa objetivos por conseguir; entre los que predominan es establecer si el organismo adquiere, protege y emplea sus recursos de manera económica y adecuada; además de resaltar las causas de ineficiencia o prácticas antieconómicas, completando con la evaluación que se realiza a los objetivos del programa, enfocado para analizar si son apropiados, suficientes o pertinentes y observar el grado en que se producen los resultados deseados.

La importancia de la gestión empresarial, se concentra en el análisis de los datos alcanzados; el determinar los errores localizados en el cumplimiento de los programas y presupuestos con respecto a la innovación; la indagación de sus causas; la delimitación de sí los programas y procedimientos pueden mejorarse, sea para obtener las pautas establecidas, o para modificar, suprimir, agregar o cambiar otros objetivos y políticas, a raíz de las recientes necesidades y técnicas que hayan surgido.

De esta manera, es pertinente mencionar que la innovación de gestión es un periodo de mejora constante, de evaluaciones periódicas en la busca de que los recursos de la entidad sean aplicados conforme a los objetivos propuestos, consecuentemente también siempre

se realiza de acuerdo a un modelo de trabajo preestablecido y fijado por la entidad con los objetivos de revisar y verificar de acuerdo a los niveles en que la entidad haya evolucionado.

Podemos considerar la innovación de gestión como un procedimiento que tiene como objetivo revisar y comprobar, bajo un método especial, todas las funciones y actividades del servicio se realizan en los distintos departamentos, para determinar si se ajustan a los programas establecidos y evaluar si se cumplen los objetivos y políticas fijadas en la materia, sugiriendo, en su caso los cambios y mejoras que deben hacerse para el mejor cumplimiento de los fines administrativos.

Hasta hace poco, no había necesidad imperiosa, excepto por el interés administrativo general, para tomarse tiempo y el gasto de innovación continuo. Sin embargo, los rápidos cambios recientes en el ambiente comercial de servicio señalan la necesidad para muchas empresas de realizar revisiones sistemáticas y regulares de los sistemas de gestión y control de sus organizaciones.

1.1.1 Problema general

¿Cómo diseñar un modelo de gestión económico-empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa de transporte interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A. en la ciudad de Lima?

1.1.2 Problemas específicos

I. ¿Cómo estructurar un nuevo modelo de gestión económico-empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa GNH-Tours S.A de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima?

II. ¿Qué demanda tendrían el nuevo servicio con un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa GNH-Tours S.A de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima?

1.2 Importancia y justificación del estudio

1.2.1 Justificación

El presente estudio se justifica, pues la mejora en el servicio analiza los objetivos, las políticas, los controles, la aplicación de recursos, y la estructura de la organización; para así colaborar con el progreso de sus propósitos y necesidades. Esto permitirá que la empresa se encuentre en un nivel competitivo acorde con el sector empresarial y así mismo, prevenir la convivencia con sus errores y/o con la pérdida de usuarios.

La investigación, por la manera como se ha propuesto la parte metodológica, está orientada a evidenciar los alcances que tiene la innovación con la gestión a nivel de la prestación del servicio en la empresa de servicios transporte interprovincial de pasajeros en un período establecido.

Justificación Económica

Para el proyecto propuesto de investigación se obtendrá beneficios económicos una vez implementado adicionales a los actuales que viene percibiendo la empresa incrementando la rentabilidad y permitiendo una ampliación en los servicios del transporte con otros propósitos empresariales y la subsiguiente disminución de los costos de operación.

Asimismo en la operatividad se verá en la empresa un crecimiento de la marca de la vía con la prestación del servicio mejorado.

Justificación Teórica del Outsourcing

Para contar con una empresa especializada en prestar este tipo de servicio, es decir, tercerizar el transporte domiciliario tanto en Lima como en provincias puede ser optativo directa o indirectamente.

Justificación Social.

La presente investigación proporcionará una herramienta de valioso aporte social como es la seguridad del usuario desde su procedencia hacia su destino lo que se transforma en una calidad mejorada continua del servicio en el transporte terrestre interprovincial.

1.3 Limitación del estudio

En este estudio no se presentaron obstáculos que interrumpen su ejecución, puesto que se cuenta con el material necesario para su realización.

Limitación Financiera

Las empresas de servicio de transporte público interprovincial de pasajeros no invierten ni incluyen en sus presupuestos partidas específicas para investigación en seguridad y control de la calidad del servicio.

Limitación Temporal o Evolutiva

Debido a la cultura empresarial de los ejecutivos que dirigen este servicio es lenta la observancia y limitada hasta llegar al entendimiento que la seguridad y calidad en el servicio deben implementarse en las empresas de transporte interprovincial.

Limitaciones en el acceso a la Información

La cautela con respecto a la información de las empresas de este sector es alta, en tanto quienes conducen la organización empresarial carecen de formación empresarial académica.

Limitación competitiva

Es importante mencionar que la alta competencia del sector también incluye a empresas que manejan capitales ocultos, los mismos que no son muy claros en su legalidad procedente, así mismo la informalidad es alta en este sector.

1.4 Viabilidad del estudio

Este estudio es viable por las razones siguientes:

- Se advierte el apoyo en la facilitación de información para su ejecución.
- Se posee fuentes bibliográficas relacionadas con el tema.
- Se utiliza el tiempo necesario para dedicarlo a la investigación y cumplir con los objetivos.
- Se tiene el apoyo de los profesionales y trabajadores del transporte interprovincial, prestos a colaborar con la investigación.

En consecuencia, la investigación es viable, practicable y ejecutable.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general.

Diseñar un modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa GNH-Tours S.A., de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.

1.2.2 Objetivos específicos

- I. Elaborar el modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa GNH-Tours S.A. de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.
- II. Determinar la demanda que tendría el servicio económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa GNH-Tours S.A. interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.

1.3 Delimitación de la investigación

Descrita la problemática relacionada con el tema, a continuación con fines metodológicos fue delimitada en los siguientes elementos:

1.3.1 Delimitación temporal

La investigación se efectuará durante los días sábados , domingo y lunes y en los meses de enero, febrero ,marzo, junio ,julio ,octubre ,noviembre ,diciembre que son los días y meses de más alta frecuencia de pasajeros que se viajan de provincias a la capital y viceversa. Es preciso señalar que se cuenta con información básica para su efectivo desarrollo.

Por otro lado levantaré información de la empresa y otras empresas de la competencia con respecto al tema de investigación.

La investigación se realizó en el periodo que comprendió de enero a diciembre del 2018.

1.3.2 Delimitación espacial

La investigación se realizará en la empresa de transportes de servicio interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A., utilizando estadísticas del sector tanto local como nacional.

Este trabajo se realizó a nivel de la empresa de servicio de Transporte Terrestre Interprovincial y su Asistencia al Viajero período 2018.

1.3.3 Delimitación social

El objeto de estudio de la investigación son los diversos pasajeros que transportó la empresa procedente de provincias a la capital y viceversa, así como las empresas del sector que ofrecen este tipo de servicios mejorados.

En el estudio, se aplicaron las técnicas e instrumentos destinados a recoger información de los profesionales que se dedican al rubro del transporte interprovincial de pasajeros.

1.3.4 Delimitación conceptual

En el proyecto presentado interviene una variada terminología que forma parte del trabajo, la misma que se conceptualiza en el marco teórico. Se detallará para el mejor entendimiento del contenido de esta investigación.

Innovación del Servicio. Técnica relativamente nueva de asesoramiento que ayuda a analizar, diagnosticar y establecer recomendaciones a las empresas, con el objetivo de lograr una estrategia exitosa. Una de las razones principales por la cual una empresa decide emprender una innovación de gestión, es el cambio que se hace necesario para reajustar la gestión o la organización en la prestación del servicio.

Administración de los Recursos Humanos. Técnica que permite organizar el personal de una empresa, a fin de reclutarlo, ordenarlo, motivarlo redistribuirlo y capacitarlo, para aumentar su eficacia sintiéndose parte del emprendimiento que compone, y que a través de la empresa que es un poco suya, encontrará la satisfacción de sus metas personales al prestar el servicio a la misma.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL O REFERENCIAL

2.1 Fundamentación teórica/conceptual

¿Cómo explicar la calidad y su gestión en las empresas de servicios interprovincial de pasajeros?

En el momento que se define el término calidad se debe tener en cuenta, cuando se entrega un servicio o se vende un producto, hacer referencia a algunos atributos o variables. La calidad, además de cumplir con requisitos de seguimiento y control, se comprende como la manera en la que la empresa conduce, contrasta las actividades que realiza. La calidad total explora como incrementa la calidad de todos los productos de la organización, así como de todos los sectores de la misma. Es decir, el mismo va unido a diversos matices destacables como la consideración al cliente, la atención personalizada, el coste percibido por el servicio, el interés hacia las quejas, el servicio requerido cumplido, entre otros.

La estructura organizacional se conoce por observar la calidad de un servicio, junto al planeamiento, las fases, los medios, los documentos indispensables para conseguir las metas, lo que proveerá mejoría en los productos y servicios permitiendo ejecutar las exigencias de los clientes. Sin embargo, en el momento que se examina la calidad desde la percepción del usuario se debe tener presente principalmente su opinión con respecto a los productos o servicios que la organización otorga y comprender, asimismo, si las perspectivas del cliente o usuario fueron complacidas.

Se observa que la calidad se relaciona con la credibilidad que se tiene hacia una empresa, y al servicio que brinda. Por lo tanto, si el cliente desconfía de determinada empresa; en consecuencia estimará que no existe calidad en el producto o servicio ofrecido.

Con el objetivo de enriquecer los productos y servicios, se necesita en primer lugar considerar la situación presente de la empresa u organización, donde se pueda comprobar los aspectos generales de forma ordenada. Un modo para renovar la calidad es beneficioso para cualquier persona que confeccione un producto o que se ocupe de prestar servicios.

Cuando se menciona el ser productivo en la empresa, se puede comprender como la obtención de resultados beneficiosos en relación con los objetivos establecidos; los cuales para ser ejecutados, deben seguir procesos, se debe realizar actividades y procedimientos.

¿Cómo lograr la mejora continua?

Optimizar las actividades y garantizar el éxito empresarial es el siguiente paso a realizar, para que los procesos se evalúen y se detecten las fallas del sistema.

Los procedimientos deben ser examinados cada cierto tiempo porque ello determinará los aspectos frágiles y precisar estrategias que permitan modernizar su funcionamiento. Antes de

hablar de mejora continua debe existir la evaluación y autoevaluación de los diversos procedimientos de la empresa, así como del servicio que brinda. Observar la calidad del servicio de transporte interprovincial de buses en la ciudad de Lima posibilitará conocer lo que sucede actualmente y plantear mejorías para el futuro.

Satisfacción del cliente

Un usuario satisfecho continuamente regresará a la empresa donde lo atendieron adecuadamente, pero el regocijo del cliente por la atención recibida no depende necesariamente del trato amable, lo real es que la cordialidad es muy importante para las correctas relaciones de negocio, además es cierto que existen otras variables que son significativas al momento de mostrar un producto u ofrecer un servicio. Si una organización desea conseguir la confianza de sus clientes le debe evitar situaciones incómodas provocadas por errores en el servicio, es beneficioso causar una sorpresa favorable en el usuario, de manera tal que sus expectativas sean superadas.

Kotler precisa que la satisfacción del cliente es como el nivel del estado de ánimo al que una persona ha llegado al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (citado por Thompson, 2005). Asimismo, Kotler especifica tres aspectos para valorar la satisfacción del cliente: primero, encuentra la productividad observada, resultado que el cliente percibe al comprar un bien o un servicio; segundo, lo que el cliente espera recibir y por último, ubica el nivel de satisfacción, que puede explicarse como insatisfacción, satisfacción y complacencia.

Servicio de transporte interprovincial

Se define como transporte público al transporte interprovincial, que se diferencia del transporte privado, puesto sus clientes se adecuan a los horarios y rutas que ofrecen las empresas que brindan este servicio.

Corresponde al Estado según indica la característica de responsabilidad, suscitar las políticas, regulaciones y controles adecuados para que clientes y operadores del transporte terrestre lleven a cabo lo que establece la ley, los reglamentos y normas técnicas adaptables.

El gobierno se responsabiliza a que el acceso al servicio de transporte terrestre sea universal, sin discriminación de ningún tipo, y que se cumpla con lo establecido por la constitución de la República y demás leyes relacionadas.

La accesibilidad otro objetivo que el sistema de transporte debe asegurar, es decir, todo ciudadano tiene derecho a su movilización y la de sus bienes.

Los encargados del transporte terrestre de pasajeros y bienes, como parte del nivel de servicio acorde a las normas y reglamentos técnicos establecidos para cada modalidad, por el MTC, debe priorizar la comodidad de sus usuarios.

El Estado, a través del MTC, exhorta a las operadoras la continuación del servicio, de acuerdo a los pactos y las autorizaciones de operación. El servicio debe ser dado sin retrasos ni impedimentos.

El gobierno mediante el equipamiento vial y de servicios oportuna, avalará la tranquilidad y la eficaz movilidad de transporte de pasajeros y bienes, que permita a los operadores salvaguardar a los usuarios y sus bienes.

Por último, el Estado legitimará que los vehículos que se incorporan al parque automotor a nivel nacional ejecuten las normas ambientales y fomenten el uso de tecnologías que reduzcan la emisión de gases dañinos.

- a) **Planeación:** Cuando la organización crece hasta superar un número básico de empleados, se habilita una técnica que admita predecir las exigencias futuras en la gestión. A esa acción se le denomina planeación de recursos humanos. Al tener conocimiento de las necesidades futuras de la empresa, se procede a analizar una nueva forma de gestión, como objetivo nuevos modelos gestión que guiarán al éxito.
- b) **Desarrollo:** Con frecuencia ocurre que la nueva gestión avalará su aporte a la organización para satisfacer sus genuinas aspiraciones de progreso. Las innovaciones de cambio se dan a medida que cambian las necesidades de la organización.

El control a la evaluación continua como un método generalmente utilizado. Otra forma de ejercer control podría ser, por ejemplo, llevar a cabo una evaluación del grado de eficacia que logra cada actividad en la tarea de alcanzar los objetivos de la Organización (administración por objetivos).

2.2 Diagnóstico general

Situado en la parte central-occidental de América del Sur, el Perú tiene una extensión territorial de 1.28 millones de km², muestra un relieve accidentado surcado por la Cordillera de los Andes, lo cual permite la existencia de tres regiones naturales marcadamente diferentes, principalmente en su conformación física y aspecto climático.

Es visible, el desbalance en el establecimiento de la población con respecto a las regiones naturales, puesto que, mientras en los departamentos costeros se concentra el 54.6 % de la población nacional, en la Sierra se ubica el 32 % y en la Selva solamente el 13.4 %, aunque esta última región representa el 60 % del territorio nacional.

El desarrollo económico también nos muestra un fuerte desequilibrio territorial, con un marcado centralismo en Lima, capital de la República, que tiene el 29 % de la población nacional, produce el 48 % del PBI, genera el 55 % del ingreso nacional, concentra el 70 % del PBI industrial y el 52 % de los servicios gubernamentales, asimismo percibe más del 90 % de impuestos.

En cambio, la economía en el Perú, en los últimos 18 años, ha observado uno de los más destacados desempeños en América del Sur, con tasas de crecimiento del PBI que en algunos años han superado el 8 %, amparados principalmente en la participación de la inversión privada, sobretodo aquella dirigida al incremento de productos y actividades orientadas al consumo de los mercados externos, teniendo como resultado el aumento en la exportación, solamente comparado con los alcanzados por la República de China, por ejemplo en el periodo 1998- 2008 se presentó un incremento de 44.8 %.

Primordialmente, por la fortaleza y continuo flujo de la inversión privada, así como por el aumento significativo en los volúmenes de las exportaciones de bienes y de servicios; y con índices de inflación por debajo del 3 % anual.

Este comportamiento positivo en la economía del Perú se ha visto plasmado también en el campo social, que en conjunto con las adecuadas políticas fiscales aplicadas y a una transformación en los programas sociales durante los últimos años, se ha logrado una significativa reducción de la pobreza con índices de 54.3% en el 2001 a 31.3% en el 2010 y la pobreza extrema de 24.0% a 9.8%.

Otro matiz importante es su continua integración económica comercial con los países que tiene los mayores intercambios comerciales, lo que ha originado el sostenimiento en el incremento de las exportaciones, tanto en volúmenes como en valor, resultado de la política

orientada a la disminución de las barreras arancelarias como consecuencia de la suscripción de Tratados de Libre Comercio (TLC) y Acuerdos de Complementación Económica con diversos países del mundo, especialmente con Estados Unidos, China y Japón, etc., además de la Unión Europea, lo que al final está permitiendo cambiar los destinos de exportación y la importación de equipos y maquinaria de tecnología moderna. Los tratados constituyen un panorama estimulante para el desarrollo económico del Perú, pues está creando nuevas e importantes oportunidades de negocios dirigidos a los referidos mercados.

Cada vez son más los usuarios del servicio de transporte interprovincial que se ven afectados por la inseguridad ciudadana por la que pasa el país y el mal servicio que brindan las empresas de transporte.

Siendo estos dos indicadores importantes a la hora de escoger la empresa de servicio de transporte que le brindará el servicio, debido a que durante los últimos veinte años o más, vienen recibiendo un servicio por demás deficiente y son víctimas del abuso de los transportistas locales, así como, de la inseguridad a su arribo a la capital del país.

Como una solución a este deficiente y continuo servicio, creo en la necesidad proponer la implementación de un servicio adicional al servicio de transporte interprovincial que brinde seguridad y comodidad, desde el inicio al término del viaje.

El actual servicio de transporte viene recibiendo sanciones, por las infracciones de 156 empresas de transporte interprovincial multadas por pésimo servicio, las causas principales que motivaron las sanciones se deben a que brindaron información inadecuada sobre el servicio.

Sanciones por más de 3 millones 330 mil nuevos soles impuso el Indecopi a 156 empresas de transporte interprovincial terrestre de pasajeros que omitieron la obligación de dar la información apropiada a los consumidores y por no ofrecer un servicio adecuado.

Anahí Chávez, directora de Protección del Consumidor del Indecopi, señaló que según el Observatorio del Mercado de Transporte Interprovincial de Pasajeros por vía Terrestre, efectuado por la Gerencia de Estudios Económicos, dichas sanciones fueron aplicadas en el periodo de enero de 2011 hasta septiembre de 2013.

Por otro lado, la institución ha verificado deficiencias en el servicio de transporte de pasajeros, en los ámbitos interprovincial y urbano, las cuales han merecido un llamado de atención a las

autoridades por el alto registro de accidentes, heridos y fallecidos en las carreteras y vías de nuestro país.

De acuerdo con el INEI, el 89,2 % de peruanos tuvo una percepción de inseguridad muy alta en el 2016 y en el 2015, el 88,4 %. Los datos muestran que no hubo un cambio relevante – considerando el margen de error– y que la sensación de inseguridad sigue con porcentajes altos. Esto, incluso, sucede a pesar de que los registros de victimización en las ciudades del país (el informe de las personas que han sido víctimas de un delito) han bajado paulatinamente de cerca de 40 % (2011) a 36 % (2012), 35 % (2013), 30 % (2014 y 2015) y 29 % (2016), según el Enapres del INEI, últimamente entre el 2017 y el 2018 la inseguridad es el problema más relevante en la ciudad (80 %).

No obstante el descenso en la victimización registrada en los últimos años, cerca de un tercio de los indicios, de todos los años han sido víctimas de un delito (y esto no es poco).

Segundo, las personas que denuncian haber sido víctimas de un delito en un año, ahora es superior a la cantidad de personas que tienen una percepción alta o muy alta de inseguridad. ¿Hay correlación entre la percepción de inseguridad y la victimización delictiva? La respuesta es sí.

Tercero, además es evidente para la literatura especializada que la percepción de inseguridad no se demuestra solo por la victimización personal, sino también por la indirecta (por ejemplo la de un familiar), por la difusión de noticias sensacionalistas, por la deficiencia e incredulidad en las instituciones encargadas de la seguridad, por la mínima cohesión social, etc.

Finalmente, la percepción de inseguridad asimismo se relaciona con la experiencia de diversas formas de victimización que no necesariamente se encuentran en el catálogo de delitos registrados y que constituyen diversas experiencias precisas de la violencia e inseguridad en la vida cotidiana, como el acoso sexual en la vía pública, la alta tasa de accidentabilidad y mortalidad por negligencias y accidentes de tránsito, el cobro indebido de taxi, la experiencia de violencia interpersonal, entre otras. Mujica J. (2017)

Servicio Social

El acto y la consecuencia de servir, es el concepto de servicio, asimismo realizar una acción con la finalidad de satisfacer una determinada necesidad que tiene una persona y social, por su parte, es aquello vinculado a la sociedad.

Servicios sociales son aquellas prestaciones que son importantes para el bienestar social, es decir, para la calidad de vida de los individuos que integran una sociedad. En líneas generales, un servicio social es una acción que permite garantizar o incrementar la autonomía de un sujeto y facilitar su unificación con la comunidad.

Pobreza

La pobreza es la circunstancia que me impide no poder satisfacer las necesidades físicas y psicológicas básicas de una vida digna por falta de recursos. La alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria, el agua potable o la electricidad se verían afectadas. Una persona, un grupo de personas o toda una región geográfica se pueden perjudicar por la pobreza.

También se suele considerar como pobreza a las situaciones como el desempleo, la falta de ingresos o un nivel bajo de los mismos en que la falta de medios económicos impide acceder a tales recursos. Asimismo, la pobreza puede ser el resultado de procesos de exclusión social, segregación social o marginación.

Solidaridad

La solidaridad tiene que ver con los ánimos de cooperar y brindar apoyo a una persona necesitada en su mayor momento de vulnerabilidad, sobre todo si ello implica hacer a un lado las necesidades, opiniones o prejuicios personales. La solidaridad es uno de los valores humanos tradicionales, emparentado con la compasión y con la generosidad.

Índice per capital del país

El último informe de la Encuesta Nacional de Hogares generado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2017, menciona que el ingreso real promedio por persona al mes fue de 962 soles. En realidad, esta cifra representa una disminución del 1,5 % respecto al 2016, año en el que se registró la cantidad de 977 soles.

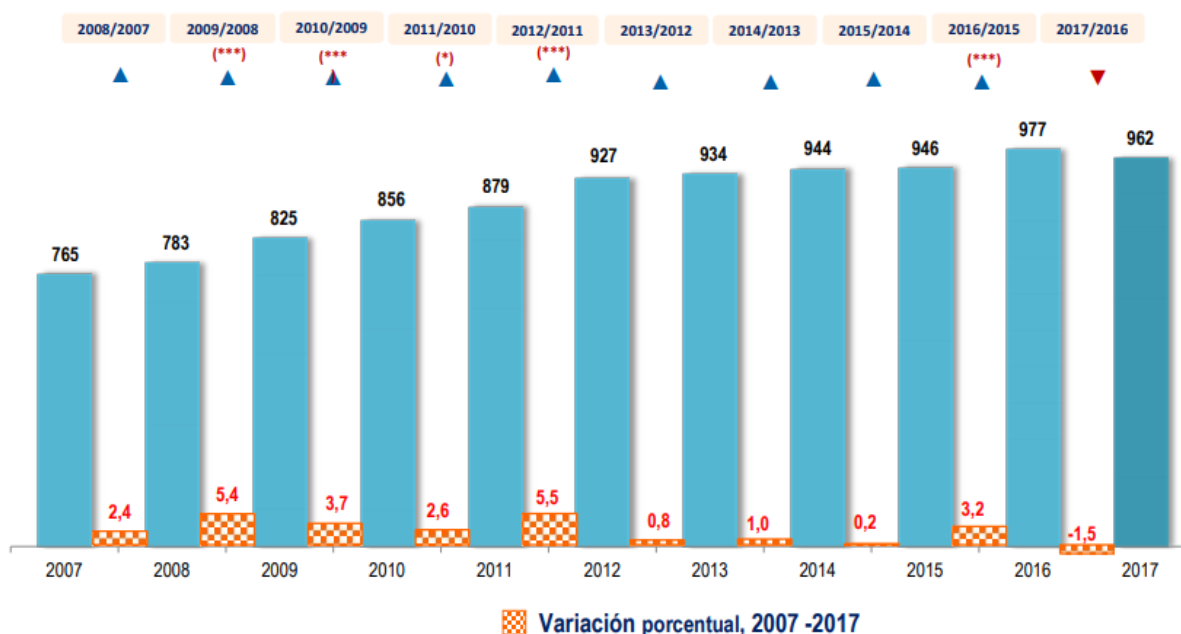
El monto de 962 soles mensuales, vale aclarar, no es lo que perciben todos los peruanos y peruanas que pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA).

Según el Producto Bruto Interno (PBI) el ingreso real per cápita es lo que en promedio cada uno de los habitantes de un país recibe y la cantidad total de pobladores de una nación.

Por lo tanto, más allá de la disminución de 15 soles en el ingreso real per cápita, que parece poco significativa a simple vista, pero si no se analizan las variables ya mencionadas, se debe observar la información desagregada para tener un real conocimiento sobre la situación del país.

Ilustración 1. Perú. Evolución del Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual, 2007-2017

GRÁFICO N° 1.10
PERÚ: EVOLUCIÓN DEL INGRESO REAL PROMEDIO PER CÁPITA MENSUAL, 2007-2017
 (Soles constantes base=2017 a precios de Lima Metropolitana)



* Diferencia significativa ($p < 0.10$).
 ** Diferencia altamente significativa ($p < 0.05$).
 *** Diferencia muy altamente significativa ($p < 0.01$).
 Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares, 2007-2017.

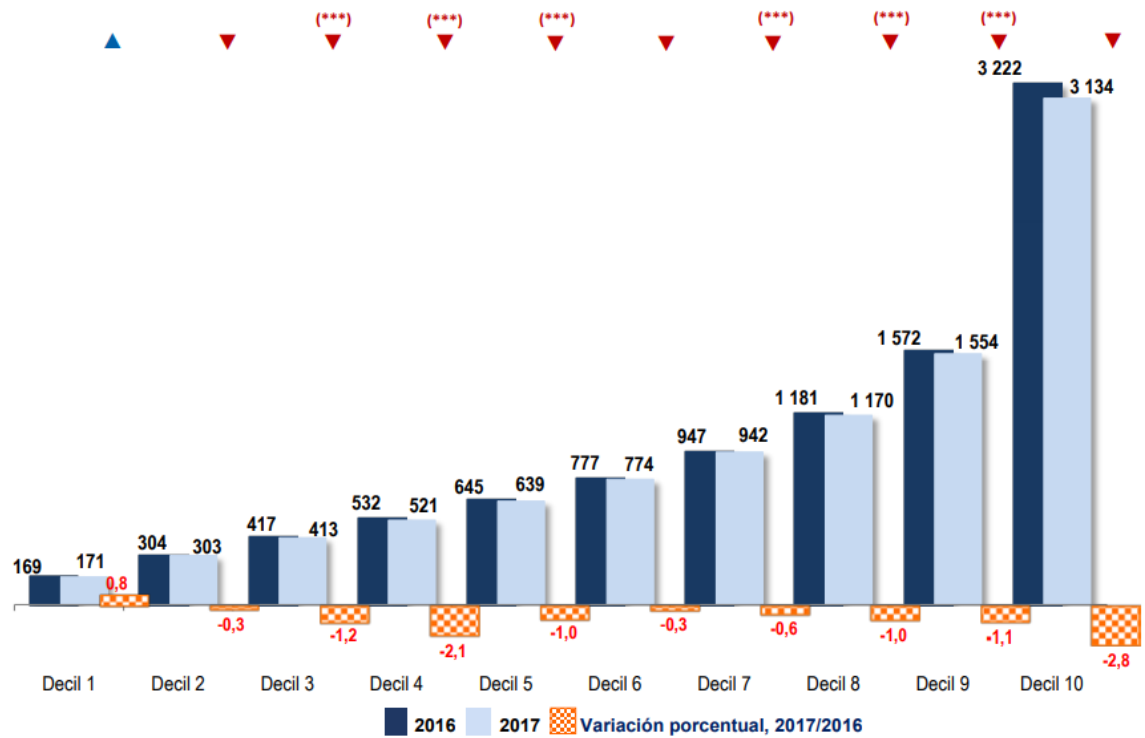
Menores ingresos para la clase media

De acuerdo a los datos del INEI, el ingreso per cápita en el 2017 para la población considerada dentro de la clase media ha disminuido, entre 1.2 % y 2.19 %, en comparación con el año 2016.

En cambio, para el 20 % de la población con más ingresos económicos también hubo un declive, de 2,8 % en promedio. Por otro lado, las personas que pertenecen al 20 % de la población más pobre, no hubo una variación importante en su ingreso per cápita.

Ilustración 2. Perú: Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual, Según Deciles, 2016-2017

GRÁFICO N° 1.11
PERÚ: INGRESO REAL PROMEDIO PER CÁPITA MENSUAL, SEGÚN DECILES, 2016 - 2017
 (Soles constantes base=2017 a precios de Lima Metropolitana)



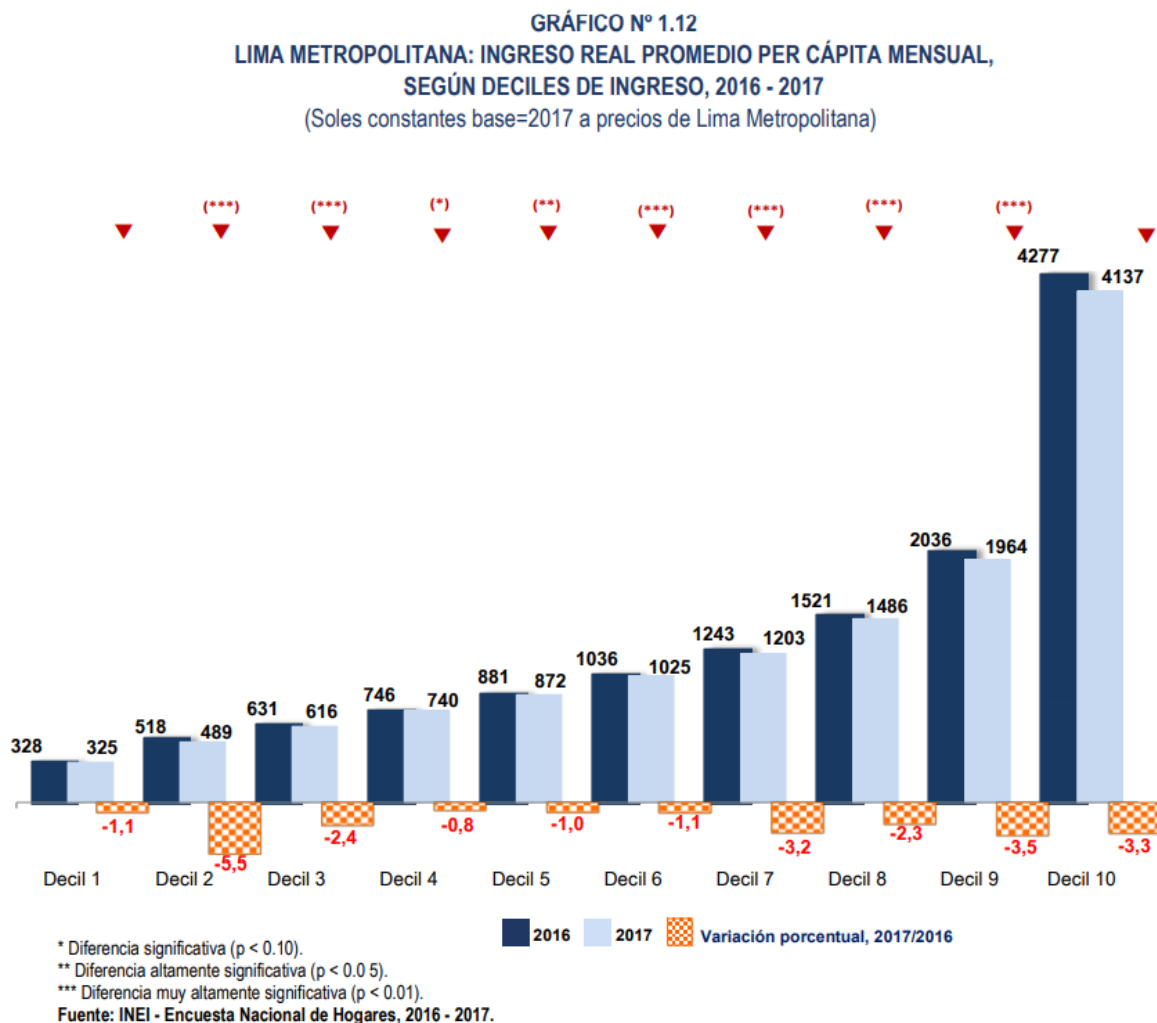
* Diferencia significativa ($p < 0.10$).
 ** Diferencia altamente significativa ($p < 0.05$).
 *** Diferencia muy altamente significativa ($p < 0.01$).
 Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares, 2016 - 2017.

En Lima Metropolitana, el ingreso real por persona descendió en todos los niveles sociales, siendo el de la clase media y la clase media baja el que más decreció, con una diferencia entre 2,4 % y 5,5 %. Además mencionar que para la clase media alta y para el sector con mayores ingresos, este también bajó, siendo estas diferencias muy altamente importantes.

2.3. Antecedentes de la Investigación

Según las consultas realizadas en las bases de datos de las diferentes universidades nacionales y extranjeras, he establecido que en relación al tema de nuevos modelos de gestión para mejorar los servicios, no se ha encontrado otros estudios que hayan tratado en forma detallada sobre este problema de seguridad en el transporte interprovincial e incluir dentro de los servicios que presta la empresa, por lo que estimo que la investigación mencionada con anterioridad reúne las condiciones metodológicas y temáticas necesarias para ser considerada como original. Sin embargo, he hallado los estudios que menciono a continuación relacionados un tanto al tema de la calidad de los servicios en el transporte de pasajeros y que de alguna forma se relacionan con el tema materia de esta investigación.

Ilustración 3. Lima Metropolitana: Ingreso Real Promedio Per Cápita Mensual., Según Deciles de Ingreso, 2016-2017



2.4. Investigaciones relacionadas con el tema

2.4.1. Investigaciones Nacionales

a) Universidad Nacional de Trujillo

Autor: Ramos Abanto, Fernando

Título: Plan de marketing para captar y fidelizar clientes para la ruta Trujillo-Jaén en la empresa de transportes Ave Fénix S.A.C (Trujillo, 2016)

Resumen: El presente trabajo es un caso particular sobre la situación del sistema del transporte interprovincial en la ciudad de Trujillo.

Los objetivos específicos son: determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de transportes Ave Fénix S.A.C y proponer un modelo racional de estrategia de servicio al cliente para la empresa transportes Ave Fénix S.A.C

El trabajo concluye en el acumulado final donde se estima que los clientes de la empresa Ave Fénix S.A.C. se sintieron medianamente satisfechos por la calidad de servicio que brinda la empresa.

En conclusión, el comentario después de haber analizado el trabajo determino que el estudio ha permitido a la empresa cumplir con el objetivo, que es incrementar el flujo de pasajeros, así como fidelizar a los clientes con el nuevo servicio.

b) Universidad Nacional de Trujillo

Autores: Merejildo Quispe G. & Satos Cipriano O

Título: Plan de marketing y estimación de su impacto en las ventas de la empresa Turismo Ejecutivo S.R.L de la ciudad de Trujillo. (Trujillo, 2014)

Resumen: La empresa presenta el siguiente problema: estructurar un plan de marketing, herramienta de apoyo a la conducción estratégica y a la gestión operativa que posibilita los elementos positivos para el desarrollo del negocio que son los siguientes: establecer una base precisa para planificar los restantes planes de la empresa, coordinar y unificar los esfuerzos de todos los sectores comerciales y de la compañía como un todo.

Para encontrar lo que se busca y no se omite información relevante un plan de Marketing ha de estar bien organizado y estructurado.

Por lo tanto, el impacto que traerá en la estimación de sus ingresos y ganar preferencia y fidelización de clientes, es por lo cual se estructurará un plan de marketing.

Elaborar un plan de marketing y medir su impacto en el incremento de las ventas de la Empresa de Turismo Ejecutivo S.R.L. de la Ciudad de Trujillo 2014 es el objetivo general de esta investigación.

Según lo demostrado en el análisis comparativo que se realizó, los datos obtenidos en el plan de marketing tiene un impacto positivo de 8.06 % en las ventas de turismo ejecutivo S.R.L. así quedó evidenciado en el estudio.

Finalmente, después de haber analizado el trabajo puedo resaltar, que el objetivo principal de dicha investigación es establecer la calidad de servicio y ofrecer como alternativa un plan de Marketing que mejoraría el servicio dado por la empresa y como resultado la fidelidad de los clientes, concluyendo en la necesidad de este tipo de beneficio con implementación de nuevas unidades móviles y personal capacitado.

c) Universidad Nacionales de Ingeniería

Autor: Mejia Gonzales Jackelin Johana

Título: Planificación, implementación, control y mejora de un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional para Soyuz Perú Bus (Lima, 2011)

Resumen: debido a la evolución de la actividad económica de los últimos años y el crecimiento del turismo, la empresa plantea como problema la seguridad y la salud ocupacional en el sector transporte. Como consecuencia, los empresarios han adquirido y renovado flota de buses y camiones, hubo un aumento de las empresas en este rubro y crecimiento del parque automotor.

En cambio, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones no ha considerado parámetros que prevengan, disminuyan y controlen los riesgos en el mencionado sector, puesto que paralelo a este crecimiento el número de accidentes de tránsito se ha elevado considerablemente.

Soyuz es una empresa de transportes que, si bien ha reducido accidentes en ruta los últimos años, no cuenta con un sólido Sistema de Gestión de Seguridad enfocado en la evaluación de riesgos en ruta, lo que nos da por consecuencia se sigan produciendo colisiones y atropellos.

El objetivo general de este estudio es controlar los riesgos en Soyuz Perú Bus, a través de la implementación de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Uno de los mayores obstáculos y barreras para la implementación fue cambiar la Creencia respecto a la complejidad de la misma y la burocracia que genera el Sistema; y

la Resistencia al cambio lo que fue cambiando con las Capacitaciones y el involucramiento de cada Jefe en todas las etapas de la implementación.

Por último, el comentario después de haber analizado el trabajo, es que está orientado a determinar los grados de inseguridad y desprestigio que está recibiendo la empresa concluyendo que se ha procedido a la sensibilización y a la comunicación hacia los usuarios del servicio confiando que la empresa ofrece seguridad en sus unidades y durante el viaje hasta el destino, situación que ha mejorado los beneficios de confianza de los usuarios del servicio a la empresa.

(d) Universidad San Martín de Porras

Autor: Zauñy Coronado Nelida Eleana,

Título: La auditoría de gestión y su incidencia en la administración de los recursos de la empresa de servicios de asistencia al viajero periodo 2012-2014. (Lima-2016)

Resumen: El problema general de esta investigación es ver de qué manera las empresas de servicios de Asistencia al Viajero-Lima Metropolitana periodo 2012-2014, utilizan la auditoría de gestión y como esta incide en la administración de los recursos humanos.

El objetivo general de este estudio es concluir si el empleo de la auditoría de gestión influye en la administración de los recursos humanos de las compañías de servicios de asistencia al viajero-Lima Metropolitana periodo 2012-20014.

Por último, el comentario que surge, después de analizar el trabajo, es que efectivamente la auditoría de gestión permite que la empresa optimice su producción en las áreas operativas de la misma.

2.4.2 Investigaciones internacionales

a) Universidad EAN – Programa de Administración de Empresas

Autores: María Teresa Aldana, María Alexandra Álvarez & María Rubiela Triana

Título: Tesis la calidad y seguridad en la empresa de servicios de transporte MARKAR LTDA (Bogotá - Colombia, 2010)

El problema general de esta investigación es que las compañías a nivel mundial han implementado esquemas de alternativas para cubrir aquellas actividades que no son propias de su naturaleza buscando ser eficientes y eficaces en la utilización de recursos para el desarrollo de sus actividades.

Basada en un modelo estratégico, la tercerización, permite que otra compañía ajena a su actividad administre todas aquellas actividades que no son misionales, pero que son de apoyo fundamental para la ejecución de labores en la empresa.

Diseñar un plan de negocios que se ajuste a las necesidades del mercado, para ofrecer un portafolio de servicios en transporte de ejecutivos generando un valor agregado para las compañías y sus pasajeros, es el objetivo general de esta investigación.

Finalmente, el comentario de esta investigación es buscar que los servicios de transporte terrestre tengan seguridad y calidad, a través de la creación de un nuevo tipo de empresa que tenga como política de gestión el cuidado del medio ambiente, así como aplicar en la gestión la responsabilidad social empresarial satisfaciendo a las comunidades en las cuales desarrollará sus actividades.

b) Universidad Católica del Ecuador-sede Esmeraldas

Autor: Gabriel Morán Villafuerte

Título: Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario (Ecuador, 2016).

El problema principal es cuando la calidad se refiere a la manera como la empresa conduce y contrasta las actividades que ejecuta, asimismo, efectúa acciones para cumplir con los requerimientos de indagación y comprobación. Es necesario, referirse a algunas características al momento que se brinda un servicio o se vende un producto.

Estar atento al usuario, el tratamiento personalizado, el coste por el servicio, el interés hacia las quejas, la consumación del servicio, además de otros matices, unidos a la palabra calidad.

Por último el comentario de esta tesis era valorar la calidad del servicio en la ciudad de Esmeralda en Ecuador, determinando el estado situacional del servicio y sus inconvenientes lo que se muestra a través de las encuestas a los usuarios, choferes y otros

indicando asimismo las ventajas del servicio de transporte terrestre en la ciudad y su posible mejoramiento para cubrir las perspectivas de los usuarios.

c) Universidad De Cartagena De Colombia

Autores: Jeniffer León Palomo & Eilines Pitalua Pinedo

Título: evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena (Colombia, 2011)

El problema general de esta investigación es como la globalización de la economía, las innovaciones tecnológicas y las mayores exigencias de los usuarios han provocado cambios importantes en las empresas en la última década.

Estos cambios se manifiestan principalmente en la forma como llegan a sus clientes y han hecho que el servicio sea una de las armas que tienen las compañías líderes en el mercado. Lo que conlleva a la adaptación de las empresas y a estrategias de competencia por la participación en los mercados.

El objetivo principal de la investigación es contrastar expectativas y percepciones de los usuarios del servicio en la Terminal de Transporte de Cartagena para así analizar la calidad del servicio del transporte intermunicipal de pasajeros ofrecido.

Las conclusiones son:

- Establecer mejoras en las competencias y conocimientos del servicio al cliente, principalmente en lo referente a la actitud, respuesta rápida, conocimiento de la labor en general de la terminal y trato cordial tratando de conocer más las necesidades del cliente. Por lo tanto, crear un programa de mejora continua y capacitación a los empleados de la terminal que incidan en los empleados de las empresas prestadoras del servicio.
- Definir estrategias puntuales orientadas al cliente, asignándose acciones institucionales periódicas para crear un programa de innovación en el servicio con un componente de seguridad, realizando una investigación puntual involucrando empleados de la terminal, tanto directivos como de operación, empleados de las empresas transportadoras y clientes, en un focus group.
- Por último, el comentario que surge de este trabajo de investigación donde la empresa, a través de su personal administrativo busca mejorar la calidad de los servicios para lograr innovarlos, así como la seguridad de sus pasajeros.

d) Universidad De Chile

Autores: Lorena Lizama Cisternas & Javiera Moreno Alveal

Título: Estudio exploratorio de la industria del transporte y accidentes de tránsito en Chile (2011)

El problema general del trabajo de investigación donde la interacción permanente que se produce en las vías públicas, las personas, ya sea como conductores, pasajeros o peatones, se transforman en usuarios y beneficiarios de los sistemas de transporte, y a la vez en potenciales víctimas de accidentes. El transporte es pues consecuencia del deseo y la necesidad de movilizarse de las personas y de desplazar sus bienes.

El objetivo general presenta tres perspectivas abordadas: análisis de la industria, enfoque socio-técnico y crisis. En su conjunto buscan ayudar a entender y explicar el fenómeno de los accidentes de tránsito, mediante el aporte de conceptos y teoría que servirán como marco para el posterior análisis de los datos.

La conclusión es:

En los últimos años en Chile los accidentes de tránsito han aumentado. Aproximadamente un ochenta por ciento de los accidentes ocurren por imprudencia humana (atribuibles tanto a peatones como a conductores), es decir, por acciones irresponsables relacionadas principalmente al no respeto de la normativa de tránsito, consumo de alcohol y exceso de velocidad, lo que ha provocado un aumento considerable en el número de lesionados atribuidos a esta causa, además de ser un fenómeno que conlleva grandes costos económicos tanto a privados como al fisco.

Por último, el comentario final de este trabajo de investigación es la perspectiva socio-técnica que requiere de una modernización tecnológica concilie ambos aspectos para ser exitosa, ésta nos hace darnos cuenta de que la introducción de nuevas tecnologías a una industria no es la solución a los problemas *per se*, dado que las dinámicas humanas operarán conjuntamente con ella.

Por lo tanto, esto es muy útil en un mundo como el de hoy, en el que se cree que las innovaciones tecnológicas son la panacea, o se cae en ellas solo por un tema de moda.

El análisis industrial de los servicios de transporte se basó principalmente en la teoría de análisis de industria (Porter, 1980) este modelo contribuyó a entender cómo ciertos aspectos presentes en una industria son capaces de determinar su dinámica competitiva y

cómo afecta particularmente al fenómeno de los accidentes de tránsito. Aporte al seminario de título, gracias a nuestra formación como ingenieras comerciales.

e) Universidad Ean De Bogotá

Autores: Aldana María Teresa, Álvarez María Alexandra & Rubiela Triana María.

Título: “Creación de una empresa de servicios de transportes MANKAR Ltda.”

(Colombia 2010.)

El problema general es que el transporte en Colombia, es un mercado diverso en cuanto a las opciones de negocio y las diferentes necesidades.

El objetivo de este trabajo era diseñar un plan de negocios para ofrecer un portafolio de servicios en transporte de ejecutivos, generando un valor agregado para las compañías y sus pasajeros ejecutivos que se ajuste a las necesidades del mercado.

Por último, el comentario final de este trabajo de investigación es que las empresas podrán continuar generando bienestar en el transporte de pasajeros ejecutivos, al menos las que operan formalmente y con cierto grado de estructuración empresarial, han podido sortear las dificultades internas y externas con suficiente grado de eficiencia y calidad de servicios, como para responder a las demandas del mercado.

2.4.3 Otras Investigaciones de Mejoramiento en el transporte terrestre

a) CIVITAS: “Mejora de la calidad de los servicios de transporte público” (2002 AL 2020)

Participantes: 200 ciudades europeas integrales en una red dinámica y sumamente activa.

Proyecto ambicioso que viene ejecutándose que se prolongará hasta el 2020 y su continuación.

Actualmente en Europa, el transporte por carretera representa el 40 % de las emisiones de dióxido de carbono, mientras que el tráfico de las ciudades, el 70 % de los restantes agentes contaminantes presentes en el medio ambiente. Últimamente, muchos visionarios e incluso legisladores han ansiado crear sociedades con un sistema de transporte ecológico, seguro y sostenible, pero estos sueños casi nunca han llegado a hacerse realidad. No obstante, Civitas ha aportado a este ideal, al favorecer el cambio hacia un modelo de transporte más ecológico en más de 200 ciudades europeas integradas en una red dinámica y sumamente activa.

Civitas, reúne la suma de tres aspectos fundamentales para una sociedad europea moderna: ciudad, vitalidad y sostenibilidad. El objetivo, crear sistemas de transporte más limpios y eficientes en las ciudades, iniciativa que se puso en marcha en el 2002 para redefinir las medidas y políticas de transporte.

En particular, CIVITAS ha introducido un buen número de innovaciones y medidas, que han dado lugar a una red de transporte más respetuosa con el medio ambiente en más de sesenta áreas urbanas de Europa, las conocidas como «ciudades demostrativas». Entre los ejemplos cabe citar el sistema de emisión de billetes para el transporte público de Tallin, Estonia, una flota de autobuses 100 % ecológicos; en Toulouse, Francia, el transporte de mercancías por barco; en Bremen, Alemania, y un nuevo sistema de control del tráfico en Bolonia, Italia. Debido a una inversión de más de 200 millones de euros por parte de la Unión Europea, el proyecto ha permitido a las ciudades introducir mejoras a lo largo de las cuatro fases del proyecto, cada una de ellas sustentada en el éxito de las anteriores.

En los diez últimos años, Civitas brindó a los ciudadanos la capacidad de convencer a los representantes públicos para que adoptasen estas innovaciones que mejoran la calidad y la sostenibilidad del transporte urbano de numerosas ciudades europeas. Por lo tanto, el proyecto ha puesto a prueba más de 800 medidas y soluciones de transporte urbano, respaldadas por el continuo intercambio de prácticas recomendadas.

Si desea realizar su aportación a esta ambiciosa iniciativa, puede hacer que su ciudad se una a la red Civitas para crear un futuro más ecológico con nuestra ayuda. Este interesante proyecto se prolongará hasta 2020 y proporcionará incontables oportunidades para que otras ciudades se sumen. Como ciudadanos europeos, tenemos la posibilidad de integrar cambios positivos en el ámbito del transporte urbano. Construyamos una Europa mejor, juntos.

Objetivo

El objetivo general es dirigir las medidas a potenciales usuarios del transporte público y a los actuales.

Estrategias para lograr una fundación satisfactoria

Con el objetivo de fomentar el diálogo entre los distintos agentes y presentar el proyecto y sus posibles beneficios y efectos deben celebrarse reuniones para no politizar los temas relacionados con la medida y minimizar la reticencia de las partes interesadas (que podría provocar que los políticos denieguen la medida).

Es importante asegurarse de que haya coherencia con los documentos políticos, especialmente en la fase inicial, para mantener informados a los políticos (o incluso implicarlos) del proceso de preparación e implantación de las medidas desde el principio. En síntesis, si las medidas forman parte de la estrategia global de la ciudad o de un plan de transportes previamente acordado es lo adecuado.

Perspectiva General

Es oportuno, que los municipios y las empresas de transporte público muestren interés por garantizar un servicio de gran calidad del sistema de transporte público mediante la implantación de medidas con el fin de hacer más atractivos los servicios de transporte público y de paso reducir el uso del coche. A continuación, las medidas a implantar:

1. Ampliar y simplificar la red de transporte público.
2. Modernizar las infraestructuras (especialmente en los transbordos intermodales) y hacer más cómodo el trayecto en transporte público.
3. Mejorar la accesibilidad de todas las personas, especialmente, las que tienen necesidades especiales.
4. Mejorar la seguridad y protección en las estaciones, las paradas y los vehículos tanto de los pasajeros como de los conductores y de las infraestructuras.

Grupos objetivo

Las medidas van dirigidas a los actuales y a potenciales usuarios del transporte público. En particular, los beneficiarios de las medidas son quienes tengan problemas de movilidad, las personas mayores, las familias con hijos y los jóvenes. Asimismo, también deben adoptarse medidas de seguridad y protección para los conductores del transporte público.

Impacto y Ventajas

Implantar las medidas indicadas anteriormente de mejora de la calidad de los servicios de transporte público, traerá las siguientes ventajas:

Para el Público

El transporte público se hace más práctico, cómodo, accesible y comprensible para todo el mundo, mediante la implantación de las medidas señaladas.

Para los Particulares

La calidad de vida de las personas con discapacidad y la independencia de quienes trabajan o viven en zonas donde anteriormente no había conexión con la red de transporte público, puede ascender.

Para las Empresas

Una vez que las empresas de transporte público mejoren la calidad de sus servicios, se renovará su imagen, así como el número de pasajeros.

Es fundamental que exista coherencia entre la política de estacionamiento y la infraestructura de transporte público para fomentar del uso de medios de transporte alternativos. También al mejorar la seguridad en los vehículos y en las estaciones, puede reducirse el coste de reparación de los daños causados por el vandalismo.

Todo debe ir acompañado de un complejo sistema de promoción e información dirigido a diversos grupos de usuarios.

Fases y Plazos de Implantación

En el momento que se establecen medidas para mejorar la calidad del transporte público, deben tenerse en cuenta diversos aspectos importantes, así como aplicar medidas de apoyo y garantizar su implantación en un plazo prudencial.

Etapas de Trabajo

1. Preparación
2. Recopilar información de referencia
3. Decisiones formales necesarias
4. Planificar las mejoras en cuanto a
5. Licitación de servicios subcontratados
6. Prueba de los nuevos servicios con posibles usuarios y, en concreto, con viajeros con discapacidad.

7. Los nuevos servicios su modificación, adaptación e implantación.
8. Capacitación, adiestramiento y promoción.
9. Seguimiento y evaluación.

Medidas complementarias para potenciar los efectos positivos

Al aplicar las siguientes medidas de forma simultánea a acciones que mejoren la calidad del transporte público, es posible potenciar los efectos positivos de todas las medidas y lograr efectos de sinergia.

La imagen y la calidad del transporte público urbano pueden mejorarse mediante:

- Instrumentos de localización automática de vehículos y de gestión.
- Entrada de nuevos vehículos ecológicos (de gas natural comprimido [GNC], células de hidrógeno).
- Desarrollar una marca para conseguir reconocimiento del sistema de transporte público.
- La oferta de renovados planes tarifarios para el transporte público (sistemas de pago mediante tarjetas inteligentes).
- Accesibilidad a otros medios de transporte ecológicos prestando servicios de uso compartido de bicicletas, taxis y uso compartido de vehículos.

Plazo

El tiempo necesario para implantar las medidas descritas varía en relación al tipo de acción que se elija y del número de rutas, vehículos o estaciones a los que se aplicarían.

¿Qué inversiones conlleva?

Las estrategias y los planes de actuación se han de elaborar, implantar, gestionar y controlar. Los costes del equipamiento dependen de la medida y del alcance de la implantación. Por lo tanto, las medidas descritas exigen gastos para la recopilación y el análisis de datos, así como para el estudio del estado actual de la técnica y para el proceso de planificación.

Mientras se dan las mejoras de la accesibilidad del transporte público para todas las personas, se pueden generar las siguientes categorías de costes:

1. Inversiones para el nuevo diseño y adaptación de paradas y estaciones.
2. Financiación de nuevas instalaciones de espera, marquesinas, asientos, etc.

(construcción, adquisición, etc.)

3. El hardware y software de los sistemas de transporte sensibles a la demanda (centro de gestión, software de programación, equipamiento de a bordo para vehículos adecuados); precios de explotación del transporte sensible a la demanda (conductor, dirección, etc.).
4. Con el objetivo de mejorar la seguridad y protección del sistema de transporte público urbano, se precisan las siguientes inversiones:
5. Llevar a cabo talleres y actividades de formación para conductores y usuarios del transporte público; gastos de adquisición, instalación, manejo y mantenimiento de las cámaras de los autobuses o las estaciones y paradas; el hardware y software, así como las tarifas de explotación de un centro de seguridad.
6. Ponerse de acuerdo en aspectos técnicos y en normas claras relacionadas con el pago del servicio y las responsabilidades de su realización es gracias a una buena cooperación entre los socios del proyecto.
7. Un estudio de mercado definirá las necesidades y los requisitos específicos de los grupos objetivo.
8. Fomentar el uso de este modo de transporte entre distintos grupos objetivo, dependerá del respaldo político y la voluntad de los responsables locales de tomar las decisiones para cambiar el modo en que se percibe y se respalda el transporte público.
9. Con fines promocionales, podrían repartirse boletos gratuitos entre los ciudadanos durante la fase inicial o podrían ofrecerse descuentos para atraer a nuevos usuarios. El público en general seguramente aceptaría los sistemas de transporte público si se prestaran los servicios a precios más asequibles.

Estrategias para lograr una implantación satisfactoria del respaldo político

Sería satisfactorio si las medidas forman parte de la estrategia global de la ciudad o de un plan de transportes previamente acordado. Por lo tanto, para no politizar los temas relacionados con la medida y minimizar la reticencia de las partes interesadas (que podría provocar que los políticos denieguen la medida), deben celebrarse reuniones para fomentar el diálogo entre los distintos agentes y presentar el proyecto y sus posibles beneficios y efectos.

Aceptación

Aplicar estrategias de comunicación y campañas de marketing, a fin de asegurarse de que las modificaciones y los nuevos servicios sean aceptados por el público y también por los operadores y los conductores.

Gestión Financiera

Un estudio de mercado antes de comenzar con las medidas garantizaría la viabilidad de las distintas medidas y servicios.

Marco legislativo sobre construcción

Asesorarse desde el principio sobre la configuración y la arquitectura de las construcciones, garantizará que las mejoras de las infraestructuras planeadas (marquesinas, instalaciones de espera) sean aceptadas por los funcionarios de conservación y patrimonio de la ciudad.

Condición de un marco legal

Por lo que respecta a la instalación de cámaras para mejorar la seguridad de la red de transporte público, es necesario analizar las condiciones del marco legal y si se ajusta a la legislación en materia de protección de la intimidad.

Aspectos técnicos

En relación con el equipamiento técnico actual conviene intercambiar experiencias con otras ciudades para evitar el fallo o bajo rendimiento de las tecnologías, los sistemas técnicos o las metodologías no probadas, así como incompatibilidades entre los sistemas o riesgos de seguridad de determinadas tecnologías. Por lo tanto, debe analizarse exhaustivamente el estado actual de la técnica.

Institución y organización

Si se desea implantar con éxito las medidas, es importante mantener buenas relaciones con las autoridades municipales y regionales vecinas.

Partes interesadas

Empecemos indicando que es fundamental implicar a todas las partes interesadas de manera muy activa desde el comienzo de la planificación. Modificar los servicios de transporte de una ciudad normalmente genera gran cantidad de debates entre diferentes grupos.

Operador

- Empresas de transporte público

Gestión Financiera

- Departamento financiero de la ciudad
- Empresas de transporte público

En algunos países, el ayuntamiento es el que finalmente aprueba la financiación y el alcance del programa. Además, el ayuntamiento debe ser informado con regularidad de los costes y los ingresos.

c) Ministerio de Transportes y Comunicaciones,

Tema: “Plan Estratégico Sectorial Multianual Sector Transportes y Comunicaciones 2012-2016.”

Sub-Sector Transportes

Transporte Terrestre

La red vial del Perú se encuentra organizada en tres niveles:

- Red primaria o nacional;
- Red secundaria o departamental (Regional)
- Red terciaria o caminos vecinales.

Actualmente, la longitud de la red vial es de 95,863 km., de los cuales 23,076 (24.07 %) son carreteras nacionales y están bajo la competencia del Ministerio de Transportes y Comunicaciones; 25,329 (26.42 %), carreteras departamentales y están a cargo de los Gobiernos Regionales y 47,458 (49.51 %), caminos vecinales, que están bajo responsabilidad de los Gobiernos Locales.

En relación al tipo de superficie de rodadura muestra que 15,496 km. de la red vial se encuentran pavimentadas (16.16 %) y 80,367 km., afirmadas o a nivel de trocha (83.84 %).

Sobre dicha infraestructura se traslada el 90 % de la carga y se moviliza el 80 % de los pasajeros, especialmente en los principales ejes longitudinales y transversales, los cuales actualmente presentan condiciones de asfaltado en buen estado y no así las carreteras departamentales y locales, que tienen una condición, en gran porcentaje, de afirmadas o trochas en mal estado y que son utilizadas en la prestación del servicio provincial de carga y pasajeros.

Actualmente el sistema vial no satisface los requerimientos que garanticen óptimas condiciones de accesibilidad, transpirabilidad, confiabilidad y seguridad, limitando la inclusión social, la sostenibilidad en el crecimiento económico y la integración interna del país, pues se concentra en atender la demanda de servicios de transportes y necesidades de interconexión de las grandes ciudades del país.

Red vial nacional

La Red Vial Nacional de 23,076 km, está conformada por tres grandes ejes longitudinales y diecinueve corredores transversales, tienen como misión vincular a las capitales de departamento, los principales centros productivos con las ciudades como centros de consumo y puertos marítimos como nodos del comercio exterior; constituyendo la base de todo el sistema de carreteras del país.

La situación de las vías nacionales nos indica que el 53.5 % (12,345 km) se encuentran pavimentadas y el 46.5 % se encuentra a nivel afirmado, sin afirmar y trocha. Aproximadamente el 70 % de la Red Vial Nacional se encuentra en regular y buen estado de conservación y transpirabilidad.

Superficie De La Red Vial Nacional 2011

Superficie	Km %
Pavimentada	53.50 %
No pavimentada	46.5 %
Total 23 076	100 %

En el marco de la política de fomento a la inversión privada, en los últimos años se ha incrementado sustantivamente el número de concesiones viales; actualmente se tiene adjudicadas bajo esta modalidad 5,363 km de carreteras, con un compromiso de inversión total de \$ 3,423 millones.

Con respecto a las actividades de mantenimiento de carreteras, se viene desarrollando la tercerización de la conservación de la Red Vial Nacional por niveles de servicio, que mediante

la suscripción de contratos tienen como objetivo alcanzar un adecuado y continuo nivel de transpirabilidad de la red vial nacional, además incluyen el mantenimiento rutinario, mantenimiento periódico, atención de emergencias y en algunos casos específicos la aplicación de pavimentos económicos, por plazos de hasta cinco años. Actualmente se tiene 11,154 km de carreteras de la Red Vial Nacional con contratos de conservación vial por resultados en 32 corredores viales, con una inversión total de S/ 3,641 millones.

El presupuesto del MTC se ha incrementado de manera importante como respuesta a la prioridad asignada para el desarrollo de la infraestructura como soportes importantes en el que se sustentan el crecimiento económico del país. En lo referido a las inversiones en el año 2001, el nivel de ejecución por parte del MTC en la Red Vial Nacional obtuvo S/ 620 millones; en el 2010 esta cifra se elevó a S/ 1,882 millones, que representa un incremento de 303 %.

Red Vial Departamental y Vecinal:

La Red Vial Departamental (25,329 km de vías registradas), comprende las rutas regionales que unen las capitales de departamento con las principales ciudades al interior de la región; solo el 7.7 % se encuentran pavimentadas y el 92.3 %, afirmada, sin afirmar o en condición de trocha. En lo que depende a su condición, solo el 16.1 % de la red departamental se encuentra en buen estado.

La Red Vial Vecinal (47,458 km aproximadamente) está conformada por las vías que enlazan las capitales distritales y los centros poblados importantes con la capital de la provincia; solo el 2.5 % de esta vías tienen la condición de asfaltadas, el 97.5 % están afirmadas, sin afirmar o en condición de trocha y solo el 7.3 % está en buen estado.

Hace cinco años, con apoyo del Banco Mundial y el BID se viene ejecutando el Programa de Caminos Departamentales (PCD) y el Programa de Transporte Rural Descentralizado (PTRD), dirigidos a la ejecución de proyectos para la rehabilitación y actividades para el mantenimiento de caminos departamentales y vecinales, con el objetivo de promover, apoyar y orientar el incremento de la dotación y la mejora de la transpirabilidad de la infraestructura de transporte departamental y rural y el desarrollo institucional, en forma descentralizada, planificada, articulada y regulada, a fin de contribuir con la superación de la pobreza y con el desarrollo del país.

Con respecto a los caminos de herradura, como el último eslabón de conexión con los pueblos más alejados en nuestro país, se tienen identificados 18,736 km, priorizados por los gobiernos

locales para su mejoramiento y se calcula que su longitud alcance una cifra similar a la de los caminos vecinales.

La pobreza y la pobreza extrema se acentúan alrededor de los caminos de herradura y los caminos rurales.

Servicios

Un elevado índice de accidentes de tránsito en la Red Vial Nacional alcanzan un promedio de 1,631 accidentes por año en el período 2004-2009 y un alto porcentaje de personas afectadas que anualmente alcanza en promedio 5,011 heridos y 822 muertos para el período 2012, cifras donde se observa que el servicio de transporte terrestre en el país afronta una problemática que se caracteriza por una débil institucionalidad en el ámbito público y privado, enorme informalidad, tanto en los prestadores del servicio como también de los usuarios, con señales muy marcadas de incumplimiento de las normas de tránsito y circulación y con niveles de seguridad bastante precarios, que afectan su calidad y seguridad.

Esta situación es más notoria y grave en el transporte urbano y en las zonas del interior del país con carreteras o caminos con características sin afirmar o trocha.

Los problemas originados por la liberalización y desregulación del transporte que rige desde principio de la década del noventa, si bien motivó el crecimiento y dinamismo de la actividad y generó competencia, también generó la sobreoferta de vehículos, obsolescencia del parque automotor, atomización empresarial, surgimiento de transportistas informales que generan competencia desleal, los cuales han impactado negativamente en la calidad y en la seguridad de los servicios.

Asimismo, en el transporte interprovincial de pasajeros también existe una problemática derivada de la frágil estructuración empresarial, marcada informalidad, sobre todo en el interior del país, la frondosidad normativa y la insuficiente fiscalización por parte de las autoridades en los tres niveles de gobierno (Nacional, Regional y Local).

En el servicio de transporte interprovincial de pasajero existen alrededor de 358 empresas, con un universo de 5,340 ómnibuses, y un promedio de 10 vehículos por empresa; asimismo esto refleja un contexto empresarial dominado por una atomización elevada, que obstaculizan el desarrollo de alianzas o fusiones a nivel de pequeñas empresas, reacias a perder su identidad. El servicio de transporte de carga presenta similares dificultades como el transporte interprovincial, con la existencia de empresas formalmente organizadas que compiten con transportistas informales.

Como parte del proceso de fiscalización a los servicios de transporte de pasajeros y carga, desde hace varios años se viene aplicando el programa “Tolerancia 0”, unidos a los Gobiernos Regionales; los resultados han contribuido con la reducción del nivel de incumplimiento de las normas en los servicios de transportes nacional.

Además remarcar que con la obligación de equipar a los vehículos que prestan el servicio de pasajeros a nivel nacional, con GPS parcialmente se ha controlado los índices de velocidad, habiendo reducido los accidentes en las vías nacionales.

Un sector importante del transporte público brinda aún servicios de baja calidad y alta inseguridad, aspectos que son más notorios en el transporte urbano de las principales ciudades, donde el transporte es caótico y contaminante y con elevados índices de accidentalidad.

El parque automotor

En los últimos años, el parque automotor se ha incrementado en aproximadamente 58.75 %, en el año 2010 se registraron 1, 849,690 vehículos, mientras que el 2000 existían 1, 162,859 vehículos. Por tipo de vehículo los que mayor crecimiento registran son los del tipo automóvil con 595 % (de 136,221 en el 2000, a 810,066 en el 2010) y las camionetas station wagon con 264 % (de 108,184 en el 2000, a 285,272 en el 2010), uno de los efectos es el sobredimensionamiento del servicio de taxis.

En el parque automotor del servicio de transporte de pasajeros (ómnibus interprovinciales) fue de 4,319 ómnibus en el año 2000 y de 7,973 en el año 2010, es decir un incremento de 84.60 %; registrándose un importante proceso de modernización hacia el uso de unidades de mayor capacidad.

El parque automotor del país, en términos globales es antiguo, lo que ha generado el agravamiento de la contaminación ambiental, superando los estándares internacionales que miden la calidad del aire, pues aproximadamente el 80 % de los vehículos ingresados al país vía Ceticos y Zofratacna, son usados y reacondicionados, influenciando en la edad promedio del parque automotor del servicio público que es de 22,5 años, mientras que la edad del privado, 15,5 años.

Con el fin de contribuir a revertir esta situación, se ha creado el Programa para la Renovación del Parque Automotor (Chatarreo), inicialmente con vehículos de la Categoría M1 con más de 15 años de antigüedad. Así mismo, se ha establecido (D.S. N° 017-2009-MTC) que la antigüedad máxima de los vehículos de transporte público es 15 años. Cabe resaltar que en

los últimos cinco años la importación de vehículos nuevos viene superando a la importación de vehículos usados.

La situación actual del transporte urbano en Lima y principales ciudades del país, está caracterizada por el caos, la contaminación, lo obsoleto y la inseguridad, generado básicamente por la sobreoferta de vehículos, lo cual es resultado de la falta de regulación y la debilidad institucional de las autoridades encargadas de hacer cumplir las normas que rigen para el sector.

Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (Sutran).

La Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN), creada mediante Ley N° 29380, es la encargada de normar, supervisar, fiscalizar y sancionar las actividades del transporte de personas, carga y mercancías en los ámbitos nacional e internacional y las actividades vinculadas con el transporte de mercancías en el ámbito nacional.

Los principales objetivos de Sutran son los siguientes:

- a) Proteger la vida, tutelar los intereses públicos y defender el derecho de los usuarios en el ejercicio de la prestación del servicio de transporte terrestre sujeto a supervisión, fiscalización y control.
- b) Velar por el respeto y cumplimiento de las normas sobre transporte terrestre de los ámbitos nacional e internacional, las que regulan el tránsito terrestre en la red vial bajo el ámbito de su competencia, las previstas en el Reglamento Nacional de Vehículos y las que regulan los servicios complementarios, inspecciones, certificaciones, verificaciones y otras relacionadas con el transporte y tránsito terrestre.
- c) Formalizar el transporte terrestre de los ámbitos nacional e internacional, así como los servicios complementarios relacionados con el transporte y tránsito terrestre, asegurando que las acciones de supervisión, fiscalización y sanción sean de aplicación universal.
- d) Reducir las externalidades negativas generadas por el transporte terrestre de los ámbitos nacional e internacional, así como las generadas por el tránsito terrestre en la red vial bajo su competencia.
- e) Promover el acceso a la información de los agentes económicos que prestan el servicio, de los usuarios y de la sociedad civil.
- f) Asegurar y controlar el cumplimiento de los estándares de seguridad exigidos para prestar el servicio de transporte terrestre.

g) Fortalecer la capacidad de fiscalización de los servicios de transporte terrestre de los ámbitos nacional e internacional y los servicios complementarios, con la finalidad de que se desarrollen en adecuadas condiciones de seguridad y calidad en favor de los usuarios, sancionando los incumplimientos e infracciones en que incurran.

Además existen tres empresas que se encuentran bajo el ámbito del Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe), adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas, cuyas actividades están vinculadas al Subsector Transportes (Corpac S.A. y Enapu S.A.) y al Subsector Comunicaciones (Serpost S.A.)

Lineamientos estratégicos del sector transportes y comunicaciones:

- Ampliar, conservar y modernizar la infraestructura de transportes de calidad y competitivas, que promuevan la inclusión social, la integración interna y externa del país y protección del medio ambiente.
- Contar con estructuras organizativas y normatividad modernas, procesos internos optimizados y recursos humanos calificados, que mediante el uso de tecnologías de información y administración por resultados, mejoren los niveles de gestión de los organismos del sector.
- Promover la competitividad y seguridad de los servicios de transportes, a través de la logística asociada al transporte, uso de tecnologías modernas y preservación del medio ambiente.
- Fomentar la competitividad, conectividad e innovación tecnológica de los servicios de telecomunicaciones.
- Promover y afianzar la inversión privada en servicios e infraestructura de transportes y telecomunicaciones.
- Fortalecer la participación del Sector en el proceso de descentralización, desarrollando y afianzando capacidades de gestión en los gobiernos sub nacionales.
- Reformar y modernizar la gestión de los organismos del Sector, impulsando la innovación, el uso de la tecnología de la información y la gestión por resultados.

Objetivos estratégicos generales

En función a los lineamientos estratégicos se han determinado los siguientes objetivos estratégicos generales:

Fortalecer la integración interna y externa, el desarrollo de corredores logísticos, el proceso de ordenamiento territorial, protección del medio ambiente y mejorar el nivel de competitividad de la economía, aspectos que contribuirán a una infraestructura de transporte.

Incorporar la logística de transportes, preservación del medio ambiente e inclusión social permitirá disponer de servicios de transportes seguros, eficientes y de calidad.

Comprometer la participación de la inversión privada, a través de Asociación Público Privada e inversión directa en infraestructura y servicios de transportes y telecomunicaciones. Ampliar la cobertura de servicios de telecomunicaciones eficientes, de calidad y de interés social.

Participar activamente en el proceso de descentralización, orientado al desarrollo de capacidades, para mejorar la gestión de los gobiernos sub nacionales en transportes.

Contar con estructuras organizativas y normatividad modernas, procesos internos optimizados y recursos humanos calificados, que mediante el uso de tecnologías de información y administración por resultados, mejoren los niveles de gestión de los organismos del sector.

2.3 Estructura teórica y científica que sustenta el estudio

2.4 Terminología básica o conceptualización básica

Organización

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos, pueden a su vez estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. La palabra organización proviene del griego *organon* que puede traducirse como herramienta o instrumento.

Una organización, en otras palabras, es un grupo social formado por personas, tareas y administración que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

La forma en que se organizan las empresas es estudiada por una ciencia administrativa denominada Administración de Empresas, que estudia la forma en que se gestionan los recursos y procesos, esta administración es considerada como la base del fundamento de la empresa. Pérez Porto, J. (2008).

Sistema

Un sistema es un modelo ordenado de elementos que se encuentran interrelacionados y que interactúan entre sí. Proviene del latín *sistema*, el concepto se utiliza tanto para definir a un conjunto de conceptos como a objetos reales dotados de organización.

Su desarrollo comenzó a mediados del siglo XX, con los estudios del biólogo austriaco Ludwig Von Bertalanffy, se le considera como una meta teoría (teoría de teorías) que parte del concepto abstracto de sistema para encontrar reglas de valor general.

El sistema administrativo es el conjunto de componentes que interactúan entre sí y se encuentran interrelacionados.

Seguridad

La palabra seguridad proviene del latín *secuntar* que a la vez deriva de *securus* (sin cuidado, sin precaución, sin temor a preocuparse) que significa libre de cualquier peligro o daño. Es la garantía que tienen las personas de estar libres de todo daño, amenaza, peligro o riesgo, es la necesidad de sentirse protegidas contra todo aquello que pueda perturbar o atentar contra su integridad física, moral, social y hasta económica.

Seguridad tiene dos dimensiones: individual y social. La primera se refiere al cuidado que se da a cada persona, para no someterse a riesgos que pongan en peligro la salud y la vida. La segunda trata del conjunto de leyes, organismos, servicios e instalaciones que cubren y protegen algunas necesidades de la población como la sanidad, las pensiones, los subsidios, etc.

La seguridad implica la forma correcta de hacer las cosas, de allí que sea tan necesario todo el mayor esfuerzo que se dedique en la eliminación de peligros y prevención de accidentes.

Calidad

La calidad es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia. La calidad describe lo que es bueno todo lo que posee un cualitativo de calidad, supone que ha pasado por una serie de pruebas o referencias, las cuales dan la garantía que es óptimo.

Según el Instituto Centroamericano de Tecnología Industrial, la Comisión de normas técnicas de organización internacional de normalización Icaiti-Copant-ISO 084021995,

establece la totalidad de las características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas.

La calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades. Las necesidades, dichas del conjunto de características de un producto o servicio que tengan importancia para el cliente algunas de ellas pueden ser implícitas, pero de todas formas son vitales.

Seguridad, utilidad, viabilidad, versatilidad, compatibilidad con otros productos, confiabilidad, mantenibilidad, bajos costos, impacto ambiental, etc. Son como las necesidades de los clientes deben ser identificadas y definidas, estas pueden cambiar con el tiempo.

En la actualidad, la calidad es medible mediante procesos de certificación de calidad, basados en normas de reconocimiento internacional, procesos que involucran, no solo al departamento de control de calidad, sino a todos los miembros de la organización, especialmente a la alta dirección y al personal con poder de decisión, logrando compromiso generalizado con las prácticas de calidad y mejora de procesos en todos los niveles jerárquicos, por ejemplo ISO9000, ISO 9001, ISO 14000, etc.

Servicio

Los servicios son funciones ejercidas por personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. Además, son un conjunto de acciones realizadas para servir a alguien o a alguna causa.

Proviene del latín *servitium*, referente al verbo servir. Los servicios pueden ser públicos y privados; los servicios especializados ya son materia de acciones más selectas.

Recursos financieros

Un recurso es un medio de cualquier clase que permite obtener algo que se desea o se necesita.

Los recursos financieros son los activos que tienen algún grado de liquidez, por ejemplo: los depósitos en cuentas bancarias, las divisas, las tenencias de acciones, y bonos y similares forman parte de los recursos financieros.

Las empresas generan estos recursos financieros a partir de sus diversas actividades y servicios: la emisión de acciones, las capitalizaciones, los préstamos solicitados y los subsidios.

Recursos económicos

Dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa, son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades.

Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero, lo importante en una empresa es que sea rentable; es decir, que toda la inversión sea recuperada con la utilización o explotación del recurso.

Operaciones

En referencia a las operaciones son las ejecuciones o maniobras metódicas y sistemáticas sobre cuerpos, números, datos, etcétera, para lograr un determinado fin.

Por ejemplo cuando se contrata un préstamo bancario. Las operaciones financieras consisten en sustituir o intercambiar ciertos capitales por otros equivalentes, aplicando una ley financiera.

Rentabilidad

El diccionario de la Real Academia Española define la rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar beneficio o ganancia, por lo tanto está asociada la obtención de utilidades sobre una inversión.

En conclusión, es el rendimiento de activos y pasivos en una empresa mediante su operatividad.

Gestión empresarial

La gestión empresarial buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio, a través de diferentes individuos especializados, como directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros.

Precios o tarifas

Es un valor representativo tanto en cantidad como en calidad para poder formar parte del sistema de intercambio de productos y bienes de la sociedad que se conoce como compra-venta.

Proviene del latín *pretium*, las diferentes culturas a lo largo de la evolución del hombre han adoptado el término para hacer correspondencia a algo que alguien tiene que pagar. Es el importe monetario por la adquisición de un producto o por la prestación de un servicio.

La planeación

La planeación es una actividad crítica en administración independiente del tipo de organización que se dirija, además de determinar como el sistema administrativo alcanzará sus objetivos. En otras palabras, como puede la Organización llegar a donde quiere llegar.

Certo (2001) señala que los administradores modernos enfrentan el reto de la planeación sólida en pequeñas y sencillas organizaciones, así como en grandes y complejas firmas y organizaciones sin ánimo de lucro como bibliotecas y con ánimo de lucro como General Motor.

Para el análisis de la industria tal vez la herramienta más conocida para formular estrategia es el un modelo desarrollado por Michael E. Porter, un experto internacional en administración estratégica.

En esencia, el modelo de Porter esboza las fuerzas básicas que determinan la competitividad de la industria e ilustran como se relacionan estas fuerzas. El modelo sugiere que para desarrollar estrategias efectivas para una organización, los gerentes deben comprender y reaccionar ante estas fuerzas que son las que determinan el nivel de competitividad dentro de las empresas.

La competitividad de una industria está determinada por lo siguiente:

Según, Certo (2001) menciona que los nuevos participantes o las nuevas compañías dentro de la industria, los productos que pueden actuar como sustitutos de los bienes o servicios que las empresas dentro de la industria producen; la capacidad de los proveedores para controlar asunto, como costos de materiales que las compañías usan para manufacturar sus productos; el poder de negociación que tengan los compradores dentro

de la industria y en general el nivel de rivalidad o competencia entre las firmas de la industria.

Muestreo estratificado (Núñez, 2014)

Para tomar una muestra estratificada se fuerza en que la proporción de la muestra procedente de cada estrato responda a la estructura de la población. Por lo general, se emplea cuando la población es heterogénea o desemejante, porque determinados subgrupos homogéneos pueden quedar aislados. De esta forma el investigador puede obtener una exactitud mayor que la obtenida mediante una muestra aleatoria simple de tamaño similar. Webster (1999).

Cadena de valor (Núñez, 2014)

La cadena de valor se incluye en el contexto para realizar un análisis estratégico del negocio para generar lo que Porter denomina ventajas competitivas, es una forma de enfoque de procesos que sigue ayudando a generar cambios en la organización.

Para Hax y Majluf citado en Núñez (2014), la cadena de valor se orienta a las llamadas unidades estratégicas de negocio.

Una unidad de la organización con foco de planificación, que agrupa una serie claramente diferenciada de productos o servicios que son vendidos a grupos uniformes de clientes, haciendo frente a un número bien definido de competidores. Carrasco (2009).

Actividades Primarias (Carrasco, 2009)

Cada unidad estratégica de negocios le dará énfasis a aquellos segmentos donde hay mayor valor agregado y podría externalizar los que no pertenecen a la definición de su negocio.

- Logística de entrada.
- Operaciones.
- Logística de salida.
- Marketing y ventas.
- Servicio

Actividades de apoyo (Carrasco, 2009)

Son cuatro capas que representan las funciones transversales que de una u otra forma tienen influencia y participan en las actividades primarias.

- Adquisiciones.
- Desarrollo de tecnología.
- Manejo de recursos humanos.
- Infraestructura de la firma.

Satisfacción del consumidor

Según Kotler (2006) menciona que la satisfacción es el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas. El nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre rendimiento percibido y las expectativas.

- Cómo retener a los clientes: Las compañías no sólo buscan mejorar la relación con sus socios en la cadena de la oferta. Hoy se concentran en desarrollar vínculos y lealtades más fuertes con sus consumidores finales, según Kotler (2006).
- Demanda de mercado: Para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia definido, bajo un programa de mercadotecnia definido, según Kotler (2006).
- Mercados, segmentos de mercado y nichos: Los segmentos de mercado son grupos extensos susceptibles de ser identificados. Nicho es un grupo definido en forma más estrecha que busca una combinación particular de beneficios.

Los segmentos tienden a convertirse en un conjunto de nichos, en la medida que el vendedor subdivide un mercado al introducir características más singulares.

Los clientes de un nicho están dispuestos a pagar una prima a aquella empresa que mejor satisfaga sus necesidades. El mercadólogo tendrá que especializar sus operaciones y para otros competidores no resulta fácil atacar al líder del nicho, según Kotler (2006).

- Diferenciación del producto: Tener en cuenta que hay productos sumamente estandarizados que permiten escasas variaciones y productos susceptibles de diferenciarse marcadamente, según Kotler (2006).

- Diferenciación del personal: Las empresas pueden ganar una fuerte ventaja competitiva si contratan a mejor personal que la competencia y lo capacitan más, según Kotler (2006).

El personal bien capacitado posee seis características:

- Competencia: Los empleados poseen la capacidad y conocimientos necesarios.
- Cortesía: Los empleados son amables, respetuosos y considerados.
- Credibilidad: Los empleados inspiran confianza.
- Confiabilidad: Los empleados proporcionan el servicio con consistencia y exactitud.
- Capacidad de respuesta: Los empleados atienden sin demora las solicitudes y los problemas de los clientes.
- Comunicación: Los empleados tratan de comprender al cliente y de comunicarse claramente con él.

Fidelización

Convertir cada venta en el principio de la siguiente, es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto o servicio concreto de una forma continua o periódica.

Para De Andrés (2008), es tratar de conseguir una relación estable y duradera con los usuarios finales de la empresa. Siempre debemos tomar en cuenta que para poder fidelizar a nuestros clientes, se debe tener presente las características que hemos aprendido durante nuestros estudios es decir captar, convencer y conservar.

- Clientes. Kotler (2001) nos indica que un “cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección. Un cliente es alguien que elige y compra algo”.
- Kloter (2001), conceptualiza que un cliente actual: son aquellos que pertenecen a la institución están siendo beneficiarios de los productos que ofrece la misma.
- Clientes Potenciales: Kotler (2001), el Padre del Marketing Moderno nos afirma que el cliente potencial es aquel que puede utilizar, después de un determinado tiempo los productos o servicios de una empresa u organización, es decir llegar a formar parte de la misma después de plantear estrategias de captación, promoción y/o publicidad.

Estrategias

La estrategia es el camino que la empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos. Toda estrategia es básicamente estrategia competitiva. Porter, Michael ha resumido tres tipos generales de estrategias llamadas genéricas o básicas, que proporcionan un buen inicio para abordar luego diferentes estrategias de desarrollo y crecimiento.

Desde el punto de vista de los objetivos estratégicos se podrá optar por todo el mercado o un segmento determinado, y desde la óptica de las ventajas competitivas existentes, las alternativas serían la diferenciación o el control de costos.

Estrategias de fidelización: Kotler (2001) menciona que una estrategia de fidelización de clientes es un camino que deberá planificarse de una forma más o menos sofisticada. Mientras que en algunos casos puede consistir simplemente en ofrecer algún servicio adicional gratuito a los clientes, en otros se puede ir más allá, con la definición de una auténtica estrategia de fidelización.

Ventaja competitiva: esta ventaja se puede alcanzar para aprovechar la oportunidad con una buena fuerza de ventas, un nombre conocido de marca o buenos distribuidores. Significa que la empresa posee una mezcla de marketing que el mercado meta considera mejor que la de los competidores.

Kotler & Armstrong (2008), definen que cualquiera que sea la fuente, la ventaja solo se aprovechará si se permite a la compañía ofrecer un valor superior y satisfacer a los clientes mejor que al competidor.

Transporte público

Industria encaminada a garantizar la movilización de personas o cosas, por medio de vehículos apropiados, en condiciones de amplia libertad de acceso, calidad y seguridad de los usuarios y sujeto a una contraprestación económica.

Transporte privado

Transporte privado es aquel que tiende a satisfacer necesidades de movilización de personas o cosas dentro del ámbito de las necesidades exclusivas de las personas naturales o jurídicas.

Para la evaluación del actual plan de negocio que indicamos en el trabajo, estamos refiriéndonos al servicio privado, dado que las condiciones de nuestro negocio no es constituir empresas o servicios con unidades que pertenezcan a las organizaciones públicas del País.

Planes

Planear determina anticipadamente cuales son los objetivos deseados y lo que debe hacerse para alcanzar de manera adecuada, es una función administrativa. La planeación es la diferencia entre una situación actual y una situación deseada como objetivo. Una vez elaborado el plan, el administrador puede organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa, pero con la mente siempre fija en los objetivos a ser alcanzados. La planeación siempre persigue una acción futura.

Objetivos

Los objetivos, en general, son los valores y los propósitos o finalidades de una organización expresados en las expectativas futuras. Los objetivos formales son parte de la misión de la empresa y determinan el tipo de estrategia y de estructura que adoptará y los tipos de procesos, y se muestran claramente para el conocimiento de los empleados y clientes.

Confiabilidad

Se puede conceptualizar como la capacidad que tiene un producto de realizar su función de la manera prevista. De otra forma, la confiabilidad se puede definir también como la probabilidad en que un producto realizará su función prevista sin incidentes por un período de tiempo específico y bajo condiciones indicadas.

Políticas

Manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. También puede definirse como una actividad orientada en forma ideológica a la toma decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos.

Métodos

Método es una palabra que proviene del término griego *methodos* (“camino” o “vía”) y que se refiere al medio utilizado para llegar a un fin. Su significado original señala el camino que conduce a un lugar.

Comprobación

Confirmación o prueba de la existencia, veracidad o exactitud de una cosa.

Eficiencia

Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos lo que supone una optimización. La eficiencia está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta.

Eficacia

Ser eficaces es simplemente alcanzar la meta estipulada, sin importar el nivel de recursos empleados. La eficacia se relaciona con el nivel de objetivos conseguidos en un determinado plazo, es decir, a la capacidad para conseguir aquello que un grupo se propone.

Administración de los Recursos Humanos

La administración de Recursos Humanos, como ciencia social persigue la satisfacción de objetivos institucionales, por medio de un mecanismo de operación y a través del esfuerzo humano coordinado.

Desempeño

La evaluación de desempeño no es un fin, sino, el medio para evaluar un mejor desempeño. Al mismo tiempo, los evaluadores deben tomar en cuenta factores del sistema que están fuera de control de los empleados pero que pueden afectar su desempeño. Por ejemplo, la percepción del clima organizacional.

Selección de personal

Sistema de información sobre los recursos humanos de la organización, por lo tanto, se necesita proceder con la recolección de datos sobre cada puesto, así como sobre las necesidades de recursos humanos a futuro. Con esta información, los especialistas pueden

asesorar a la gerencia sobre el diseño de los puestos que supervisan y pueden encontrar incluso maneras de hacer que estos puestos sean más productivos y satisfactorios.

Conjunto de colaboradores

Conjunto de personas que laboran en ella y que están debidamente capacitadas y son innovadoras. En la actualidad, el capital humano es considerado el más valioso dentro de una organización.

Convocatoria de personal

En un proceso de selección de personal tanto el candidato como la empresa tomarán una decisión y para esto ambos necesitarán información suficiente. Además, es necesario elaborar una convocatoria que contenga toda la información pertinente al puesto solicitado.

A menudo es mal visto que una persona que busca empleo pregunte a cuánto ascenderá su salario y algunas otras características del empleo, por lo mismo la empresa deben asumir la obligación de informar todos estos datos con el posible trabajador. Una empresa que tiene la política de no dar información clave al trabajador es una empresa que tendrá gastos mayores, esto porque la información que le niegue al trabajador repercutirá en su decisión de trabajar en la empresa, decisión que puede cambiar en cuanto tenga acceso a la información que se le niega, independientemente de que la empresa haya realizado gastos durante el proceso.

Contratación de personal

La contratación es la materialización de un contrato a un individuo a través del cual se acuerda, entre las partes intervinientes, generalmente empleador y empleado, la realización de un determinado trabajo o actividad, a cambio del cual, el contratado, percibirá una suma de dinero estipulada en la negociación de las condiciones o cualquier otro tipo de compensación negociada.

Conocimientos y destrezas

Capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver problemas en determinada ocupación, asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas. Aptitud intelectual de los

hombres de la organización valorada por su capacidad natural o adquirida para su desempeño.

2.5 Marco histórico

El Transporte

El transporte es una actividad fundamental dentro del desarrollo de la humanidad. Se denomina transporte o transportación al traslado de algún lugar a otro algún elemento, en general, personas o bienes, pero también un fluido.

Asimismo, los transportes pueden distinguirse según la posesión y el uso de la red. Por un lado, el transporte público en la que los vehículos son utilizados por cualquier persona previo pago de una cantidad de dinero. Por otro, el transporte privado, aquél que es adquirido por personas particulares y cuyo uso es exclusivo de sus dueños.

Medios de Transporte

- Carretera
- El arrastre y la rueda
- Animales como medio de transporte
- Ferrocarril
- Bicicleta
- Motocicleta
- El automóvil
- Transportes urbanos
- El metro

Transporte terrestre en el mundo

El transporte terrestre se realiza sobre la superficie terrestre. La gran mayoría de transportes terrestres se realizan sobre ruedas. Posteriormente, los humanos construyeron vehículos para navegar por agua y aire, lo cual llevó al desarrollo del transporte acuático y transporte aéreo respectivamente.

Historia

En el siglo XX, la creación e instalación de grandes empresas de fabricante de vehículos ha sido una gran motivación, tanto para el uso particular como para el transporte público y de mercancías, así como la exportación a terceros países. Con el crecimiento económico de los últimos años, se espera que Brasil y Argentina

alcancen en poco tiempo la utilización de vehículos al mismo nivel que los países más desarrollados.

Evolución del transporte en el mundo

- **Rueda (3100 a. C. - 3150 a. C.)**

Conforme varios estudios, la rueda fue inventada por sabios de Mesopotamia alrededor de 5000 años antes de cristo, precisamente en el periodo del Obeid, época del poblamiento de la zona oriental de Mesopotamia.

- **Carruaje (1546 d. C.)**

El carro dispone de dos ruedas y utiliza la tracción animal para lograr el desplazamiento. Esta fue la primera aplicación que el hombre le dio a la rueda para sus propios fines.

Según lo expresa Mendes Silva en su catálogo real de España, el primer coche que se vio en la península fue alrededor de 1546. Sin embargo, Vanderkamen, historiador de Don Juan de Austria, supone que el primer carruaje que se vio en este reino fue en 1554. Carlos Pubes, criado del emperador Carlos V, lo trajo.

- **La Diligencia (1888)**

Carruaje de camino, de cuatro ruedas, que hacía un servicio regular entre dos poblaciones extremas de su ruta con itinerario fijo, trasportando viajeros y correo.

- **Bicicleta de pista (1900)**

Las primeras bicicletas de pista eran llamadas path, antiguo término Victoriano/ Eduardiano, para el ciclismo de pista que eran bicicletas de carrera por lo general tubulares de 26x1 ¼(32-597 mm) de alta presión.

- **Ferrocarril (1910)**

Su invención tuvo lugar a principios del siglo XIX por George Stephenson, se asocia con la máquina de vapor creada durante la Revolución Industrial. Esta nueva forma de transporte necesitaba, además de la fuerza impulsora de la máquina de vapor, otro elemento, los raíles.

- **Motocicleta (1919)**

Vehículo de dos ruedas, impulsado por un motor que acciona la rueda trasera, en raras excepciones, el impulso se daría en la rueda delantera o en ambas.

- **Automóvil (1920)**

Después de la Primera Guerra Mundial la industrialización del automóvil se relanzó. Un gran responsable fue el Ford T, que en 1923, saldrían a la calle 1.800.00 unidades, nada menos que un tercio de la producción mundial de aquel año. Provocando la definitiva “masificación” de los coches en las ciudades.

- **Autobús**

Los nombres más comunes de este vehículo son: el autobús, bus, ruta, colectivo, bondi, guagua, micro u ómnibus, diseñado para transportar numerosas personas mediante vías urbanas.

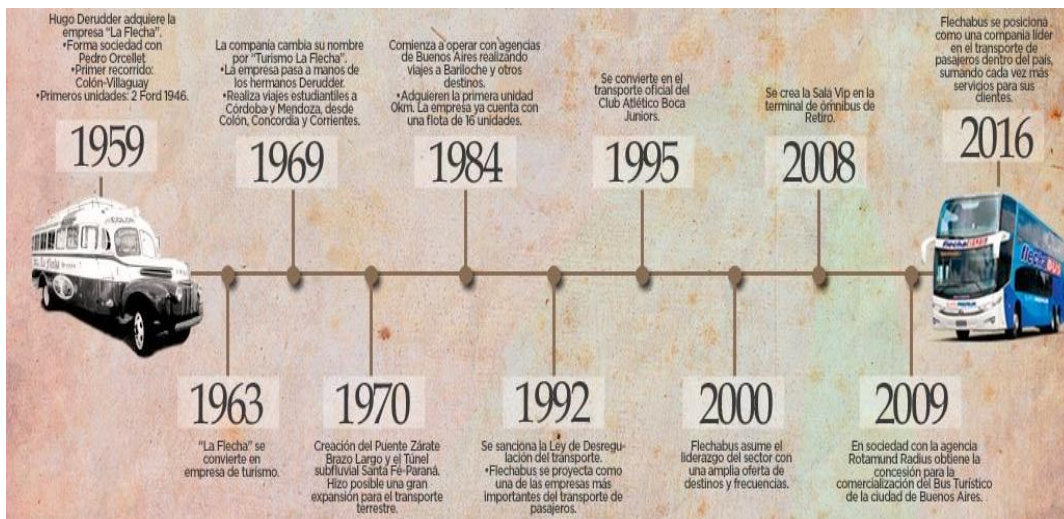
Transporte en el Perú

Perú cuenta con una geografía muy accidentada, lo cual le otorga ventajas y desventajas.

Una gran ventaja es que estas divisiones naturales originan distintos climas y zonas donde la fauna y flora cambian casi de forma radical en pocos kilómetros brindando una mayor riqueza para el Perú. Sin embargo, dificulta el transporte terrestre.

En Lima existen varias compañías de transporte que se especializan en distintos destinos, los más populares son Cuzco, Arequipa, Tacna, Chiclayo, Trujillo, Piura Cajamarca, Chiclayo, etc.

Ilustración 4. Evolución del transporte desde los primeros tiempos, con la invención de la rueda y la utilización de coches tirados por animales de carga.



Empresas de transporte terrestre

De acuerdo con el boletín Estadístico I semestre 2017 del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, hasta el mes de junio del 2017 se registraron 2439 empresas de transporte interprovincial en el Perú.

Empresas proveedoras de unidades de transporte

Las marcas más conocidas del sector ofrecen modernos vehículos que garantizan un viaje cómodo y seguro en trayectos largos.

- Apple Bus: Diseña, produce y brinda productos y servicios de alta calidad que contribuyen con el progreso y el bien social de nuestro país.

Ilustración 5. Apple Seat



- Asientos para buses

Se especializan en la fabricación y ensamblaje de asientos para el transporte de pasajeros (terrestre, lacustre, marítimo, ferroviario)

Ilustración 6. Apple Bus



- Carrocerías

Ensamblaje de carrocerías para autobús interprovinciales, turístico y urbano.

Ilustración 7. Apple Glass



- Cristal Templado y Laminado

Fabricación de cristal templado y laminado para línea industrial, automotriz y arquitectura.

Buses interprovinciales

Modasa

Compañía peruana que ofrece soluciones de transporte y energía en diferentes partes del mundo. Fabricación de autobuses para el transporte de pasajeros con necesidades urbanas, interprovinciales e industriales, fabricados para que transporten vidas.

Marcopolo SA

La compañía fabrica carrocerías para autobuses y microbuses de uso urbano e interurbano. Fundado en 1949, en la ciudad brasileña de Caxias do Sul, estado de rio Grande del sur. Ofrecen innovaciones que se traducen en beneficios para los pasajeros.

La generación G7 es referencia de calidad, confort, seguridad, robustez y economía.

Clave Siete

Empresa ensambladora de carrocerías de buses de alta calidad. Ofrece vehículos que aportan seguridad, confort y alta rentabilidad para el transportista. Fabrica carrocerías y buses con alta tecnología, fuertes y resistentes en nuestros modelos turísticos, urbanos interprovinciales, personal y escolar.

Precios de ómnibus

Según el informe de proformas de proveedores El Comercio, el precio promedio de un bus interprovincial nuevo es de USD 300,000.

No solo se venden buses nuevos, también buses usados y el precio promedio de estas unidades es de USD 50,000.

Modalidad del servicio de transporte

Realizado con regularidad, continuidad, generalidad, obligatoriedad y uniformidad para satisfacer necesidades colectivas de viaje de carácter general.

Se presta bajo las modalidades de servicio estándar y servicio diferenciado, en vehículos que cumplan con lo dispuesto por el reglamento nacional de vehículos y el presente reglamento.

Tipos de servicios

Actualmente las empresas de transporte terrestre interprovincial ofrecen estos servicios, asientan los más relevantes en el mercado.

- Cama 180°
- Servicio a bordo
- Entretenimiento a bordo
- Mantas térmicas
- Wifi
- Internet durante tu viaje sujeto a disponibilidad de cobertura y operador.
- Revistas
- Aire acondicionado
- Servicios higiénicos
-

Estadísticas de pasajeros

En los últimos años, la estimación del traslado de personas en el servicio regular a nivel nacional de transporte terrestre por carretera, registra una tasa anual de crecimiento de 3,3%

El traslado de personas en el servicio regular de transporte terrestre por carretera

entre enero a diciembre del 2016 fue de 83.3 millones, superior al del año 2007 en 32,1% (63,1 millones). Al dividir el territorio nacional en cuatro zonas: Norte, Centro, Sur y Lima, se observó que del total de personas movilizadas en el periodo 2007-2016, en promedio un 24,2% se movilizó teniendo como destino los departamentos ubicados en el norte del Perú, el 21,4% los departamentos del sur, el 17,0% los departamentos del centro y el 37,4% el departamento de Lima.

2.5.1 Macroentorno

Aspecto económico

Crecimiento y desarrollo mundial

En la figura 1 y 2 mostramos un breve resumen del comportamiento del sector desde el año 2007-2018 y su contribución.

Tabla 1: Producto Bruto Interno del país 2007-2018

PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2007 - 2018
(Variación porcentual del índice de volumen físico)
Año Base 2007=100

Actividad	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015P/	2016P/	2017E/	2018E/
Economía Total (PBI)	8,5	9,1	1,1	8,3	6,3	6,1	5,9	2,4	3,3	4,0	2,5	4,0
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3,3	8,0	0,9	4,2	4,0	6,3	1,1	1,3	3,1	2,6	2,1	7,5
Pesca y acuicultura	9,3	3,0	-4,7	-27,8	61,7	-36,2	23,0	-28,7	18,2	-11,1	5,6	39,9
Extracción de petróleo, gas y minerales	4,2	8,1	0,6	1,4	0,3	1,8	5,1	-1,6	8,4	12,3	3,5	-1,3
Manufactura	10,6	8,5	-6,5	10,1	8,3	1,3	5,2	-1,1	-0,9	-0,2	0,2	6,2
Electricidad, gas y agua	9,2	8,0	1,0	8,7	8,2	5,9	3,4	5,2	6,6	7,8	0,9	4,4
Construcción	16,6	16,9	6,5	17,0	3,6	15,9	9,4	1,8	-5,3	-2,5	2,4	5,4
Comercio	10,3	10,7	-0,8	11,9	8,6	8,5	4,9	1,9	3,1	2,8	1,6	2,6
Transporte, almacenamiento, correo y mensajería	10,2	9,0	-0,9	13,2	11,4	7,0	6,6	2,5	4,3	4,1	3,8	5,0
Alojamiento y restaurantes	9,1	10,3	0,6	7,4	11,1	10,8	6,8	5,2	3,3	2,7	1,4	3,6
Telecomunicaciones y otros servicios de información	31,7	17,1	8,1	10,1	11,5	12,2	8,7	8,6	9,1	8,8	8,4	5,5
Servicios financieros, seguros y pensiones	12,8	6,4	8,1	10,0	10,8	9,6	9,7	12,8	9,6	5,4	1,5	5,4
Servicios prestados a empresas	15,0	12,3	2,5	11,6	9,3	7,2	7,3	4,6	4,4	2,6	3,2	3,2
Administración pública y defensa	1,8	7,7	18,2	8,1	4,3	8,1	3,9	5,3	3,6	4,3	3,3	4,5
Otros servicios	5,0	4,0	2,8	3,6	4,0	4,6	4,5	4,1	4,4	4,0	3,5	3,9
Total Industrias (VAB)	8,6	8,7	1,2	7,7	6,5	5,8	5,6	2,3	3,5	4,0	2,6	4,0
DM-Otros Impuestos a los Productos	7,5	13,5	0,3	14,9	4,8	9,5	7,9	2,8	0,6	3,6	1,4	3,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Ilustración 8. Perú: Producto Bruto Interno según actividad económica, 2016 2

PERÚ: Producto Bruto Interno según actividad económica, 2016
(Variación porcentual del índice de volumen físico)
Año Base 2007=100



Análisis del mercado

De acuerdo con el análisis de mercado del proyecto propuesto es importante reconocer las partes interesadas que al participar tienen o tendrán algún grado de peso sobre las decisiones que define el nuevo servicio y los beneficios que generará a los usuarios internos y externos frente a los factores económicos puedo afirmar que el crecimiento del sector automotriz en general está influyendo en el comportamiento de compra o adquisición de vehículos para las empresas.

Actualmente el valor en el mercado de los vehículos esta fluctuando continuamente haciendo una gran variación en lo relacionado a su depreciación y la toma de decisiones de tener un activo de alta rotación y de altas pérdidas al final del ejercicio este es un factor que genera desarrollo al negocio debido al costo financiero que impacta más en los estados financieros de las empresas.

En contraprestación las empresas están organizadas poniendo a disposición unidades vehiculares con los cuales los clientes pueden entrar a analizar y escoger, de acuerdo con sus necesidades eligiendo las mejores opciones.

El sector transporte en el Perú ha venido evolucionando en cuanto a la modernización de instrumentos y recursos para la utilización de este medio tanto el tema de seguridad y calidad, son temas de vital importancia al abordar este sector.

Las estadísticas del sector a nivel nacional frente a las diferentes alternativas de la movilización de pasajeros han demostrado que el sector viene creciendo gracias a los factores como la modernización del transporte y la dinámica de la economía en los diversos sectores que hoy en día influyen en el comportamiento del sector en estudio.

El mercado del transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima viene creciendo continuamente por la emigración constante de la población hacia la capital y viceversa sin embargo sus alcances del servicio son diferentes al pretendido estudio que sugiero. A continuación pongo un breve bosquejo de la descripción del mercado y sus tendencias y varios factores sujetos a estudios.

Factor Tecnológico

La tecnología de punta es un factor determinante para que las empresas tomen decisiones de gestión en las compañías con gestión inteligente, en el caso de las empresas del transporte no son la excepción.

Actualmente tomando en cuenta la seguridad, la calidad del servicio y el desorden público que vive el País, las empresas se encuentran implementando tecnología actualizada que admita el seguimiento y monitoreo.

El avance tecnológico en lo que se refiere al equipamiento de buses, ordenadores, sistemas de comunicación, GPS, y otros ,la empresa contará con los requerimientos óptimos y necesarios para el servicio mejorado y de esta forma levantar el desempeño del proceso a implementar en la empresa.

Estos sistemas alcanzan a disminuir los riesgos, y maximizar los recursos y la producción de un eficiente servicio.

Flujo de pasajeros

Para este punto se está tomando en cuenta las estadísticas realizadas por el MTC, los datos estadísticos son estimaciones de acuerdo a la demanda y oferta que existió en el mercado durante los años 2007 al 2018. (Fig.3)

En el año 2018 una media de 84,9 millones de personas se movilizó por el territorio nacional, a través del servicio regular de transporte terrestre entre enero y diciembre del año 2018. Al segmentar el país en cuatro ámbitos Norte, Centro, Sur y Lima, en el periodo 2007-2018, un 24,7 % de personas movilizadas tuvieron como destino los departamentos ubicados en el norte del Perú; el 22,2 % , los departamentos del sur, el 15,6 %, los del centro y el 37,6 % el departamento de Lima.

Tabla 2. Tráfico de Pasajeros 2007-2018

TRÁFICO DE PASAJEROS EN EL TRANSPORTE INTERPROVINCIAL, SEGÚN DEPARTAMENTO DESTINO: 2007-2018

(Miles de pasajeros)

DEPARTAMENTO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	63 065.9	64 996.4	69 958.0	70 377.9	70 831.0	72 543.3	75 630.4	79 065.3	83 144.0	83 299.7	84 195.0	84 968.7
Amazonas	169.9	366.5	373.9	384.6	323.0	389.1	357.8	417.5	443.2	513.6	966.9	1353.8
Ancash	2 291.3	2 374.1	2 250.4	2 250.6	2 353.0	2 639.0	2 788.6	2 728.3	2 729.3	2 838.2	2 953.2	2 806.1
Aputimac	336.5	418.5	392.6	383.2	397.1	355.8	451.0	575.3	664.0	660.6	657.8	656.4
Arequipa	5 658.3	4 912.9	5 217.0	5 271.5	5 605.5	5 102.7	5 567.9	5 627.3	6 060.9	6 112.0	6 019.5	5 472.0
Ayacucho	845.6	835.9	738.5	693.9	780.1	743.0	843.1	980.3	875.4	956.6	1031.1	1079.3
Cajamarca	1 670.6	1 713.2	1 761.4	1 701.7	2 011.6	1 726.0	1 806.1	2 418.7	2 313.4	2 244.0	2 828.3	3 511.4
Cusco	2 241.4	2 472.0	2 712.5	2 629.1	2 547.1	2 720.8	3 406.6	3 752.8	4 040.6	4 242.4	4 649.1	4 513.0
Huancavelica	704.5	711.2	781.1	743.8	689.4	717.5	780.5	919.3	948.9	860.5	905.2	1053.7
Huánuco	913.4	898.6	876.1	863.6	854.2	886.6	913.9	961.8	1024.1	1024.0	1193.5	1278.9
Ica	6 445.7	6 839.7	6 588.5	6 113.3	6 059.0	5 993.5	4 902.3	5 115.8	5 832.2	5 940.0	4 924.2	5 807.3
Junín	3 325.0	3 251.9	3 083.1	3 140.8	2 912.7	3 017.7	3 515.5	3 607.1	3 630.8	3 574.4	3 544.3	3 687.5
La Libertad	3 644.9	3 713.7	3 429.9	3 560.6	3 363.1	3 900.0	3 876.0	3 850.0	4 087.0	4 066.0	4 134.9	4 223.0
Lambayeque	3 145.7	3 273.4	3 138.8	3 776.8	3 786.6	3 862.0	4 114.2	4 575.1	4 740.1	4 508.7	4 662.9	4 770.5
Lima	20 749.0	22 067.9	28 568.3	27 572.9	27 775.1	28 107.7	28 678.8	29 695.9	30 787.6	30 529.7	31 808.6	31 115.1
Loreto	71.5	79.6	98.6	71.3	71.4	78.0	72.2	72.4	83.2	66.7	78.1	92.7
Madre de Dios	207.2	240.6	277.6	270.1	270.0	359.1	513.4	514.4	572.2	620.0	741.0	787.5
Moquegua	1 570.2	1 515.7	1 228.4	1 197.3	1 226.1	1 224.7	1 426.0	1 451.8	1 433.1	1 536.3	1 587.3	1 412.2
Pasco	699.8	727.2	798.5	765.7	755.5	824.6	1 462.4	1 374.6	1 478.4	1 475.0	1 377.9	1 259.9
Piura	3 587.1	3 678.4	2 804.8	3 970.1	3 940.2	4 196.9	4 016.2	4 092.3	4 299.1	4 206.0	2 560.0	2 597.2
Puno	1 589.0	1 593.6	1 724.4	1 781.0	2 008.9	2 200.5	2 213.8	2 211.2	2 535.6	2 745.5	2 847.9	2 806.1
San Martín	369.9	332.2	302.8	365.8	385.9	498.0	548.6	592.0	665.2	673.9	704.1	720.3
Tacna	1 705.5	1 747.1	1 715.2	1 649.7	1 618.0	1 881.8	2 238.5	2 401.1	2 568.4	2 690.1	2 740.1	2 547.2
Tumbes	754.3	901.3	761.6	901.7	795.7	809.3	789.2	775.0	861.4	861.9	966.7	1000.8
Ucayali	369.3	331.3	333.8	318.7	301.8	308.9	347.9	355.5	469.9	353.5	312.2	416.9

Nota: La información mostrada para el Tráfico de Pasajeros en el Transporte Interprovincial, es una estimación considerando la oferta y demanda del parque automotor autorizado y operativo - Resultados de la Encuesta Económica Anual. A partir del año 2009, se está incluyendo información del transporte regular intradepartamental (Región Lima).

Elaboración: MTC - OGPP - Oficina de Estadística

Tabla 3. Transporte de pasajeros en el transporte interprovincial

(Miles de pasajeros)										
ESTRATO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL	64 996,4	69 958,0	70 377,9	70 183,0	72 543,2	75 630,3	79 065,3	83 144,0	83 299,6	84 195,1
NORTE ¹	16 432,5	14 922,3	16 983,2	16 976,4	18 098,4	18 368,8	19 521,3	20 221,8	19 979,0	19 855,2
CENTRO ²	12 759,8	12 461,2	11 946,0	11 572,5	11 748,8	11 922,4	12 334,1	13 384,4	13 227,5	12 257,3
SUR ³	13 736,2	14 006,2	13 875,8	14 452,9	14 588,3	16 660,3	17 514,1	18 750,1	19 563,5	20 274,0
LIMA ⁴	22 067,9	28 568,3	27 572,9	27 829,2	28 107,7	28 678,8	29 695,9	30 787,7	30 529,6	31 808,6

Nota: La información mostrada para el tráfico de pasajeros en el transporte Interprovincial, es una estimación considerando la oferta y demanda del parque automotor autorizado y operativo - Resultados de la Encuesta Económica Anual. A partir del año 2009, se está incluyendo información del transporte regular Intradepartamental (Región Lima).

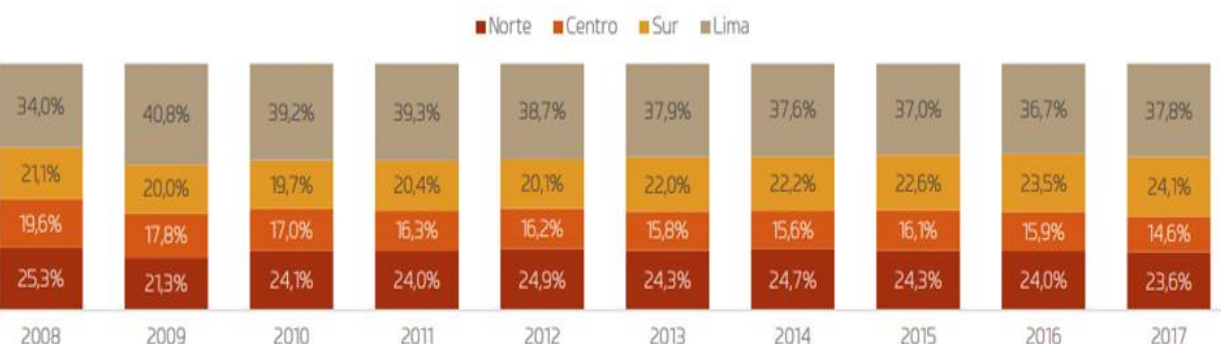
1/ La Zona Norte incluye a los departamentos de Amazonas, Ancash, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, Loreto, San Martín y Tumbes.

2/ La Zona Centro incluye a los departamentos de Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, Pasco y Ucayali.

3/ La Zona Sur incluye a los departamentos de Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna.

4/ La Zona Lima incluye al departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao.

Elaboración: MTC - OGPP - Oficina de Estadística



Nota: La información mostrada para el tráfico de pasajeros en el transporte Interprovincial, es una estimación considerando la oferta y demanda del parque automotor autorizado y operativo - Resultados de la Encuesta Económica Anual. A partir del año 2009, se está incluyendo información del transporte regular Intradepartamental (Región Lima).

Elaboración: MTC - OGPP - Oficina de Estadística

Fuente: Anuario Estadístico MTC

Entre enero y diciembre del año 2018, se aprecia que 84,9 millones de personas se movilizaron en el transporte terrestre por carretera en el territorio nacional, a través del servicio regular. Se divide el país en cuatro zonas: Norte, Centro, Sur y Lima y se observa que del total de pasajeros movilizados en el periodo 2007–2018, se estima que un 24,5 % se movilizó dentro de los departamentos ubicados en el norte del Perú; el 21,3 %, los departamentos del sur; el 17,4 %, los del centro y el 36,9 %, el departamento de Lima.

El traslado de personas en el servicio regular de transporte terrestre por carretera entre enero a diciembre de 2018 fue de 84,9 millones, superior al del año 2007 en 32,1% (63,1 millones). Al dividir el territorio nacional en cuatro zonas: Norte, Centro, Sur y Lima, se observó que del total de personas movilizadas en el periodo 2007 - 2016, en promedio un 24,2% se movilizó teniendo como destino los departamentos ubicados en el norte del Perú, el 21,4% los departamentos del sur, el 17,0% los departamentos del centro y el 37,4% el departamento de Lima.

Ilustración 9. El traslado de personas en el servicio regular de transporte terrestre por carretera entre enero a diciembre de 2018

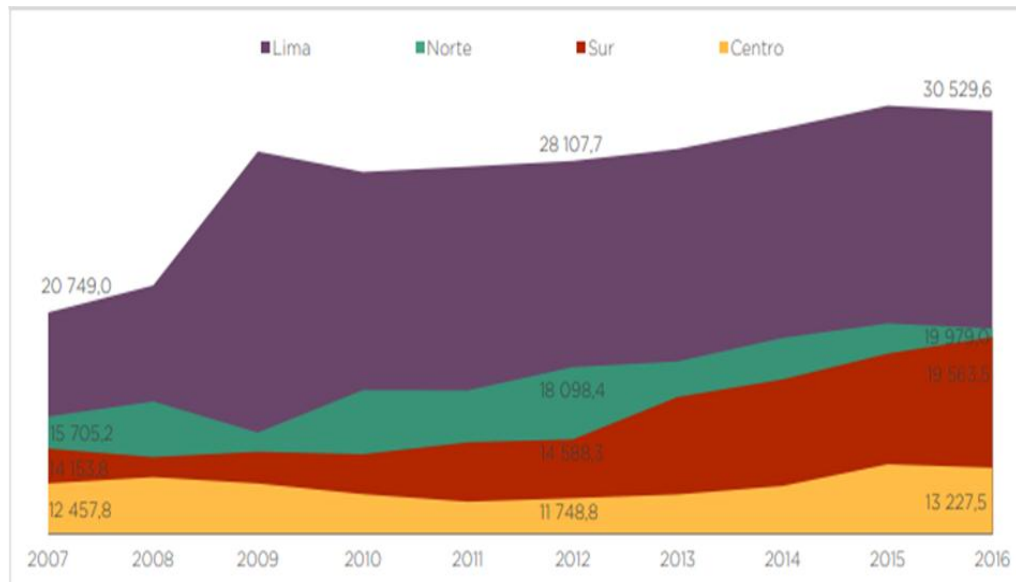
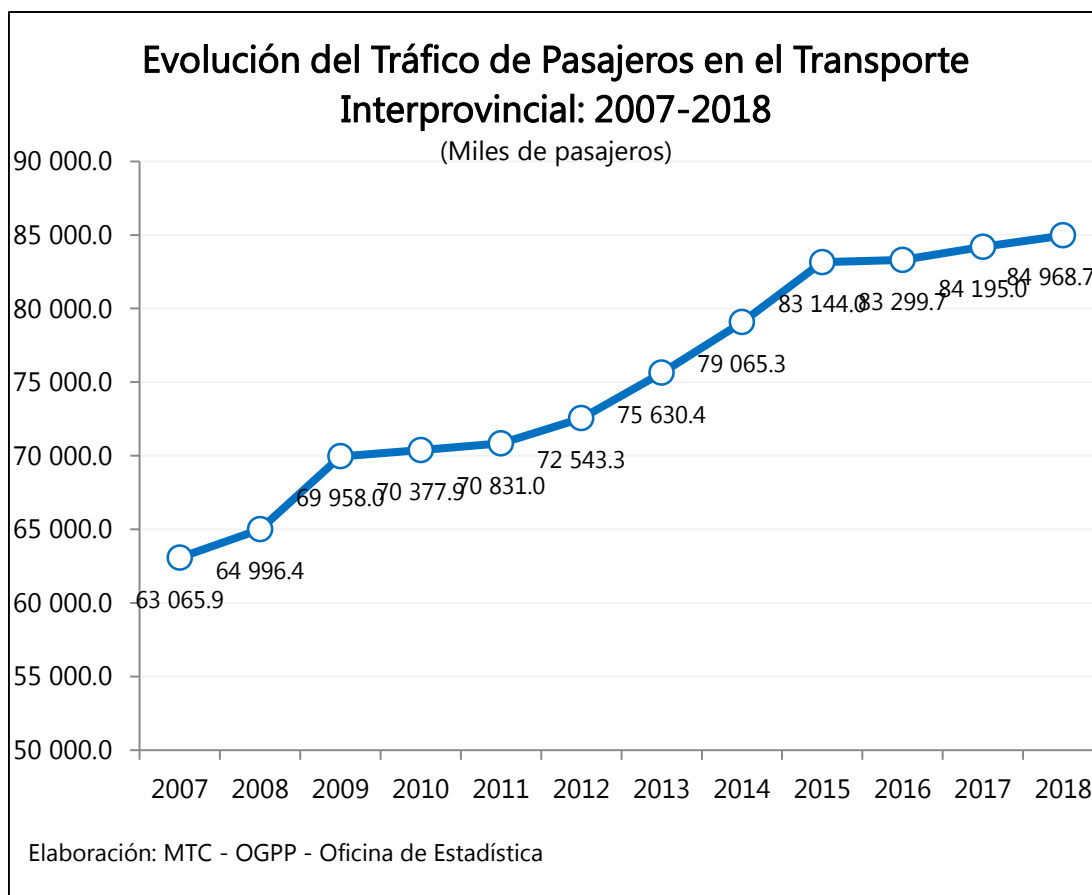


Ilustración 10. Evolución del tráfico de Pasajeros en el Transporte Interprovincial: 2007-2018



Accidentes en los últimos 5 años

Si bien en el Perú son innumerables los casos de accidentes causados por negligencia o no de los servicios de transporte, podemos comparar el crecimiento o disminución de estos, gracias al Índice de Participación en Accidentes (IPA) de Tránsito que es el fruto de la conjugación de diversas variables, este índice es desarrollado por la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN), nos muestra la probabilidad de sufrir accidentes y sobre controles internos, de las mejoras de sus procedimientos y el manejo empresarial, que permitan minimizar los riesgos de accidentes y brindar servicios de transporte seguros y de garantía, en beneficio de sus clientes, los usuarios de las vías nacionales y sus propias entidades.

El Ranking o IPA, es elaborado tomando en cuenta el número de accidentes con consecuencias fatales en los que ha participado la empresa, la cantidad de muertos y

heridos, y la flota vehicular autorizada para el transporte interprovincial con que cuenta la empresa

A continuación detallaremos los factores asociados para el cálculo del IPA, donde:

A = cantidad de accidentes

M = Número de personas fallecidas

H = Heridos

F = Flota de vehículos habilitados

Fuente: Directiva N° 002-2005-MTC/15, resolución directoral N°6253-2005-MTC/15

Ilustración 11. Vehículo accidentado

Primero mostraremos la información de los años 2013, 2014 ,2015 ,2016 y 2017 respectivamente, con el fin de desarrollar un análisis inferencial y comparativo entre el número de accidentes a nivel de IPA y a nivel de muertes y heridos. Es importante mencionar que los accidentes y sus probabilidades son referenciales.



(Ver anexo n°3)

2.5.2 Microentorno

Aspectos geográficos

Para el estudio de este plan de negocio se tiene contemplado el desarrollo del servicio hacia Lima y poblaciones de los diversos departamentos del país, que utilizan el transporte terrestre donde se han ubicado importantes empresas.

Dichas poblaciones que emigran a la capital y viceversa son:

Tumbes, Piura, Amazonas, Cajamarca, Lambayeque, La libertad, Áncash, Huánuco, Cerro de Pasco, Junín ,Huancavelica, Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna, Puno, Cusco y otros departamentos.

- Tendencias de consumo y socioculturales

Como he mencionado anteriormente este tipo de servicios ya existe dentro del país, sin embargo la informalidad del servicio ha venido creciendo de forma acelerada en el mercado afectando aspectos de vital importancia como la seguridad y confianza a la hora de transportarse así como cada vez la decreciente calidad en la prestación del servicio.

En el mercado peruano encontramos para la oferta de este servicio vehículos con tecnología avanzada y con un alto componente de seguridad y confort, adicionalmente se ofrece la colocación del servicio con personal altamente calificado los cuales marcarían la diferencia con el servicio público tradicional.

Aspecto legal

Constitución Política del Perú

Artículo 61° El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y , en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirecta, por parte del Estado ni de particulares.

Artículo 62° La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. Los conflictos derivados de la relación contractual sólo se solucionan en la vía arbitral o en la judicial, según los mecanismos de protección previstos en el contrato o contemplados en la ley.

Mediante contratos-ley, el Estado puede establecer garantías y otorgar seguridades. No pueden ser modificados legislativamente, sin perjuicio de la protección a que se refiere al párrafo precedente.

Artículo 63° La inversión nacional y la extranjera se sujetan a las mismas condiciones. La producción de bienes y servicios y el comercio exterior son libres.

Si otro país o países adoptan medidas proteccionistas o discriminatorias que perjudiquen el interés nacional, el Estado puede, en defensa de éste, adoptar medidas análogas.

Tercerización

Ley que regula los servicios de tercerización. Ley N° 29245 (24.06.2008)

Decreto Legislativo que precisa los alcances de la Ley N° 29245, ley que regula los servicios de tercerización.

Decreto Legislativo N° 1038 (25.06.2008)

Aprueban el reglamento de la Ley N° 29245 y del Decreto Legislativo N° 1038, que regulan los servicios de tercerización.

Decreto Supremo N° 006 – 2008 – TR (12.09.2008).

Además, se ha tomado en cuenta el marco de la Ley general del transporte N° 27181 que la comento líneas abajo, así como el Reglamento General de transporte terrestre interprovincial y la ley de Seguridad ciudadana.

Asimismo, la comento por su relación la ley 29783, ley de seguridad y salud en el trabajo, esta norma tiene por objetivo promover una cultura de prevención de riesgos laborales en el país. La previsión de riesgos por parte de los empleadores, la fiscalización y el control del estado y la participación de los trabajadores en la promoción, la difusión y cumplimiento de las normas vigentes se logra tomando en cuenta su cumplimiento.

Ley general del transporte

Artículo 2.- De las definiciones Para efectos de la aplicación de la presente Ley, entiéndase por:

a) Transporte Terrestre: desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías.

- b) Servicio de Transporte: actividad económica que provee los medios para realizar el Transporte Terrestre. No incluye la explotación de infraestructura de transporte de uso público.
- c) Tránsito Terrestre: conjunto de desplazamientos de personas y vehículos en las vías terrestres que obedecen a las reglas determinadas en la presente Ley y sus reglamentos que lo orientan y lo ordenan.
- d) Vías Terrestres: infraestructura terrestre que sirve al transporte de vehículos, ferrocarriles y personas.
- e) Servicio complementario: actividad debidamente autorizada por la autoridad competente, necesaria para la realización de las actividades relacionadas con el transporte y tránsito terrestre.”

(*) Literal incorporado por el Artículo Único de la Ley N° 29937, publicada el 21 noviembre 2012.

Artículo 3.- Del objetivo de la acción estatal La acción estatal

En materia de transporte y tránsito terrestre se orienta a la satisfacción de las necesidades de los usuarios y al resguardo de sus condiciones de seguridad y salud, así como a la protección del ambiente y la comunidad en su conjunto. CONCORDANCIAS: D.S. N° 035-2006-MTC R.D. N° 4000-2007-MTC-15 R.D. N° 4199-2008-MTC-15 (Aprueban “Directiva que establece medidas complementarias para el control y monitoreo de unidades vehiculares a través de dispositivos de ubicación de conexión inalámbrica”).

Reglamento general de Transporte Terrestre Interprovincial

Artículo 1.- Del ámbito de aplicación

1. La presente Ley establece los lineamientos generales económicos, organizacionales y reglamentarios del transporte y tránsito terrestre y rige en todo el territorio de la República.

2. No se encuentra comprendido en el ámbito de aplicación de la presente Ley, el transporte por cable, por fajas transportadoras y por ductos.

Artículo 2.- De las definiciones Para efectos de la aplicación de la presente Ley, entiéndase por:

- a) **Transporte Terrestre:** desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías.
- b) **Servicio de Transporte:** actividad económica que provee los medios para realizar el Transporte Terrestre. No incluye la explotación de infraestructura de transporte de uso público.
- c) **Tránsito Terrestre:** conjunto de desplazamientos de personas y vehículos en las vías terrestres que obedecen a las reglas determinadas en la presente Ley y sus reglamentos que lo orientan y lo ordenan.
- d) **Vías Terrestres:** infraestructura terrestre que sirve al transporte de vehículos, ferrocarriles y personas.
- e) **Servicio complementario:** actividad debidamente autorizada por la autoridad competente, necesaria para la realización de las actividades relacionadas con el transporte y tránsito terrestre.

(*) (*) Literal incorporado por el Artículo Único de la Ley N° 29937, publicada el 21 noviembre 2012.

Artículo 3.- Del objetivo de la acción estatal

La acción estatal en materia de transporte y tránsito terrestre se orienta a la satisfacción de las necesidades de los usuarios y al resguardo de sus condiciones de seguridad y salud, así como a la protección del ambiente y la comunidad en su conjunto.

CONCORDANCIAS: D.S. N° 035-2006-MTC R.D. N° 4000-2007-MTC-15 R.D. N° 4199-2008-MTC-15 (Aprueban “Directiva que establece medidas complementarias para el control y monitoreo de unidades vehiculares a través de dispositivos de ubicación de conexión inalámbrica”)

Ley de seguridad ciudadana

Artículo 1°.- Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades, garantizar la seguridad, la paz, la tranquilidad, el cumplimiento y el respeto de las garantías individuales y sociales a nivel nacional. Comprende a las personas naturales y jurídicas, sin excepción, que conforman la nación peruana.

Artículo 2°.- Seguridad Ciudadana

Se entiende por seguridad ciudadana, para efectos de esta Ley, a la acción integrada que desarrolla el Estado, con la colaboración de la ciudadanía, destinada a asegurar su convivencia pacífica, la erradicación de la violencia y la utilización pacífica, la erradicación de la violencia y la utilización pacífica de las vías y espacios públicos. Del mismo modo, contribuir a la prevención de la comisión de delitos y faltas.

CAPITULO II .Creación y Finalidad del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana

Artículo 3°.- Creación y Finalidad del Sistema

Crease el Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana (SINASEC), que tiene por objeto coordinar eficazmente la acción del Estado y promover la participación ciudadana para garantizar una situación de paz social.

Artículo 4°.- Componentes del Sistema

Son instancias integrantes del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana las siguientes: a. Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana, cuenta con una Secretaria Técnica. b. Comités Regionales de Seguridad Ciudadana. c. Comités Provinciales de Seguridad Ciudadana. d. Comités Distritales de Seguridad Ciudadana.

Reglamento general de transporte Terrestre Interprovincial

Artículo 1.- Del ámbito de aplicación

La presente Ley establece los lineamientos generales económicos, organizacionales y reglamentarios del transporte y tránsito terrestre y rige en todo el territorio de la República.

No se encuentra comprendido en el ámbito de aplicación de la presente Ley, el transporte por cable, por fajas transportadoras y productos.

Artículo 2.- De las definiciones Para efectos de la aplicación de la presente Ley, entiéndase por:

- a) Transporte Terrestre: desplazamiento en vías terrestres de personas y mercancías.
- b) Servicio de Transporte: actividad económica que provee los medios para realizar el Transporte Terrestre. No incluye la explotación de infraestructura de transporte de uso público.
- c) Tránsito Terrestre: conjunto de desplazamientos de personas y vehículos en las vías terrestres que obedecen a las reglas determinadas en la presente Ley y sus reglamentos que lo orientan y lo ordenan.
- d) Vías Terrestres: infraestructura terrestre que sirve al transporte de vehículos, ferrocarriles y personas.
- e) Servicio complementario: actividad debidamente autorizada por la autoridad competente, necesaria para la realización de las actividades relacionadas con el transporte y tránsito terrestre.”

Artículo 3.- Del objetivo de la acción estatal La acción estatal

En materia de transporte y tránsito terrestre se orienta a la satisfacción de las necesidades de los usuarios y al resguardo de sus condiciones de seguridad y salud, así como a la protección del ambiente y la comunidad en su conjunto.

Ley de Seguridad Ciudadana

Artículo 1º.- Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades, garantizar la seguridad, paz, tranquilidad, el cumplimiento y respeto de las garantías individuales y sociales a nivel nacional. Comprende a las personas naturales y jurídicas, sin excepción, que conforman la Nación Peruana.

Artículo 2º.- Seguridad Ciudadana

Se entiende por Seguridad Ciudadana, para efectos de esta Ley, a la acción integrada que desarrolla el Estado, con la colaboración de la ciudadanía, destinada a asegurar su convivencia pacífica, la erradicación de la violencia y la utilización pacífica, la erradicación de la violencia y la utilización pacífica de las vías y espacios públicos. Del mismo modo, contribuir a la prevención de la comisión de delitos y faltas.

Artículo 3º.- Creación y Finalidad del Sistema

Crease el Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana (Sinasec), que tiene por objeto coordinar eficazmente la acción del Estado y promover la participación ciudadana para garantizar una situación de paz social.

Artículo 4°.- Componentes del Sistema

Son instancias integrantes del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana las siguientes: a. Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana, cuenta con una Secretaria Técnica. b. Comités Regionales de Seguridad Ciudadana. c. Comités Provinciales de Seguridad Ciudadana.

Aspecto Político Nacional del Medio Ambiente

La política nacional del medioambiente como herramienta del proceso estratégico de desarrollo del País constituye la base para la conservación del medio ambiente de modo tal que se propicie y asegure el uso sostenible, responsable, racional y ético de los recursos naturales y del medio ambiente que sustenta para contribuir el desarrollo integral, social, económico y cultural del ser humano en permanente armonía con su entorno.

Buscaremos la implementación de combustibles alternos a la gasolina ó petróleo, adquiriendo unidades vehiculares que utilicen gas natural.

Las ventajas que trae la implementación de este servicio son:

- A nivel económico constituye un ahorro del 50% en dinero, el motor sufre menos debido a la pureza del gas contra las impurezas de la gasolina, lo que ocasiona un cambio de aceite de motor menos frecuente que en el uso tradicional, este cambio se realiza aproximadamente cada 7,000 km.
- A nivel ambiental el gas natural no contamina el medio ambiente.

2.5.3 Perfil de la Empresa

La historia de GNH – Tours S.A inicia hace más de 30 años en Rodríguez de Mendoza, provincia de Amazonas, donde la familia Mateus se dedicaba al comercio y traslado de carga con una furgoneta de 3 ruedas y camiones que realizaban la ruta R. de Mendoza – Chachapoyas.

El primer minibús de la empresa fue un Toyota Hiace de 15 pasajeros que tuvo que ser trasladado a Lima dadas las malas condiciones de los caminos en Amazonas. En Lima formaron parte de Etramusa, recorriendo con 4 vehículos la ruta Javier Prado – La Marina. GNH – Tours S.A nace en 1988 cuando se decide realizar servicios turísticos con estas 4 unidades y 2 buses totalmente equipados adquiridos gracias a un crédito brindado por el Sr. Joaquín Ormeño. (Concesionarios de buses)

A inicios de los 90 el sector turístico se vio afectado por el terrorismo y el cólera, lo que motivó a buscar otras alternativas de negocio. Así se inició el servicio interprovincial hacia Huaraz, convirtiéndose en la primera empresa en ofrecer servicio a bordo con buses con aire acondicionado y baño.

Con los años la flota y las concesiones fueron aumentando. En 1997 se apertura el servicio de carga a nuestros destinos. Más adelante se firman contratos de exclusividad con agencias de turismo, se realizan los primeros contratos de transporte de personal con empresas como Minera Barrick y Lan.

Hoy el Grupo GNH – Tours S.A cuenta con 80 unidades de negocio, una flota de más de 90 unidades terrestres entre vans, buses, camiones.

Clientes o Usuarios del servicio

Los usuarios reales son todos los pasajeros hombres, mujeres y niños que forman parte de la sociedad peruana y turistas extranjeros de paso por el País que tienden a movilizarse por diversos motivos a la capital y viceversa y que deben tener la seguridad y la calidad en el servicio a un precio razonable.

Los pasajeros clientes son la razón de ser de una empresa ya sea pública o privada valiéndose de los servicios de seguridad y calidad se logrará incrementar el número de nuevos clientes.

Aspectos Operativos y Procesos del Servicio

Actualmente la empresa oferta sus servicios en la ruta Cajamarca, Chepen, Pacamayo, Chiclayo, Trujillo, Chimbote, Máncora, Sullana, Talará, Tumbes, Lima y viceversa. Transportando pasajeros de los terminales correspondientes hacia Lima o de Lima hacia provincias. Las unidades vehiculares son de última generación y ecológicos que no afectan el medio ambiente, y cuentan con mantenimiento continuo y permanente en cada uno de los terminales.

La responsabilidad de la empresa alcanza de terminal a terminal, el presente trabajo sugiere la implementación de un servicio de puerta a puerta que consiste en recojo del pasajero de su domicilio de origen hasta su domicilio o lugar de destino que el usuario solicite, dando la garantía de seguridad y la calidad del servicio mejorado.

2.6 Perfil de la empresa

- GNH-TOURS S.A. se fundó hace más de 30 años, empezando sus operaciones en el año 1988 y de las características que marcaron el rumbo de la empresa se destacan la innovación entrante en todos sus ámbitos, la calidad de atención y la inversión permanente en garantizar la seguridad de sus pasajeros, a través de la mayor tecnología y la flota moderna respaldados por las marcas, SCANIA, MERCEDEZ, VOLVO, carrocerías MARCOPOLO, INIZAR Y COMIC.
- GNH-Tours S.A. es la empresa que mejora continuamente sus servicios, contando con tecnología moderna como GPS y otros, mucho antes que la ley obligara a todas las empresas formales a hacer lo mismo

Análisis Interno

Visión

Constituirnos en la empresa líder en el mercado de transporte y logística desarrollando nuestros recursos humanos y técnicos para alcanzar un alto estándar y diferenciación en los servicios que brindamos a nuestros usuarios.

Misión

Prestamos servicios de transporte y logística como operadores integrales atendiendo el mercado zonal norte a través del desarrollo de servicios de calidad, proporcionando soluciones globales y a la medida de las necesidades de nuestros usuarios.

Valores de la Empresa

Los valores constituyen una parte esencial de toda cultura empresarial ya que aportan un sentido de dirección común a todas las personas que componen la empresa y líneas directrices de comportamiento y actitud ante su labor diaria. Los valores en los que se participa definen el carácter fundamental de la organización, crean un sentido de identidad en ella, propician la cohesión, y desarrollan una filosofía de gestión diferenciada.

- Orientación al Cliente
- Contribución a la sociedad
- Innovación permanente

- Compromiso con la calidad
- Desarrollo del capital humano

Valores organizacionales:

Respeto

Reconocer en nuestros usuarios la dignidad y el valor innato de cada persona, con todas sus potencialidades, en su proceso informativo y madurativo. Incentivar esta manera de relacionamiento entre ellos. Concebirlos como sujetos de derechos económicos, sociales y culturales plenos.

Solidaridad

Identificar a la solidaridad de nuestros usuarios como eje rector de todas las acciones que desarrollamos y como una forma de concebir el mundo. Estimular los lazos solidarios de las problemáticas familiares y sociales.

Identidad

Sentir orgullo de quiénes somos. Valorizar nuestra cultura nacional y latinoamericana. Propiciar la expresión de aquello que no es genuino y nos pertenece a través de las múltiples disciplinas del arte y costumbres.

Procesos administrativos

Capacitaciones

Los trabajadores tienen una capacitación constante en la empresa, para poder dar la mejor atención a nuestros clientes, y puedan tener responsabilidad de todos los que promovemos la colaboración, el trabajo en conjunto y la integración entre las diferentes áreas para asegurar mejores resultados.

Se busca que los intereses personales del trabajador y de nuestros socios sean congruentes con los de la organización a través de la capacitación constante, mejores condiciones de trabajo y línea de carrera.

Supervisión al trabajador a borde

Haciendo una supervisión no avisada viajando como pasajero sin que el empleado se dé cuenta que hay una supervisión por parte de los jefes de área de servicio a bordo esto es para saber cómo brinda el servicio el tripulante. Los colaboradores tienen en cuenta que su evalúa la eficiencia y la productividad.

Capacitación de primero auxilios

En la mayoría de las empresas de transporte se tienen la obligación de saber actuar ante un accidente ya sea viales o dentro del bus. Los buses de la empresa cuentan con botiquín, extintor, soga y linterna, además que los colaboradores cuenta con constante capacitación para actuar cuando algún pasajero tenga un problema de salud.

Buen servicio a bordo

Todas las actividades que se realizan en la empresa tienen por finalidad lograr un eficiente servicio. El trabajo se debe planificar y ejecutar, teniendo en cuenta criterios de economía y seguridad para una atención oportuna y eficiente según los requerimientos del servicio. El desarrollo de las actividades es responsabilidad de todos los que promueven la colaboración, el trabajo en conjunto y la integración entre las diferentes áreas para asegurar mejores resultado.

GNH-BUS Cargo y Encomienda

La empresa ofrece un servicio integral para el transporte de su encomienda y/o carga. Contamos con una flota de camiones de última generación, que nos permitirá llevar sus envíos de manera confiable y segura. Además, nuestras 10 agencias cubren las zonas norte del país, las cuales están perfectamente acondicionadas e interconectadas con la más alta tecnología que garantizan la calidad de nuestros servicios.

Tecnología

La empresa de servicio líder, sólida y moderna a base de su constante innovación. Actualmente la empresa cuenta con venta de pasajes por la web de la empresa, aparte cuenta con buses con wifi y streaming. Los buses cuentan con GPS en todo el trayecto del

viaje. Pantallas individuales extragrandes. Cuenta con buses que tienen calefacción y aire acondicionado.

Objetivos Empresariales

Mejorar los procesos, sistemas y medios para adelantarnos a las expectativas de nuestros usuarios.

Pensar en el cliente como el centro y motivo de nuestros negocios: sus reclamos son vistos como una oportunidad de mejora, sus consultas y sugerencias como posibilidades de nuevos negocios.

Capacitar de forma permanente y sostenida a las personas que conforman la organización, mejorando sus competencias y logrando favorecer el crecimiento profesional que nuestros clientes esperan.

Proveedores

La adquisición de unidades vehiculares o empresas organizadas que opten por este servicio se encuentran disponibles en el mercado del transporte, siendo las principales las siguientes:

Empresa proveedoras de unidades nuevas para compra:

- Scania
- Volvo
- Chevrolet
- Hyundai

Empresas Proveedoras de servicios Outsourcing de transportes locales.

- A&E Transporte
- A & V Tour Transporte y Turismo
- A & A Ali Tour Perú Transporte Ejecutivo

Competidores en el Sector.

La competencia está conformada por la gran cantidad de empresas de transporte interprovincial de pasajeros que ofrecen servicios pero que no ofrecen un servicio

organizado que ofrezca seguridad y calidad para el usuario, entre las principales empresas del sector de competencia mencionamos las siguientes:

- 1. Oltursa:** “Oltursa es una de las líneas más importantes de Perú con cobertura en casi todo el país. Dispone de varios tipos de servicios para que los pasajeros elijan el más apropiado para su comodidad. Cuenta con servicios de distribución de mercaderías mediante la empresa filial Oltursa Cargo, que además ofrece servicios de carga en general.

Ilustración 12. Empresa filial Oltursa



Esta línea de pasajeros tiene una larga trayectoria en Perú, habiendo sido fundada en el año 1981. Ha sido pionera en utilizar autobuses de lujo de dos pisos con asientos tipo cama. También en acondicionar todos sus buses con rastreo GPS y diversas comodidades”. (BUSCO BUS)

- 1. Civa:** “Civa cuenta con una gran cobertura en todo el territorio nacional, con abundantes destinos en la zona Norte del país, ya que fue fundada en el departamento de Piura. Sus orígenes se remontan al año de 1971, inicialmente como empresa de mensajería.

Ilustración 13. Empresa Civa



A lo largo de su historia han sido pioneros en el transporte de pasajeros en Perú. En 1995 por brindar servicios de alimentos a bordo y en el 2008 por sus asientos tipo cama de 180 grados.”

- 2. Tepsa:** “Tepsa es una línea de transporte de pasajeros que tiene una gran tradición en Perú. Comenzó operaciones en el año 1953. Actualmente cubre la

mayor parte del país de Norte a Sur, con autobuses de 1 y 2 pisos y diversas comodidades.

Ilustración 14. Empresa Tepsa



Durante toda su historia también ha incursionado en los viajes a otros países, que incluyen ciudades importantes en Chile, Ecuador y Colombia.”

3. Ittsa: “Ittsa es una empresa de transporte de pasajeros que fue fundada en Trujillo en 1992. Actualmente tiene cobertura en diversos destinos en la parte Norte del País, además de la ciudad de Lima. Cuenta con servicios adicionales de Cargo para llevar mensajería a las mismas ciudades.

Ilustración 15. Empresa Ittsa



La flota de Ittsa está integrada por buses de doble piso con diversos servicios que incluyen comodidades de lujo y tipo ejecutivo.”

4. Perú Bus: “Perú Bus es una empresa del Grupo Soyuz, que se dedica al transporte de pasajeros entre la ciudad de Lima y Chíncha en Cusco. Dispone de servicios más rápidos que los de su filial, con menor número de paradas a lo largo del camino. Adicionalmente cuenta con servicios de encomiendas.”

Ilustración 16. Empresa PerúBus



5. Transportes Flores: “Transportes Flores es una empresa dedicada a llevar pasajeros a diversas partes del país, desde 1970. Sus orígenes están en Tacna, por lo que inicialmente hacía recorridos entre las provincias del Sur. Actualmente cuenta con una cobertura más amplia hasta las ciudades más importantes del Norte de Perú. La empresa dispone de renta de buses para servicios turísticos, además de encomiendas.”

Ilustración 17. Empresa Transportes Flores



6. Cruz del Sur S.A.C.: La empresa a cruz del sur se constituyó en julio de 1960 en la ciudad de Arequipa, en la actualidad esta empresa de transporte es reconocida como la líder en el mercado peruano, esto se debe a la continua innovación, es actualmente una de las empresas líderes en el rubro de transporte interprovincial de pasajeros en el Perú contando con más de 54 años de experiencia en el mercado.

Responsabilidad social

Porque creemos que el éxito empresarial debe caminar en paralelo al progreso social en GNH – Tours tenemos un compromiso firme y voluntario con nuestra la sociedad.

Por ello, nuestro modelo de gestión incluye el apoyo a organizaciones sin fines de lucro como Techo Perú, Voluntades, Teletón, entre otras.

Ilustración 18. Organizaciones sin fines de lucro



2.6.1 Análisis interno de GNH -Tours S.A.

Foda de la empresa GNH - Tours S.A.

Debilidades

- Los trabajadores no realizan su trabajo en algunos casos según las normas de la empresa.
- Periodos ocasionales por la alta demanda no se satisface a los clientes
- Durante el viaje la empresa tiene la responsabilidad de dar seguridad a sus pasajeros sin asaltos o accidentes, sin embargo, es la seguridad que no se puede certificar.
- Al no cumplir las expectativas el cliente se genera noticia negativa para la empresa.
- No hay un sistema de seguridad post servicio a los pasajeros.
- Baja inversión a investigación seguridad y derecho del transporte.
- La falta de un terminal terrestre moderno para dar un mejor servicio a los clientes.
- Los buses llegan retrasados, debido al tráfico de algunas ciudades de nuestro país, en especial en lima.
- Similitud de servicios o aun mejores de las que cuenta la empresa a comparación de mas empresas de transporte
- Servicio insatisfecho
- Alta rotación de personal.
- Falta de un ambiente de mantenimiento para trasladar peofuctos perecibles.
- Necesidad de clientes en transporte seguro.
- Que por su demanda no satisfaga a todos sus clientes
- En sus buses no encuentran piezas para el mantenimiento adecuado.
- Durante su viaje tienen la responsabilidad de dar seguridad a sus pasajeros sin asaltos o accidentes durante el viaje.

Amenazas

- La alta competencia por las empresas prestadoras de este servicio como: cruz del sur , Flores , CIVA , Línea , TEPSA y otros más.
- Tener accidentes, robos, secuestros en el transcurso de llevar a sus pasajeros a su destino.
- Los accidentes de tránsito durante el viaje.
- El precio del pasaje de los clientes varía en el costo del combustible necesario.
- Aparición de nuevos competidores al mercado
- Posible pérdida del prestigio y preferencia por parte de los usuarios

- Incertidumbre reflejada en los clientes por su seguridad y el medio ambiente.
- El aumento en cobro de peaje
- Empresas de transporte informal con mayor demanda por parte de la población debido a que en nuestro país donde la cultura de la calidad y respeto a los consumidores (por parte de ellos mismos y de las empresas ofertantes) no es algo muy común.
- Huelgas y bloqueos de carreteras
- Aumento de precios en los pasajes aéreos en destinos nacionales
- Elevado impuesto selectivo al consumo (ISC) al combustible, hará incrementar nuestros costos.
- Aumento de combustible que afecta el precio de venta de pasajes.
- Paros de transportistas informales
- Acontecimientos de desastres naturales
- Otras empresas de transporte terrestre adquieren buses de calidad
- Promociones continuas de los competidores.
- La competencia transportes: ORTURSA, CIVA, LÍNEA, TEPSA y otros.
- Tener accidentes, robos y secuestros en el trascurso de llevar sus pasajeros al destino.
- Los accidentes de tránsito durante el viaje.
- El precio del pasaje a los clientes, varié con el costo del combustible necesario.
- La competencia con otras entidades de buses.
- Robos y asaltos en medio viaje
- Competidores informales que ofrecen precios más bajos.
- Los fenómenos naturales que impidan la actividad normal de la empresa
- El mal estado de las pistas.

Fortalezas

- La empresa capacita permanentemente y sostenidamente a las personas que conforman la organización.
- Cuenta con amplia y moderna cadena de agencias en su recorrido, que son puntos de venta a nivel del sector norte que garantizan el servicio, seguridad y comodidad a los pasajeros.

- Considerar al cliente como el centro y motivo de nuestro negocio.
- Motivación en la economización interna fluida a fin de trabajar en conjunto e involucrar los objetivos personales en el propósito de crecimiento de la empresa.
- Se promueve la difusión permanente de las actividades de la empresa sus metas, logros y también los errores en el propósito de corregir y mejorar al trabajo en equipo y la identificación del trabajador con la empresa.
- Amplia red de destinos
- Cuenta con la certificación ISO 9001:2008
- Flota moderna y bien equipada
- Tenemos una presencia líder en américa del sur.
- Modelo de negocio “low cost” en operaciones nacionales.
- Alianzas estratégicas con marcas globales bien posicionadas.
- La empresa cuenta con una flota de buses modernos
- Los choferes son altamente profesionales contando con una experiencia de 15 años manejando en las rutas de nuestro país
- Cuenta con una ampliación móvil para información y compras de los pasajes
- Es la única empresa en el país que hace venta de pasajes mediante whatsapp
- Brinda capacitaciones en temas de seguridad a sus colaboradores.
- Variedad alimentaria en el servicio al usuario o cliente.
- Red inalámbrica wifi en los buses
- Adecuada infraestructura en sus terminales (Av. Javier Prado).
- Promociones y descuentos que ofrece la empresa a distintos lugares mediante un precio accesible al cliente.
- Capacidad de poder calificar a través de encuestas sobre el trato brindado durante el viaje.
- Atención al cliente a través de la tecnología: Whatsapp
- Considerar el cliente como el centro y motivo de nuestros negocios.
- Capacitar en forma permanente y sostenida a las personas que conforman la organización.
- Su propósito es atender las necesidades de transportes de personas.
- Todos los buses cuentan con gps incorporado.
- Experiencia profesional de sus choferes.
- Constante promociones y descuentos que ofrece la entidad.

- Gran variedad de almuerzos para la mayoría de gustos que tengan los clientes.
- Capacidad de poder calificar a través de encuestas sobre el trato brindado durante el viaje.

Oportunidades

- El éxito es el resultado de una constante innovación, planeamiento, cantidad y desarrollo.
- El prestigio por su arduo trabajo de servir a su cliente.
- Ofrece promociones extraordinarias a sus clientes.
- G.R Bus tiene un moderno servicio tecnológico en el viaje, lo que es la demanda en pasajes y otros servicios.
- Apertura económica que permite exportar e importar en pocas barreras.
- Crecimiento del consumo privado y la demanda.
- Mercado de más de 31 millones de habitantes.
- Nuevas rutas.
- Mayor cantidad de pasajeros en temporadas altas.
- El internet como medio de compra de pasajes online.
- Facilidad de ingreso a otras rutas.
- Implementar la capacidad de cargar en los buses.
- Ofertar pasajes por medios de comunicación ATL.
- Mala imagen que generan algunas empresas de la competencia.
- Reducir los costos de carga
- Incorporación de nuevos horarios
- Modelos de bajo costo en pasajes y encomiendas
- Reducción de tarifas en temporadas de menor afluencia
- Acceso a mayor número de rutas.
- Fomentar promociones y descuentos entre los clientes.
- Invertir en proyectos de investigación
- Fidelizar a los clientes
- Mantener y desarrollar alianzas estratégicas con otras empresas.
- Modelo de bajo costo en pasajes nacionales de corta distancia
- Acceso a un mayor número de rutas
- Reducción de tarifas en temporadas de menor afluencia.

- Creación de la clase Premium business.
- Crecimiento del sector del turismo en nuestro país por parte de los millennials.
- Aumento de salario mínimo.
- Se proyecta un crecimiento del turismo por parte de personas del extranjero en 20% en el año 2019, debido a eventos deportivos.
- Crecimiento de la población
- Aumento de salario mínimo.
- Aumento de la demanda de pasajes por turismo.
- Debido a moderno de sus buses, gran demanda en la compra de pasajes y otros servicios.
- El prestigio por su arduo trabajo de servir a su cliente.
- Ofrece paquetes de promociones diversos a sus clientes.
- Cuenta con un servicio tecnológico moderno en viajes.
- Clase alta y turistas.
- Mala imagen que generan algunas empresas.

Análisis PESTE

Político

Huelgas y bloqueo de carreteras: Surgen por motivos de descontentos con las decisiones tomadas por los gobernantes y al mismo tiempo es un gobierno quien puede brindar una solución al problema.

Mejora en el trabajo realizado por la carretera.

Ecológico

Es una empresa que se preocupa por el medio ambiente, ya que sus buses están en constante mantenimiento, este mantenimiento no solo busca mantener limpio el ambiente sino también dar una buena imagen a sus clientes.

Social

Es considerada por sus clientes como una empresa formal y confiable ya que cuenta con medidas de seguridad necesarias, con nueva tecnología y siempre se encuentran buscando una nueva forma de hacer que los clientes se encuentren satisfechos con los servicios que se les brinda.

Tecnológico

La empresa ha optado por renovar sus flota de buses, hasta el momento han adquirido alrededor de 10 buses modernos, los cuales cuentan con alta tecnología que permita satisfacer las necesidades de los clientes reduciendo el tiempo de llegada a sus destinos y al mismo tiempo brindando un viaje más placentero y seguro.

Económico

Este es un factor considerado positivo para la empresa GNH-Bus ya que muchas personas deciden viajar en bus a distintos destinos del país, no solo por la cercanía de estos o por los paisajes que pueden ser apreciados, sino también porque es una forma de transportarse más económica que el avión.

Legal

Cuando el gobierno implantó la ley tolerancia cero se volvió un factor positivo para la empresa ya que esta demanda que las empresas de transporte (buses) estén siempre en constante mantenimiento para poder asegurar a sus clientes una buena seguridad.

Destinos

Zona Norte

- Cajamarca
- Chepén Chiclayo
- Chimbote
- Máncora
- Pacasmayo
- Sullana
- Talara
- Trujillo
- Tumbes
- Organos

2.6.2 Plan de marketing de la empresa GNH-Tours

1. SERVICIO

Premier Servicio exclusivo de asientos full flat 180°

Ilustración 19 Ruta de. GNH-Tours



Ilustración 20. Servicio disponible para rutas



Servicio disponible para rutas:

- Lima -Cajamarca - Lima
- Lima - tumbes - Lima
- Lima - Oxapampa – Lima
- Servicio con atención de tripulante a bordo de un bus de dos niveles con asientos ergonómicos cama (160°) en el 1er nivel y asientos full flat 180° en el 2do nivel. El bus cuenta con aire acondicionado, video, música, GPS satelital y servicios higiénicos.
- En el 2do nivel, los pasajeros cuentan con una pantalla individual



Alimentación a bordo:

- Cajamarca: snack y bebidas.
- tumbes: cena y desayuno.

Otros servicios:

- Almohadas en asientos full flat,

Presidencial Bus de 2 niveles de asientos cama. (160°)

Ilustración 21. Otros servicios



Servicio con atención de tripulante a bordo de un bus de dos niveles con asientos ergonómico cama (160°) en ambos niveles, aire acondicionado, vídeo, música, GPS satelital y servicios higiénicos.

Ejecutivo VIP – GNH BUS

Ilustración 22. Servicio Ejecutivo VIP – GNH BUS



Servicio con atención de tripulante a bordo con Salón Vip de asientos cama (160°) con pantallas individuales de entretenimiento y Salón Ejecutivo de asientos ergonómico semicama (140°), aire acondicionado, video, música, GPS satelital y servicios higiénicos.

Ejecutivo VIP –GNH Tours 1° piso cama | 2° piso semicama

Ilustración 23. Servicio Ejecutivo VIP –GNH Tours 1° piso cama | 2° piso semicama



Servicio con atención de tripulante a bordo de un bus de dos niveles con asientos ergonómico semicama (140°) en el 2do nivel y asientos cama (160°) en el primer nivel, aire acondicionado, video, música, GPS satelital y servicios higiénicos.

Económico

Ilustración 24 Servicio. Económico



Servicio directo con paradas autorizadas. Asientos ergonómicos, aire acondicionado, video, música, GPS satelital y servicios higiénicos.

Precios

Variables de acuerdo a la ciudad y demanda de libre mercado

Tabla 4. Estado de Situación Financiera y Estructura Financiera (2018.-2017)

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTRUCTURA FINANCIERA (2018 -2017) DE GNH TOURS S.A

GNH - BUS									
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTRUCTURA FINANCIERA									
Al 31 de diciembre de 2018 y 2017									
(Expresado en nuevos Soles)									
ACTIVO	2018	ANÁLISIS VERTICAL	2017	ANÁLISIS VERTICAL	PASIVO	2018	ANÁLISIS VERTICAL	2017	ANÁLISIS VERTICAL
	S/.	%	S/.	%		S/.	%	S/.	%
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Efectivo y Equivalente de Efectivo	3.963.402	8,71%	904.302	1,76%	Sobregiro bancario	193.955	0,43%	1.910.710	3,71%
Cuentas por cobrar comerciales	4.750.676	10,44%	6.626.234	12,88%	Remuneraciones y partic. Por pagar	1.360.154	2,99%	2.569.763	4,99%
Cuenta por cobrar a accionista	40.545	0,09%	-	-	Cuenta por pagar comerciales	8.937.931	19,64%	12.022.777	23,37%
Otras cuentas por cobrar	8.608.694	18,92%	7.321.818	14,23%	Otras cuentas por pagar	5.721.496	12,57%	4.200.517	8,16%
Anticipo a proveedores	4.153.624	9,13%	5.466.220	10,62%	Obligaciones Financieras	10.212.201	22,44%	13.744.979	26,72%
Existencias	2.592.996	5,70%	8.840.916	17,18%	Total Pasivo Corriente	26.425.737	58,07%	34.448.746	66,96%
Servicios contratados por anticipado	3.795.892	8,34%	-	-					
Total Activo Corriente	27.905.829	61,32%	29.159.490	56,68%	PASIVO NO CORRIENTE				
ACTIVO NO CORRIENTE					Otras cuentas por pagar	1.188.368	2,61%	-	-
Propiedad, planta y equipo neto	17.504.518	38,46%	22.174.798	43,10%	Obligaciones Financieras	1.776.756	3,90%	3.447.135	6,70%
Intangibles	98.592	0,22%	113.371	0,22%	Total Pasivo No Corriente	2.965.124	6,52%	3.447.135	6,70%
Total Activo No Corriente	17.603.110	38,68%	22.288.169	43,32%	TOTAL PASIVO	29.390.861	64,58%	37.895.881	73,66%
					PATRIMONIO NETO				
					Capital Social	6.687.310	14,69%	6.687.310	13,00%
					Reserva legal	1.337.459	2,94%	2.203.751	4,28%
					Otras reservas	1.130.987	2,49%	-	-
					Resultados Acumulados	4.396.022	9,66%	2.013.766	3,91%
					Resultado del Ejercicio	2.566.300	5,64%	2.646.951	5,14%
					TOTAL PATRIMONIO	16.118.078	35,42%	13.551.778	26,34%
TOTAL ACTIVO	45.508.939	100%	51.447.659	100%	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	45.508.939	100%	51.447.659	100%

Tabla 5. Estado de Resultados y Estructura Económica (2018-2017)

ESTADO DE RESULTADOS Y ESTRUCTURA ECONÓMICA (2018 -2017) DE GNH TOURS S.A

GNH – Tours S.A

GNH - BUS				
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTRUCTURA FINANCIERA				
Al 31 de diciembre de 2018 y 2017				
(Expresado en nuevos Soles)				
	S/.		S/.	
VENTAS	116.450.618		100.276.667	
(-) COSTO DE VENTAS	-38.664.685	-33,20%	-28.656.543	-28,58%
UTILIDAD BRUTA	77.785.933	66,80%	71.620.124	71,42%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-71.900.242	-61,74%	-67.193.904	-67,01%
GANANCIAS POR VENTA DE ACTIVOS	-		3.090.322	3,08%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	5.885.691	5,05%	7.516.542	7,50%
GASTOS FINANCIEROS NETO	-1.711.817	-1,47%	-1.711.817	-1,43%
INGRESOS DIVERSOS	2.591.204	2,23%	2.591.204	
RESULTADOS ANTES DE PARTICIPACIONES	6.765.078	5,81%	8.395.929	6,06%
PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	-626.683	-0,54%	-626.683	-0,51%
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	6.138.395	5,27%	7.769.246	5,55%
(-) IMPUESTO A LA RENTA	-3.572.095	-3,07%	-3.572.095	-2,91%
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	2.566.300	2,20%	4.197.151	2,64%

Tabla 6. Resumen Financiero (2018-2017)

RESUMEN FINANCIERO (2018 -2017) DE GNH TOURS S.A

RESUMEN FINANCIERO	AÑOS	
	2018	2017
INDICADORES	%	%
LIQUIDEZ CORRIENTE	0.65	0.43
LIQUIDEZ PURA	0.65	0.43
LIQUIDEZ TESORERÍA	0.15	0.03
CICLO ECONÓMICO OPERATIVO		
Ceop	0 días	0 días
PERIODO DE COBRO	0 días	0 días
PERIODO DE VENTA	0 días	0 días
PERIODO DE PAGO	274 días	66 días
ESTRUCTURA FINANCIERA O ENDEUDAMIENTO		
RE	65%	74%
IP	35%	26%
RECp	164%	254%
RELp	18%	25%
RET	182%	280%
REAf	17%	15%
RENTABILIDAD		
ROE	16%	12%
ROA	0.06%	5%
RENTABILIDAD DEL ACTIVO		
RENT.KW	10%	9%
ROE	16%	12%
MN	2%	3%
MB	67%	71%
MNOP	5%	7%
MNAI	5%	6%
EFICIENCIA	2.56	1.95
APALANCAMIENTO FINANCIERO	3	4

Estrategias a desarrollar

- Trabajo en equipo
- Respeto y buen trato
- Capacitación continua
- Puntualidad y seguridad
- Creatividad e innovación
- Solidez Moral y económica
- Compromiso con la comunidad
- ISO 39001

ISO 39001

La norma 15039001 es una norma, internacional de aplicación para entidades públicas y privadas de cualquier tamaño, sector de actividad que interactúa con el sistema vial. Esta norma identifica buenas prácticas de gestión de la RTS (Road Traffic Safety) que permite a las organizaciones alcanzar resultados deseados en seguridad vial.

Puede ayudar a las organizaciones a proporcionar un enfoque estructurado y global de la seguridad del tráfico como un complemento a los programas y reglamento vigentes. Esta norma se basa en el tradicional enfoque por procesos.

2.7. Hipótesis

2.7.1 Hipótesis general

Con el diseño de un modelo de gestión Económico Empresarial se garantizaría un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa de transportes interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A. en la ciudad de Lima.

2.7.1 Hipótesis Especificas

- I. Con la elaboración de un modelo de gestión económico empresarial se estaría garantizando un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa de transportes interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A. en la ciudad de Lima?

II. Con la formulación de la demanda que tendría el servicio económico empresarial se garantizaría un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de la empresa de

2.8 Variables

2.8.1 Variable Independiente y Dependientes

Tabla 7. Variable Independiente y Dependientes

Independiente	Modelo de gestión Económico Empresarial de la empresa interprovincial de pasajeros GNH-Tours S.A.
	Servicios de seguridad y calidad a los usuarios del transporte Interprovincial de pasajeros.
Variables Dependientes	Talento humano
	Recursos Materiales
	Recursos Tecnológicos
	Recursos Económicos

2.8.2 Indicadores y dimensiones

Tabla 8. Indicadores y dimensiones

Generales modelo de gestión	Servicio	
	Seguridad	
	Beneficio	
	Calidad	
	Satisfacción	
Específico	Mercado	Oferta
		Demanda
		Crecimiento
		Fidelización
	Talento Humano	Atracción
		Organización
		Retención
		Desarrollo y Evaluación

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

Tipo de Investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne la condición necesaria para ser denominado como: investigación aplicada.

Nivel de Investigación

De acuerdo a los propósitos del estudio, esta investigación es de tipo descriptiva, es así que se ha observado la condición presente alrededor de la función de los buses Interprovinciales en Lima y específicamente en la Empresa GNH – Bus el mismo que presenta algunos aspectos que alcanzan la satisfacción de los usuarios.

Método

En la presente investigación utilizaremos el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros que conforme se desarrolle el trabajo se darán indistintamente en el estudio.

Para esto primero se procedió a buscar información en artículos científicos, leyes, decretos supremos, directivas, noticias relacionadas al transporte interprovincial. Los principales temas de búsqueda fueron: Transporte Público Interprovincial de Pasajeros, calidad de los servicios, gestión de las empresas, mejora continua y satisfacción del usuario.

Para llevar a cabo la investigación se aplicó una encuesta a 400 personas o usuarios del servicio donde se les consultó sobre el número de veces que utilizan el servicio si consideran adecuado el costo y la seguridad, como edifican el trato con choferes y personal, y perspectivas sobre el servicio además de otras dudas.

Se confeccionaron asimismo, entrevistas a ejecutivos y trabajadores de la empresa, quienes respondieron aspectos como número de pasajeros, número de buses de la empresa, costo del servicio y problemas que enfrenta la empresa en materia de seguridad de origen y destino de los usuarios.

Con las respuestas obtenidas, mediante la estadística se efectuó la tabulación de datos para continuar con el análisis de los resultados donde se demuestra insatisfacción en el servicio en

aspectos relacionados a: seguridad, trato, limpieza, comodidad y condición; además, que los clientes muestran satisfacción en relación al costo y al consumir los objetivos.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Diseño

La Empresa GNH.TOURS BUS. SA. a través de su información estadística indica que durante el periodo 2018 ha transportado pasajeros de provincias a lima y viceversa , la cantidad de 1421,863 pasajeros durante el mismo período 2018 generando un ingreso por concepto de pasajes de 99,530,442 y por encomiendas genero un ingreso de 16,920,175 que representa el 17 % del total de ingresos haciendo un total de ingresos del periodo 2018 de 116450,618 soles, con la información brindada se realizó un muestreo proporcional para el empleo de las preguntas. Aplicando el método indicado.

La fórmula de estadística descriptiva permitió averiguar la dimensión de las muestras con un margen de error de 5 %.

A continuación al planteamiento

$$n = \frac{N}{E^2 * (N-1) + 1}$$

Donde:

n : Tamaño de la muestra

N: Población

E: Error admisible de la muestra

El cálculo numérico de la formula anterior

$$n = \frac{1\ 421\ 863}{(5 / 100)^2 \times (1\ 421\ 863 - 1) + 1} = 401$$

Instrumentos

En este informe se utilizaron las siguientes técnicas de investigación: encuestas, entrevistas y observación. La encuesta se tomó a 401 usuarios, de 18 años en adelante y se aplicó en todos los terminales de la empresa.

La entrevista tuvo diecinueve preguntas y se aplicó a dos ejecutivos de la organización encargados de la gestión de la empresa.

Por lo tanto, el análisis permitió dar a conocer aspectos importantes del actual informe: congestión del servicio en períodos altos, cortesía hacia los usuarios, seguridad tanto en el origen o destino de los clientes, manera como se conducían las unidades, condición de los buses, además de otros aspectos.

Aspectos éticos

El desarrollo de la investigación, permitió utilizar información especializada sobre el tema, y respetando los procedimientos establecidos para estudios de esta naturaleza; como también, que los datos obtenidos en el trabajo de campo constituyen información veraz obtenida a través de la técnica de la encuesta, la cual fue procesada en la parte estadística e interpretada por el investigador siguiendo las recomendaciones establecidas por la Universidad.

3.2.2 Descripción de la muestra

La medida de la muestra fue de 401 personas, es necesario mencionar que al aplicar fórmula esta dio un total de 401 sujetos a encuestar. Se aplicó a viajeros en los terminales sin sopesar sexo, ni lugar de origen, calculando en ellos edades de 18 años a más.

La empresa GNH – Tours S.A., permitió realizar la entrevista a dos de sus ejecutivos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Interpretación de resultados

4.1.1 Evaluación de los objetivos es coherente en la empresa de servicios.

A la pregunta:

Tabla 9. ¿En su opinión, la evaluación de los objetivos es coherente en la empresa de servicio?

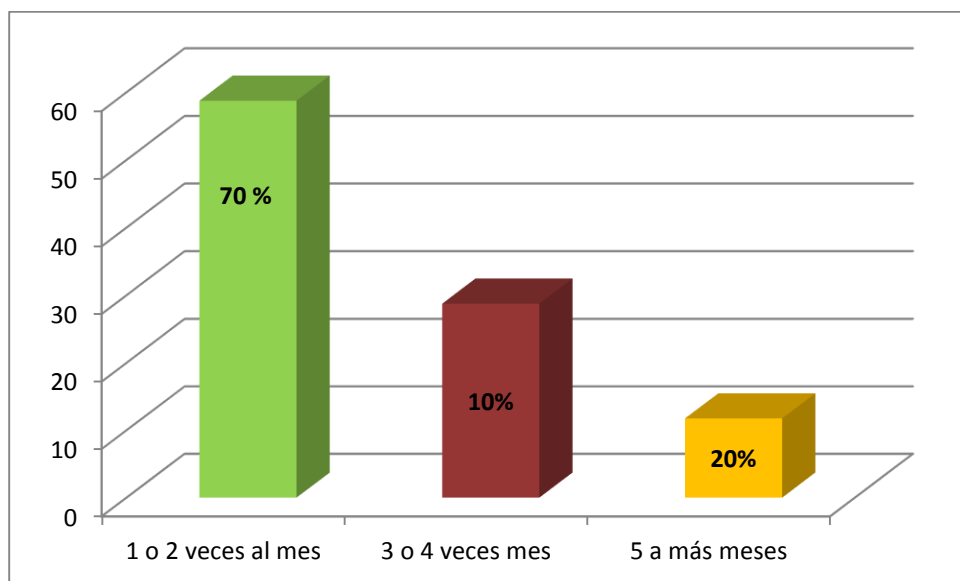
Alternativas	Cant.	%	% Acum.
a) Sí	56	70	70
b) No	8	10	90
c) Desconoce	16	20	100
Total	80	100%	

Interpretación

Es evidente que si observamos la tabla con los resultados que se presentan, encontramos que el 70% de los ejecutivos y profesionales que trabajan en la empresa de servicios de transporte interprovincial, opinaron que la evaluación de los objetivos es coherente en las empresas de servicio de transporte; mientras el 20% discreparon en comparación con el grupo anterior y el 10% restante refirieron desconocer, sumando el 100%

De lo expresado en el párrafo anterior, se observa que la mayoría de los encuestados, señalaron que en las empresas de servicios de transporte interprovincial, la gestión efectivamente evalúa los objetivos, con la finalidad de establecer si efectivamente se está cumpliendo lo planificado, lo que ayuda a analizar y diagnosticar en la empresa, cuyo propósito es evaluar el grado de eficiencia y eficacia de los recursos disponible en estas organización.

Ilustración 25. Evaluación de los objetivos es coherente en la empresa de servicio de transporte interprovincial de pasajeros



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.2 Las políticas implementadas en la empresa son apropiados

A la pregunta:

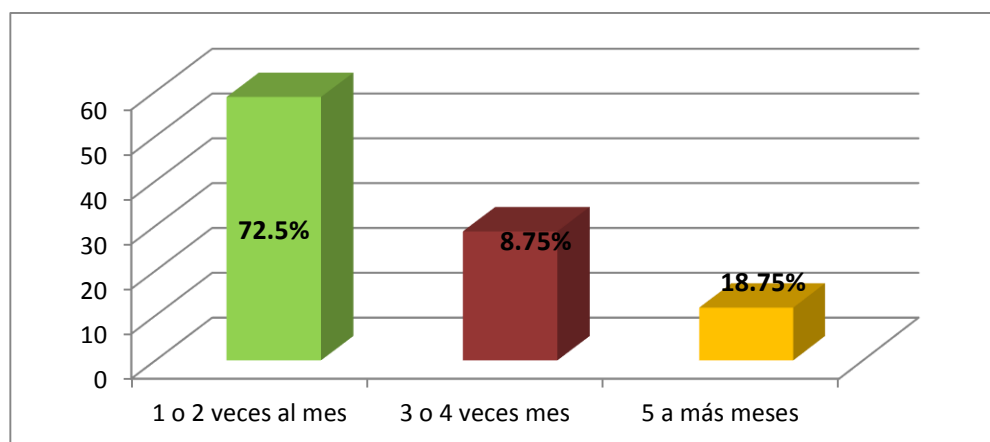
Tabla 10. ¿Considera usted, que las políticas de gestión actuales en la empresa son apropiadas?

Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	58	72.5	72,5
b)No	7	8.75	81,25
c)Desconoce	15	18.75	100
Total	80	100	

Interpretación

Como resultado de trabajo de campo, la información que se aprecia en la tabla y gráfico correspondiente, destaca que el 72,5 % de los encuestados, señala que efectivamente las políticas implementadas en la empresa, la consideran como apropiada y el 8.75 % , y 18.75 % manifiestan lo contrario o desconoce.

Ilustración 26. Políticas implementadas en la empresa son apropiados



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.3 Grado de confiabilidad de información de la empresa de servicios es razonable

A la pregunta:

Tabla 11. ¿Cree usted, que el grado de confiabilidad de la información de la empresa de servicios de transporte interprovincial de pasajeros es razonable?

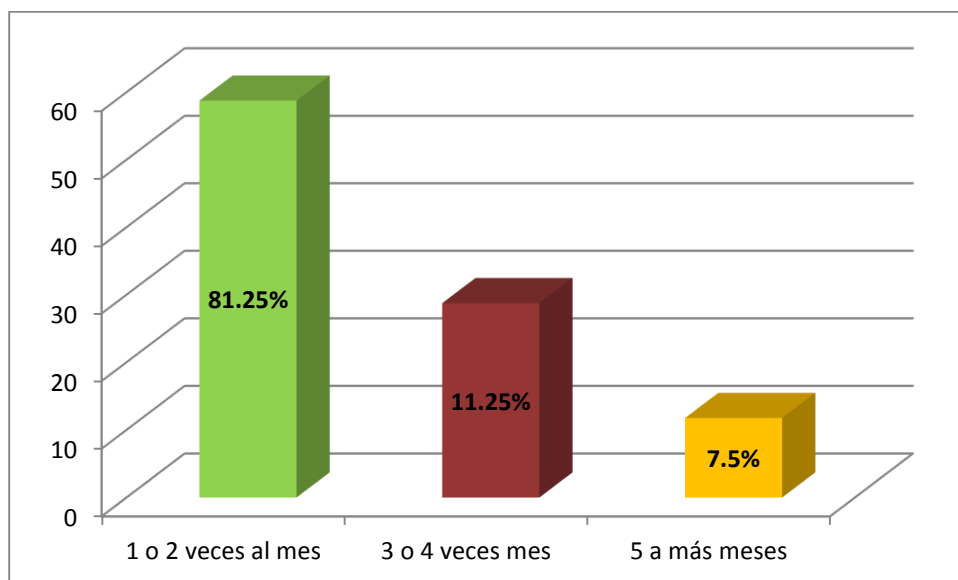
Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	65	81.25	81.25
b)No	9	11.25	92.5
c)Desconoce	6	7.5	100
Total	80	100	

Interpretación

El contexto en el cual se llevó a cabo el estudio, dejó en claro que el 81.25 % de los encuestados, reconocer como razonable la confiabilidad de la información en este sector empresarial; en cambio el 11.25 % no compartieron las opiniones y puntos de vista del grupo anterior y el 7.5 % expresaron desconocer, llegando al 100 %.

Es importante señalar que la primera de las alternativas, concentró el mayor porcentaje de las respuestas, indicando que la confiabilidad de la información que se maneja en esta empresa, lo conocen como razonable, toda vez que tiene credibilidad y a menudo son obligados a emplearla para tomar decisiones, siendo necesario que previamente se procese la misma, con el fin de utilizarla con propiedad, autonomía y conociendo la fuente de donde proviene.

Ilustración 27. Confiabilidad de información de la empresa de servicios es razonable



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.4 Existencia de métodos utilizados por empresa de servicio es consistente.

A la pregunta:

Tabla 12. ¿Considera usted, que la existencia de métodos utilizados por la empresa de servicios de transporte interprovincial es consistente?

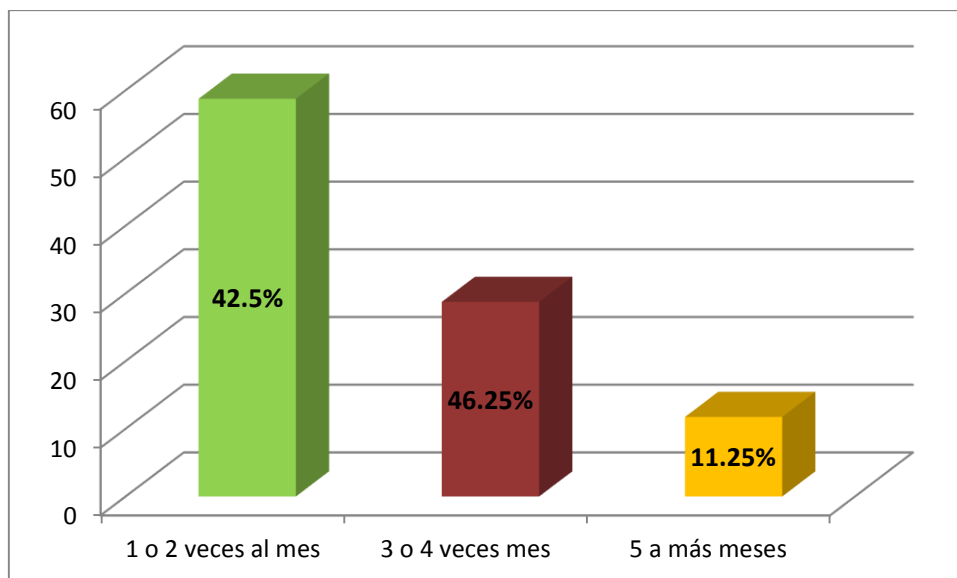
Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	34	42.5	42.5
b)No	37	46.25	88.75
c)Desconoce	9	11.25	100
Total	80	100	

Interpretación

Referente a los alcances de esta interrogante, los resultados de la información recopiladas en la encuesta, demuestran que el 42.5 % de los ejecutivos en el rubro de transporte interprovincial de pasajeros, consideran que existen métodos para alcanzar los resultados previstos, considerados como consistentes; mientras el 11.25 % indicaron desconocer y únicamente el 46.25 % complementario no compartieron las apreciaciones de los grupos anteriores, arribando así al 100 %.

Al interpretar los datos mostrados en la tabla y gráfico correspondiente, no cabe duda que en estas organizaciones como es el caso de la empresa de servicios de transporte interprovincial de pasajeros, se emplean métodos apropiados para alcanzar resultados confiables y coherentes de acuerdo a la naturaleza que se ofrece en estas organizaciones.

Ilustración 28. Existencia de métodos utilizados por la empresa de servicio de transporte interprovincial de pasajeros.



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.5 Grado de utilización de recursos determina el logro de objetivos establecidos.

A la pregunta:

Tabla 13. ¿Cree usted, que el grado de utilización de los recursos determina el logro de objetivos establecidos por la empresa?

Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	50	62.5	62.5
b)No	13	16.25	78.75
c)Desconoce	17	21.25	100
Total	80	100	

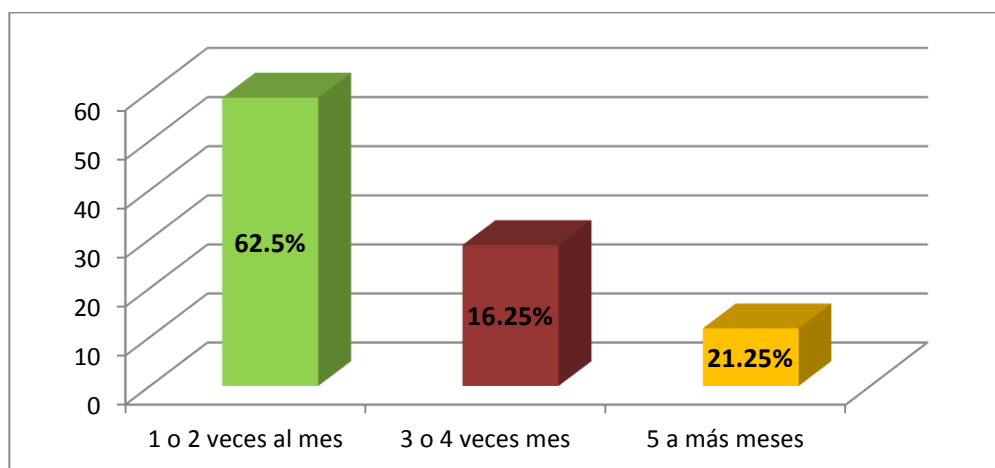
Interpretación

Revisando la información que se visualiza en la tabla y gráfico correspondiente, el 62.5 % de los ejecutivos operativos que trabajan en la empresa de servicios de transporte interprovincial de pasajeros, señalaron que el empleo de los recursos humanos viene ayudando al logro de los objetivos que se han establecido en esta empresa; en cambio, el 21.25 % señalaron desconocer y el 15.25 % discreparon en comparación con el grupo mayoritario y el totalizando es el 100 %.

Lo observado en la estadística, clarifica que la mayoría de los encuestados, reconocieron que la utilización de los recursos que disponen en esta empresa, les ayuda alcanzar los objetivos

establecidos para estos fines; de lo cual se desprende que en este sector empresarial prevalece la calidad y profesionalismo de los recursos humanos; hechos que al no dudarlos, satisfacen las expectativas de los usuarios.

Ilustración 29. Utilización de recursos determina el logro de objetivos establecidos.



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.6 Evaluación de la eficiencia y eficacia en la empresa es apropiada.

A la pregunta:

Tabla 14. ¿Cree usted la eficiencia y eficacia en la empresa es apropiada?

Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	56	80	70
b)No	8	10	80
c)Desconoce	16	20	100
Total	80	100	

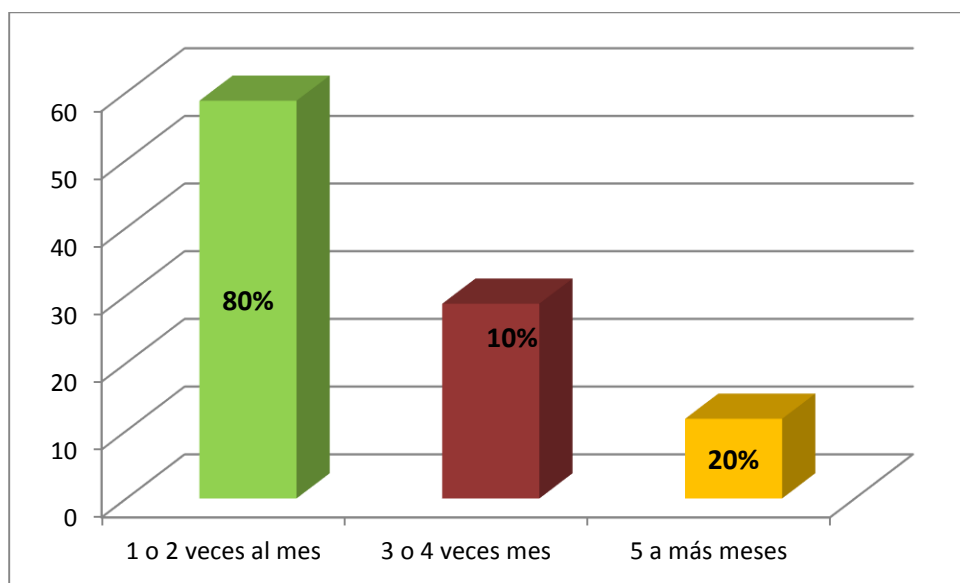
Interpretación

Como parte del trabajo de campo, los fatos que se presentan en la tabla destaca que el 70 % de los encuestados, indicaron que el nivel de evaluación de le eficiencia y eficacia en estas

empresas, lo consideran como apropiadas; lo cual no sucedió con el 20 % que expresaron desconocer y el 10 % restante no compartieron las opiniones de los anteriores, sumando el 100 %.

De lo expuesto en líneas anteriores, no cabe duda que tal como se mencionó en las preguntas expuestas con anterioridad, que la mayoría de los encuestados reconocieron como apropiada la evaluación que se lleva a cabo respecto a la eficiencia y eficacia en este sector empresarial y que dese luego, incidirá favorablemente a nivel de los viajeros.

Ilustración 30. Evaluación de la eficiencia y eficacia en la empresa es apropiada.



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.7 Implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con evaluación de procesos de control.

A la pregunta:

Tabla 15. ¿Considera usted que la Implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con la evaluación de los procesos?

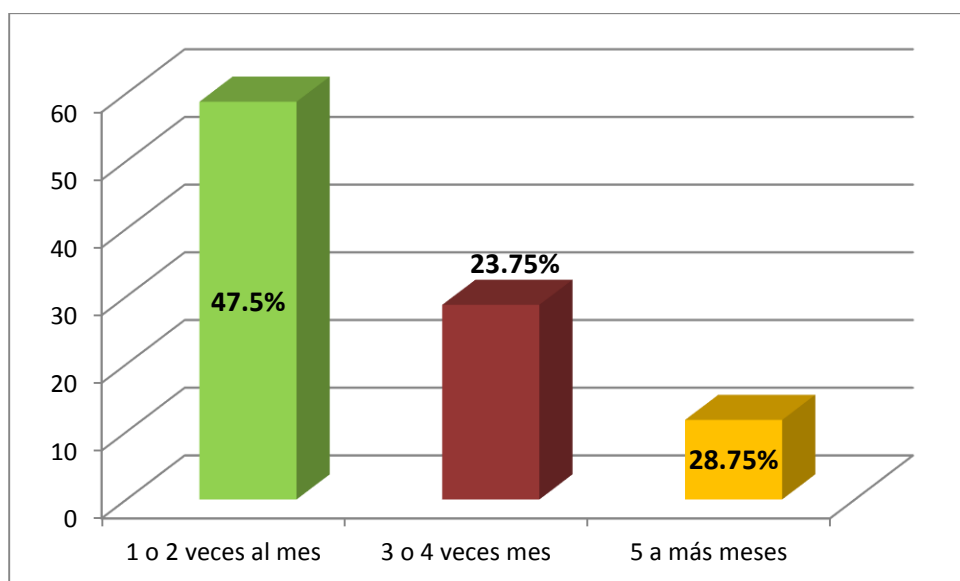
Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	38	47.5	47.5
b)No	19	23.75	71.25
c)Desconoce	23	28.75	100
Total	80	100	

Interpretación

Los datos que se presenta en la tabla y parte gráfica, de la pregunta, demuestran que el 47.5 % de los ejecutivos y trabajadores vinculados a los servicios de transporte interprovincial, reconocieron que implementar un nuevo modelo de gestión, contribuye con la evaluación de los procesos de control de la empresa; mientras el 28.75 % señalaron desconocer y el 23.75 % no compartieron las apreciaciones de la mayoría, arribando al 100%.

Las opiniones de los encuestados en su mayoría, señalaron que la implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con la evaluación de los procesos de control en esta empresa, con el fin de formular las recomendaciones más apropiadas, buscando optimizar el trabajo que se lleva a cabo en este sector empresarial logrando mejores resultados económicos.

Ilustración 31. Implementación de un nuevo modelo de gestión contribuye con evaluación de procesos de control.



Fuente: Encuestas a ejecutivos y trabajadores dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.8 Desempeño del personal, determina el grado de cumplimiento de objetivos.

A la pregunta:

Tabla 16. ¿Está usted de acuerdo que el nivel de desempeño del personal en la Administración de recursos humanos de la empresa determinan el grado de cumplimiento de los objetivos de la empresa?

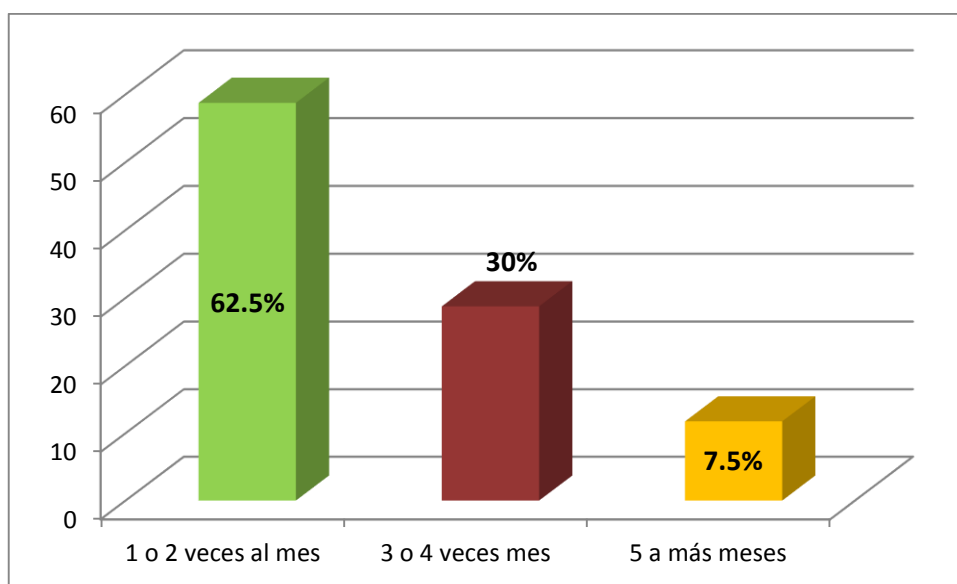
Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	50	62.5	62.5
b)No	24	30	92.5
c)Desconoce	6	7.5	100
Total	80	100	

Interpretación

De otro lado en cuanto a los datos que se muestran en la tabla y gráfico correspondiente, permitió conocer el 62.5 % de los que respondieron en la primera de las alternativas, eligieron la primera de las alternativas, destacando el desempeño del personal en la administración de los recursos humanos; sin embargo el 30 % no estuvieron de acuerdo y el 7.5 % restante expresaron desconocer, llegando al 100 %.

Si analizamos la información que se ha comentado en las líneas anteriores, apreciamos que efectivamente la mayoría de los consultados, indicaron estar de acuerdo con el desempeño del personal en la administración del potencial humano, toda vez que busca el cumplimiento de los objetivos en este sector empresarial; teniendo presente que la misma naturaleza en estas organizaciones, se debe que a una buena administración, mayor será el logro en el cumplimiento de los objetivos establecidos en las empresas de servicio de transporte interprovincial de pasajeros.

Ilustración 32. Desempeño del personal, determina el grado de cumplimiento de objetivos.



Fuente: Encuestas a ejecutivos y trabajadores dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.9 Conocimiento y destrezas, permite cumplimiento de logros y objetivos.

A la pregunta:

Tabla 17. ¿Considera usted que el conjunto de conocimientos y destrezas empleados en la Administración permite el cumplimiento de logros y objetivos establecidos?

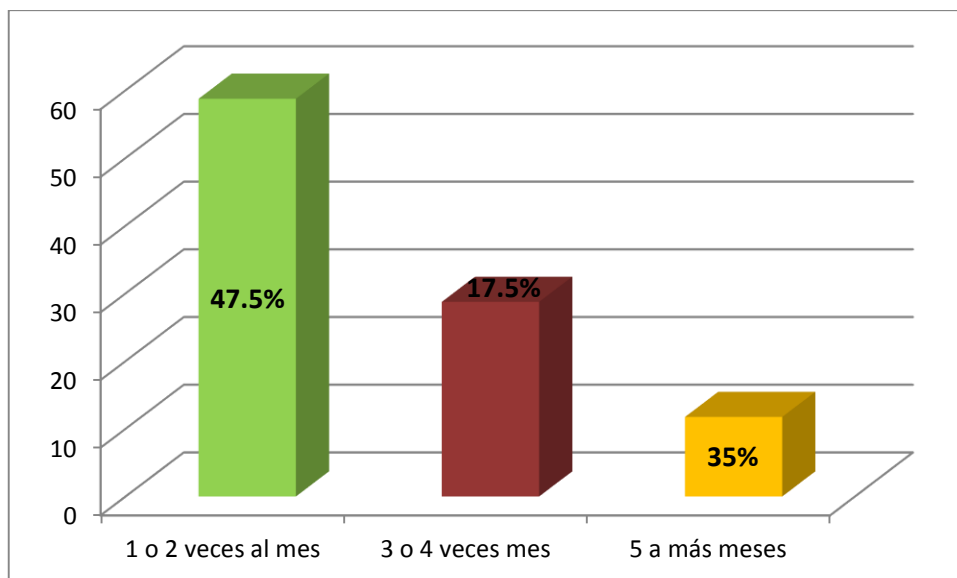
Alternativas	Cant.	%	%Acum.
a)Sí	38	47.5	47.5
b)No	14	17.5	65
c)Desconoce	28	35	100
Total	80	100	

Interpretación

A fin de clarificar la problemática relacionada sobre esta realidad y a la cual está referida la pregunta, el 47.5 % de los consultados, reconocen que el conjunto de conocimientos y destrezas del personal en la administración, les facilita cumplir los logros y objetivos establecidos en este sector empresarial; sin embargo el 35 % expresaron desconocer y el 17.5 % manifestaron que no comparten los puntos de vista del grupo mayoritario, totalizando el 100 %.

Tal como se indicó en párrafos anteriores, la información recopilada en la encuesta, demuestra que la mayoría de los encuestados, considera que los conocimientos y destrezas utilizados a nivel de la administración, permite que se cumplan con los logros y objetivos establecidos para estos fines, toda vez que un buen manejo del potencial humano, va ayudar a alcanzar la eficiencia y eficacia de los mismo.

Ilustración 33. Conocimiento y destrezas, permite cumplimiento de logros y objetivos.



Fuente: Encuestas a ejecutivos profesionales dedicados al rubro del transporte interprovincial de viaje, de la empresa de servicio de transporte (periodo 2018).

4.1.10 Utilización del servicio de transporte interprovincial.

Tabla 18. Utilización del servicio de transporte interprovincial.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
1 o 2 veces al mes	235	58.75	58.75
3 o 4 veces mes	115	28.75	87.5
5 a más meses	47	11.75	99.25
Nunca	3	0.75	100
Total	400	100	

Para el mayor número de usuarios el servicio es no frecuente (235 -59%)

4.1.11 Aceptación por parte de usuarios sobre el costo adecuado

Tabla 19. Aceptación por parte de usuarios sobre el costo adecuado

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Sí	327	81.75	81.75
No	73	18.25	100
Total	400	100	

Para el 81.75 % de los usuarios el costo presente del servicio es oportuno, mientras que el 18.25 % no lo cree así.

4.1.12 Motivos por los cuales los usuarios están de acuerdo con el actual costo del servicio.

Tabla 20. Motivos por los cuales los usuarios están de acuerdo con el actual costo del servicio.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Por la distancia	116	41.15	41.15
Últimos años no hubo aumento	215	53.75	94.90
La comodidad	7	1.75	96.65
Altos precios combustible y presupuesto	12	3.35	100
Total	400	100	

En referencia al costo del servicio, para el 53.75 % de encuestados la principal razón que han aceptado el aumento es por la cantidad de actos que no han incrementado los pasajes, seguido por el 41.14 % que indicó tomar en consideración la distancia y por último el 1.75 % el confort y los suministros 3.35 %.

4.1.13 Beneficios que quisieron obtener o recibir los usuarios.

Tabla 21. Beneficios que quisieron obtener o recibir los usuarios

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Buen trato del personal en tura y oficinas terminales.	253	63.25	63.25
Un bajo costo	9	2.25	65.5
Seguridad	97	24.25	89.75
No incremento en días feriados o navidad y fiestas patrias.	41	10.25	100
Total	400	100	

Al preguntarse por las expectativas que tienen del servicio, el principal beneficio que los usuarios estiman es el buen trato por parte del personal o trabajadores de la empresa esto se manifestó con el 63.25 %, lo sigue la seguridad tanto en el inicio viaje y término del mismo con el 24.25 % en tercer lugar se nota el malestar en los días feriados y fiestas su incremento con un 10.25 % que quisieran que no se incremente, finalmente solicitan trato en el costo por el 2.25 %.

4.1.14 Apreciación de los beneficios que reciben los usuarios del servicio

Tabla 22. Apreciación de los beneficios que reciben los usuarios del servicio

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Buen trato por parte de choferes y personal de servicio	17	4.25	4.25
Costo pasaje justo	19	4.75	9
Asientos disponibles	6	1.5	10.5
Limpieza en buses y terminal	8	2	12.5
Confianza en conducción	8	2	14.5
Movilización a su destino	326	81.5	96
Alimentos	16	4	100
Otros	0	0	100
Total	400	100	

Los usuarios del servicio consideran que el beneficio que cumple la empresa de mejor manera es hacerles llegar a su destino (81.5 %) seguido del costo y buen trato del personal conductor (19 % - 17 %) siendo los más bajos de ser percibidos la disponibilidad de asientos, limpieza y confianza de conducción que solo alcanzar hasta el 2 %.

4.1.15 En qué empresa interprovincial de transporte utilizan sus servicios.

Tabla 23. En qué empresa interprovincial de transporte utilizan sus servicios.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
GNH – Tours S.A	125	31.25	31.25
Cruz del Sur	191	47.75	79
CIVA	45	11.25	90.25
Movil Tours	12	3	93.25
Tepsa	9	2.25	95.5
Flore – Hnos.	18	4.5	100
Total	400	100	

Los usuarios se movilizan de preferencia en Cruz del Sur (47.75 %) y la empresa con un 31.25 % seguido con un 11.25 % por CIVA, lo que muestra la preferencia de la competencia en el servicio.

4.1.16 Calidad del trato recibido por choferes y personal a bordo.

Tabla 24. Calidad del trato recibido por choferes y personal a bordo.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Muy bueno	17	4.25	4.25
Bueno	28	7	11.25
Regular	267	66.75	78
Mala	88	22	100
Total	400	100	

Tal como muestra el cuadro el trato recibido por los usuarios de los choferes y personal en su mayoría es regular (61.75 %) y malo en un 22 % al sumar no obtiene un 88.75 % y solo el 11.25 % han sido bueno y muy bueno.

4.1.17 Calidad de la comodidad recibida y limpieza de buses utilizados

Tabla 25. Calidad de la comodidad recibida y limpieza de buses utilizados

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Muy bueno	18	4.5	4.5
Bueno	61	15.25	19.75
Regular	223	55.75	75.5
Mala	98	24.5	100
Total	400	100	

El evaluar el aspecto comodidad recibida y limpieza de buses arroja un 80.25 % de los usuarios, es regular y malo en tanto que un 19.75 % es muy buena y buena.

4.1.18 Calificación del costo del pasaje actual por el servicio

Tabla 26. Calificación del costo del pasaje actual por el servicio

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Muy bueno	78	19.5	19.5
Bueno	251	62.75	82.25
Regular	63	15.5	97.75
Mala	9	2.25	100
Total	400	100	

En cuanto al costo de los pasajes el 82.25 % de los encuestados la tarifa es buena y muy buena mientras que para el 17.75 % es regular y mala.

En este caso los resultados obtenidos en el punto 4.1.11 y 4.1.12 tienen similitud y suponen una aceptación parcial sobre el costo actual del servicio.

4.1.19 Calificación de la conducción y buses por parte de los choferes.

Tabla 27. Calificación de la conducción y buses por parte de los choferes.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Muy bueno	20	5	5
Bueno	68	17	22
Regular	267	66.75	88.75
Mala	45	11.25	100
Total	400	100	

El 78 % de los usuarios califican la forma en como conducen los choferes como regular y mala; para el 22 % es buena y muy buena.

4.1.20 Calidad de los servicios de transporte interprovincial de Lima.

Tabla 28. Calidad de los servicios de transporte interprovincial de Lima.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Muy bueno	4	1	1
Bueno	27	6.75	7.75
Regular	335	83.75	91.5
Mala	29	7.25	98.75
Muy mala	5	1.25	100
Total	400	100	

Permite conocer como califican los usuarios en forma general el servicio de transporte de buses, al sumar regular, mala y muy mala se conoce que el 92.25 % no está satisfecho con el servicio del transporte interprovincial en Lima y por parte el 7.75 % de los encuestados calificó la calidad del servicio como muy buena y buena, estas cifras es negativo para las empresas de transporte interprovincial de pasajeros que difieren de los servicios que quisieran recibir.

4.1.21 Apreciación sobre la seguridad en el transporte interprovincial en Lima y provincia.

Tabla 29. Apreciación sobre la seguridad en el transporte interprovincial en Lima y provincia.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
Sí	32	8	8
No	360	90	98
Desconoce, no opina	8	2	100
Total	400	100	

Se consultó sobre la seguridad tanto en el lugar de origen, traslado y destino, los usuarios manifestaron que hay una opinión de inseguridad en un 90% lo que indica una notable preocupación.

4.1.22 Apreciación del usuario sobre el trato recibido por parte de las empresas de transporte interprovincial.

Tabla 30. Apreciación del usuario sobre el trato recibido por parte de las empresas de transporte interprovincial.

Opciones	Cant.	%	%Acum.
GNH – Tours S.A	115	28.75	28.75
Cruz del Sur	195	48.75	77.5
CIVA	42	10.5	88
Movil Tours	10	2.5	90.5
TEPSa	5	1.25	91.75
Ninguna	33	8.25	100
Total	400	100	

Con respecto al tratamiento recibido en cada organización el 28.75 % de los encuestados manifestó que ha obtenido un buen trato superado solamente por la empresa Cruz del Sur que llega al 48.75 %m pero hay un 8.25 % que indican que manifiesta su disconformidad con el trato de las empresas.

Nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad Lima.

El segundo objetivo específico de este estudio es demostrar el nivel de satisfacción de los clientes del servicio de transporte interprovincial de pasajeros en Lima. Para que este objetivo se cumpla, se aplicó la fórmula de Thompson (2005), que revela, que el nivel de satisfacción es equivalente al rendimiento observado salvo las expectativas.

Las principales variables tomadas en cuenta para calcular el nivel de satisfacción de los usuarios fueron: relación por de los choferes y los operadores, confort e higiene de las unidades, valor del servicio y manejo de los ómnibus.

Para medir el nivel de satisfacción de los usuarios, otros aspectos importantes que no fueron consideradas debido a la dificultad de estos fueron: polución del medio ambiente, manera de pagar el servicio, y aptitud de las empresas para atender la demanda, sin embargo, en la discusión se incorporan estas variables con la finalidad de presentar los diferentes criterios estudiados.

Las conclusiones de este trabajo dieron como resultado datos con respecto al rendimiento percibido por parte de los usuarios y las expectativas sobre el servicio. Con esta indagación Thompson recomienda establecer parámetros para medir el rendimiento entendido, además establecer valores para las expectativas. Así resulto:

Tabla 31. Parámetros para el Rendimiento percibido:

Item	Descripción	Valoración
1	Muy bueno	10
2	Bueno	8
3	Regular	5
4	Malo	3

Tabla 32. Valores para las Expectativas:

Item	Descripción	Valoración
1	Expectativas elevadas	3
2	Expectativas moderadas	2
3	Expectativas bajas	1

Tabla 33. Escala para el Nivel de Satisfacción:

Item	Descripción	Valoración
1	Complacido	De 8 a 10
2	Satisfecho	De 5 a 7
3	Insatisfecho	Igual o menor a 4

Como aspecto explicativo, se repara una perspectiva como elevada cuando el porcentaje en mención indicado por los clientes (4.1.14) supera el 50 %; Si el porcentaje se ubica entre el 20 % y 50 %, la probabilidad será moderada, y si la ocurrencia es inferior al 20 %, será juzgada como baja.

Familiaridad por parte de los choferes y los cobradores

Para calcular el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la familiaridad obtenida por parte de choferes y cobradores, se trabajó con los resultados que muestran las tablas 4.1.14 y 4.1.16. En la tabla 4.1.14 se rescatan los beneficios que los usuarios quieren obtener del servicio, es decir las perspectivas que ellos tienen al momento de obtener el servicio.

Por su parte la tabla 4.1.16 muestra la calificación de parte de ellos, al servicio recibido, es decir el rendimiento percibido por parte del usuario. Con la información recogida se elaboró la tabla siguiente:

Tabla 34. Nivel de satisfacción del trato de parte de choferes y cobradores

N°	%	DESCRIPCIÓN	Rendimiento percibido	Valoración	Expectativas	Valorac.	Nivel de Satisfacción	Valorac.
17	4.25	Encuestados califican como:	Muy bueno	10	Alta	3	Satisfecho	7
28	7	Encuestados califican como:	Bueno	8	Alta	3	Satisfecho	5
217	66.75	Encuestados califican como:	Regular	5	Alta	3	Insatisfecho	2
88	22	Encuestados califican como:	Malo	3	Alta	3	Insatisfecho	0
400	100							

La perspectiva de los usuarios en cuanto al trato que obtienen por parte de choferes y cobradores es alta, así lo demuestra la tabla 4.1.14, donde el 81.5 % de los encuestados indicaron que es el servicio más deseado, por eso que se le dio un valor de 3 a esta expectativa. Respecto a la estimación del nivel de satisfacción, se advirtió que escala entre 8 a 10 está complacido, de 5 a 7 satisfecho, e igual o menor a 4 insatisfecho.

La tabla 4.1.20 manifiesta que 31 personas de las 400 encuestadas, aparecen como complacidas con el trato recibido en los buses, frente a 34 que no lo están. Al emplear la fórmula, el nivel de satisfacción es 91.5 % satisfecho, y 9 % insatisfecho.

Comodidad y limpieza de las unidades

Tabla 35. Nivel de satisfacción de la comodidad y limpieza de las unidades

N°	%	DESCRIPCIÓN	Rendimiento percibido	Valorac.	Expectativas	Valorac.	Nivel de Satisfacción	Valorac.
18	4.5	Encuestados califican como:	Muy bueno	10	Baja	1	Complacido	9
61	12.25	Encuestados califican como:	Bueno	8	Baja	1	Satisfecho	7
223	55.75	Encuestados califican como:	Regular	5	Baja	1	Insatisfecho	4
98	24.5	Encuestados califican como:	Malo	3	Baja	1	Insatisfecho	2
400	100							

La variable confort e higiene de las unidades muestra una perspectiva baja, así fue calificada por los usuarios (tabla 4.1.14), donde el 1.5% señaló que su expectativa prioritaria si vale, a la cual se le agrego el porcentaje obtenido en higiene de la unidad que fue 2 %, lo que resulto en un total de 3.5 %.

La nota explicativa advirtió que si las perspectivas de los usuarios se encuentran por debajo del 20%, por lo tanto se considera la perspectiva como baja. Considerando que los individuos la ubican en el 3.5%, por lo cual se valoró con 1.

A propósito de la valoración del nivel de satisfacción, se advirtió en la escala que entre 8 a 10 es complacido, de 5 a 7 satisfecho, igual o menor a 4 insatisfecho. La tabla 18 muestra que 18 personas están complacidas, 69 satisfechas, y 321 se notan insatisfechas con la variable confort e higiene de los ómnibus.

Al ejecutar la fórmula, el nivel de satisfacción en esta variable es: 4.5% complacido, 15.25% satisfecho, y 80.25% insatisfecho.

Costo actual del servicio

Tabla 36. Nivel de satisfacción del costo actual del servicio.

N°	%	DESCRIPCIÓN	Rendimiento percibido	Valorac.	Expectativas	Valorac.	Nivel de Satisfacción	Valorac.
78	19.5	Encuestados califican como:	Muy bueno	10	Baja	1	Complacido	9
251	62.75	Encuestados califican como:	Bueno	8	Baja	1	Satisfecho	7
62	15.5	Encuestados califican como:	Regular	5	Baja	1	Insatisfecho	4
9	2.25	Encuestados califican como:	Malo	3	Baja	1	Insatisfecho	2
400	100							

La variable costo actual del servicio presenta una perspectiva baja, porque los usuarios la calificaron de esa forma en la tabla 4.1.14, donde el 4.75% la situó como su prioridad, se le asignó una valoración de 1; mientras que en la tabla 4.1.14 muestra la calificación de los usuarios, del rendimiento efectivamente recibido.

En la escala se muestra también, que la valoración para el nivel de satisfacción es entre 8 a 10 complacido, de 5 a 7 satisfecho, igual o menor a 4 insatisfecho. Se indica que 78 personas están complacidas, 251 satisfechas, y 71 insatisfechas con la variable costo actual del servicio.

Conducción de los buses por parte de los choferes

Tabla 37. Nivel de satisfacción de la conducción de los buses por parte de los choferes

N°	%	DESCRIPCIÓN	Rendimiento percibido	Valorac.	Expectativas	Valorac.	Nivel de Satisfacción	Valorac.
20	5	Encuestados califican como:	Muy bueno	10	Baja	1	Complacido	9
68	17	Encuestados califican como:	Bueno	8	Baja	1	Satisfecho	7
267	66.75	Encuestados califican como:	Regular	5	Baja	1	Insatisfecho	4
45	11.25	Encuestados califican como:	Malo	3	Baja	1	Insatisfecho	2
400	100							

Para la variable conducción de los buses, la perspectiva es baja debido a la calificación que los usuarios le atribuyeron (tabla 5.1.14), donde el 2 % la considero como prioritaria, se le dio una valoración de 1.

En relación a los resultados, se puede observar que aunque los usuarios tengan perspectivas bajas en relación a como se manejan los buses, la mayoría de las empresas no han logrado satisfacer a gran parte de sus clientes en relación con esta variable.

Entrevistas y encuestas a directivos, socios y usuarios de las operadoras del servicio de transporte interprovincial de pasajeros fueron hechas de forma complementaria para obtener información.

Conocer las principales fortalezas y debilidades del servicio de transporte interprovincial en Lima fue el último objetivo de esta investigación. Asimismo, fue necesario interrogar a algunos usuarios que tienen relación inmediata con el servicio.

Una pregunta se dirigió, para conocer los beneficios que las empresas de transporte entregan a sus usuarios, tanto entrevistados como encuestados, colocaron en primer lugar "el buen trato del personal en ruta y en oficinas terminales", inmediato a la "seguridad en el servicio".

A propósito de la comodidad, seguridad, accesibilidad y cumplimiento del servicio, los directivos y trabajadores de la empresa GNH-Tours indicaron que efectúan grandes esfuerzos en mejorar el servicio, a través de la adquisición de nuevas unidades. Con respecto a las variables comodidad y seguridad del servicio, los usuarios no se encontraron satisfechos.

La implementación de un programa de renovación de unidades, el cual permite cada año adquirir unidades nuevas, es una muestra de sus esfuerzos, por parte de los socios de la empresa GNH-Tours, para mejorar el servicio.

En referencia a las medidas de control ambiental, la empresa GNH - Tours, con la implementación antes referida, contribuye positivamente con esta medida, dado que los nuevos ómnibus tienen motores con sistemas de oxigenación, lo que evita la contaminación del ambiente.

Asimismo, señalaron que realizan mantenimiento constante en sus unidades, donde se observa sobre todo los tubos de escape, evitando en lo posible la contaminación

Cuando se preguntó sobre la calidad de los servicios otorgados a los usuarios, directivos como trabajadores manifestaron que la consideran buena; sin embargo contemplan que existe mucho por mejorar. Además mencionaron, sentirse satisfechos con la atención brindada a la ciudadanía, porque son parte del desarrollo local. En este sentido, los usuarios consideran que si buscan entregar un servicio de calidad, las organizaciones tienen mucho que mejorar.

Las personas entrevistadas y encuestadas, concuerdan en que los aspectos más importantes a mejorar son: preparar a los choferes y personal operativo con relación al trato entregado al

usuario, comprar nuevas unidades que no contaminen el medio ambiente, modernizar el sistema de cobranza electrónica que implique optimizar el servicio.

Acercas de las principales fortalezas que tiene la organización, los representantes de la empresa GNH-Tours señalaron: adquisición de nuevas unidades, preparación de su personal operativo, buen parque automotor, mejoramiento de los procesos administrativos, bajo precio del servicio.

Las debilidades encontradas en la empresa son: usuarios que pagan el servicio muy por debajo del precio actual, los trabajadores dejan el puesto con mucha frecuencia lo que desmejora el trato a los usuarios, los choferes y los cobradores que no dan un buen trato al usuario, clientes irreverentes con el personal operativo, personal operativo que no ofrece un trato cordial a los usuarios, carencia de evaluaciones por parte de la autoridad experta, sistema de cobro antiguo, especialmente no hay seguridad en el inicio, traslado y destino del usuario.

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Obtenido los resultados del resultado y hecho el análisis correspondiente, un aspecto de capital importancia es la discusión de los resultados alcanzados relacionándolos con los estudios previos consultados y el marco teórico del informe.

Según el autor los sistemas de transportación ejecutan un rol funcional y determinante en el desarrollo de las ciudades y del país y sirve de medio de traslado de la cultura, la ciencia, y recursos que necesita la sociedad para desarrollarse considerando el gran centralismo que tiene el país los ciudadanos se trasladan en los buses por diversos motivos trabajo, salud, educación, tramites, diversión, etc.

Como es conocido existen varios factores que de una u otra forma repercuten en el sector del transporte interprovincial de pasajeros, en el costo del pasaje, sin embargo debe manifestar que el precio está por encima del costo real del servicio y es variable de acuerdo a los días de la semana, días festivos, feriados largos u otros.

De acuerdo a lo indicado por Thomson (2002) para las clases sociales con ingresos mínimos el valor de la tarifa de transporte interprovincial constituye un costo importante dentro del presupuesto familiar, según la encuesta el 58.75 % utiliza los servicios entre uno o dos veces al mes, el 28.75 % utiliza entre tres a cuatro veces al mes, y el 11.75 % entre cinco o más veces al mes lo que representa un flujo continuo que afecta el presupuesto de las familias del País.

En referencia al impacto ambiental, Pardo (2009) señala que el transporte público pareciera tener mayores emisiones de gas carbónico ante todo cuando se usa Diésel de mala calidad. Al respecto de la contaminación, los directivos de la empresa GNH-TOURS indicaron que usan Diésel de buena calidad para no afectar al motor y además otra medida que viene implementando de forma periódica en las nuevas unidades a fin de proteger el medio ambiente, además cuentan con ómnibus nuevos lo que significa trabajar con motores que tienen sistemas de oxigenación para proteger el medio ambiente.

En relación al aspecto fundamental de este estudio como es medir la calidad del servicio en cuanto a la seguridad y calidad de servicio al usuario la empresa podría implementar al servicio de puerta a puerta, es decir, del origen hasta el destino domiciliario, garantizando de esta manera al pasajero y sus recursos, esto elevaría la calidad del servicio y tendría un efecto económico en los resultados de la empresa.

Como se indica en el puesto 5.1.21 al 90 % de pasajeros manifiesta la inseguridad de origen al final del destino de los usuarios justificaría la implementación de un nuevo sistema de gestión denominado de Puerta a Puerta como indico en la propuesta y conclusión.

Por su lado, el diario *El Comercio* publicó este año que en Lima los representantes del sector transporte interprovincial mantuvieron conversaciones en busca de mejorar sus servicios, entre los aspectos que resaltaron en la reunión fue la informalidad en el servicio de seguridad, el costo de combustibles y la infraestructura vial para sugerir al Ministerio de Transporte alternativas de solución.

5.2 Conclusiones

En la ciudad de Lima se han registrado existen aproximadamente entre el 2006 al 2015 aproximadamente 3883 empresas de transporte interprovincial de pasajeros, los principales problemas que repercuten al momento de brindar el servicio al usuario son:

- a) La falta de seguridad dónde el lugar el origen, durante del viaje y en el destino final tanto en la capital como en provincias.
- b) La pobre o nula comunicación entre las organizaciones empresariales cuyo servicio la efectúan en forma aislada no existe una adecuada centralización en terminales organizados.
- c) Carencia de instrucción y educación en los choferes y personal administrativo quienes constantemente maltratan a los usuarios del servicio.
- d) La informalidad en la prestación del servicio de transporte interprovincial y la carencia de recursos en las empresas para renovar flota vehicular y ofertar un servicio de calidad.
- e) La utilización del servicio de transporte interprovincial de pasajeros no es permanente manteniendo usuarios pues se incrementa solo los días de fines de semana, días festivos y feriados.
- f) Entre sus principales fortalezas el servicio de transporte en GNH – Tours S.A, puedo mencionar:
 - Regular parque automotor moderno.
 - Experiencia en el servicio.
 - Precios adecuados para la ciudadanía y terminales definidos.
 - Contribución al desarrollo local y regional.
 - No contar con personal operativo culto y educado.

- Poca comunicación entre el personal.
- La alta competencia en la informalidad y la falta de control por el Ministerio.
- No realizar evaluaciones permanentes del servicio.

5.3 Propuesta

Concluido este trabajo considero proponer a la empresa lo siguiente:

- Ofertar en el servicio de transporte interprovincial un nuevo sistema de gestión generando un “servicio de puerta a puerta”, es decir del lugar de origen (domicilio) al final de su destino (domicilio – hospedaje) con un costo adicional que se incluiría en el precio del pasaje.
- El servicio a ofrecer sería mediante unidades modernas de la propia empresa o utilizando el outsourcing cuyos costos reducirían el gasto del usuario en el viaje.
- La seguridad estaría garantizada por la empresa desde su lugar de origen hasta su destino final.
- Lo sugerido incrementaría el número de pasajeros en la empresa y fidelización, lo cual daría mayor calidad del servicio cuyo efecto final sería económico tanto para la empresa como para el usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Álvarez, F. (2007). *Calidad y auditoría en salud*. Bogotá: ECOE. Recuperado de http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=3668#.ViZe633hDIU
- ✓ Carrasco, J. (2009). *Gestión de procesos*. Santiago. Chile. Evolución S.A.
- ✓ Certo, S. (2001). *Administración moderna*. Bogotá. Colombia. Prentice Hall.
- ✓ De Andrés, J. (2008). *Marketing en empresas de servicios*. Ciudad de México. México. Alfaomega Grupo Editor, S.A. del C.V.
- ✓ Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad. La salida de la crisis*. Madrid. España. Ediciones Díaz de Santos S.A
- ✓ Fernández, R. (2008). Propósito del balance social de una empresa. *Revista de contabilidad y comercio*. Santiago. Chile. UAI
- ✓ Figueroa, O. (2005). *Transporte urbano y globalización. Políticas y efectos en América Latina*. Santiago. Chile. Revista Eure. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdfcure/v3In94/art03.pdf>
Fondo Editorial UNMSM. Biblioteca Nacional del Perú N° 2012-02572. ISBN: 978-9972-46-475-1. Lima. Perú.
- ✓ Hernández, J. (2000). *La calidad en el servicio para la satisfacción del cliente*. Recuperado de: <http://www.unisangil.edu.co/publicaciones/index.php/revista-unisangil-Empresarial/article/view/159/147>. Santander. Colombia.
- ✓ IGAPE. (2010). *Manual práctico de la PYME: Como elaborar un plan de marketing*. Galicia. España. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia.
- ✓ Kloter, P. (2001). *Dirección del Marketing*. Ciudad de México. México. Pearson.
- ✓ Kotler, P. (1996). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. Ciudad de México. México. Pearson Educación.
- ✓ Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing*. Ciudad de México. México. Pearson.
- ✓ Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. Ciudad de México. México. Pearson.
- ✓ Meregildo, G., & Santos, O. (2014). *Plan de Marketing y estimación de su impacto en las ventas de la empresa Turismo Ejecutivo S.R.L. de la ciudad de Trujillo*. Trujillo. Perú. Universidad Privada Antenor Orrego.
- ✓ Mondy, W. y Noe R. (2012). *Administración de recursos humanos*. Ciudad de México. México. Pearson Educación.
- ✓ Mujica, J. (16 de febrero de 2017). *¿Por qué nos sentimos inseguros? El Comercio*

- Lima. Perú.
- ✓ Nuñez, L. (2014). *Plan de Marketing para la Cooperativa de Transporte de Pasajeros "CITA EXPRESS"*. Quito. Ecuador. Universidad Tecnológica Israel.
 - ✓ Palomino, F. y Ames, C. (2009). *La auditoría en la gestión empresarial*. Ciudad de México. México. Prentice-Hall Hispanoamericana.
 - ✓ Pardo, C. (2009). Los cambios en los sistemas integrados de transporte masivo en las principales ciudades de América Latina. Santiago. Chile. Naciones Unidas.
Recuperado de
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3641/S2009308_es.pdf?sequence=1
 - ✓ Redacción. (23 de diciembre de 2013). Multan a 156 empresas de transporte interprovincial por mal servicio. RPP (Lima). Recuperado de
<http://rpp.pe/peru/actualidad/multan-a-156-empresas-de-transporte-interprovincial-por-mal-servicio-noticia-657105>.
 - ✓ Sainz, M. (2013). *La distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid. España. Esic.
 - ✓ Thompson, L (2005). *La satisfacción del cliente*. Recuperado de
http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos/mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfacción_del_Cliente.pdf
 - ✓ Thomson, I. (2002). *Impacto de las tendencias sociales, económicas y tecnológicas sobre el transporte público: investigación preliminar en ciudades de América latina*. Santiago de Chile: Cepal. Recuperado de
http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M7CIUOSNUoC&oi=fnd&pg=PA8&dq=estudios+sobre+transporte+urbano+de+buses&ots=EsDUYRkieG&sig=jBXEtVnIAepanaPCa50X7NL7z_w#v=onepage&q=estudios%20sobre%20transporte%20urbano%20de%20buses&f=false
 - ✓ Vela, C. (2012). *Evaluación de la Calidad*. Lima. Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
 - ✓ Reza, J. (2010). *Necesidades de la capacitación. Organización*. Ciudad de México. México. Panorama.
 - ✓ Chiavenato, I. (2010). *Administración de recursos humanos*. Bogotá. Colombia. McGraw-Hill Interamericana S.A.
 - ✓ Díaz, J. (2010). *Diccionario y manual de contabilidad y administración*. Ciudad de México. México. Libros Técnicos Elite.

ANEXOS

Anexo 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: MODELO DE GESTIÓN ECONÓMICO EMPRESARIAL PARA GARANTIZAR UN SISTEMA DE SEGURIDAD Y SERVICIO DE CALIDAD A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS GNH-TOURS S.A. EN LA CIUDAD DE LIMA.

AUTOR: NICANOR AURELIO HUACCHA ESTRADA

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	INDICADORES
¿Cómo diseñar un modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima?	Diseñar un modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios que en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.	Con el diseño de un modelo de gestión Económico Empresarial se garantizaría un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de una empresa de transportes interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.	- Modelo de gestión Económico Empresarial de una empresa interprovincial de pasajeros. - Servicios de seguridad y calidad a los usuarios del transporte Interprovincial de pasajeros.	Modelo de gestión - Servicio - Seguridad - Beneficio - Calidad - Satisfacción

PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	VARIABLES ESPECIFICAS	INDICADORES ESPECIFICOS
<p>I. Cómo estructurar un nuevo modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.</p> <p>II. Qué demanda tendrían el nuevo servicio con un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.</p>	<p>I. Elaborar el modelo de gestión económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.</p> <p>II. Determinar la demanda que tendría el servicio económico empresarial para garantizar un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios en una empresa de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima.</p>	<p>I. Con la elaboración de un modelo de gestión económico empresarial se estaría garantizando un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de una empresa de transportes interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima?</p> <p>II. Con la formulación de la demanda que tendría el servicio económico empresarial se garantizaría un sistema de seguridad y servicio de calidad a los usuarios de una empresa de transportes interprovincial de pasajeros en la ciudad de Lima?</p>	<p>- Visión ,misión y valores.</p> <p>- Diagnóstico objetivos y metas.</p> <p>- Estrategias, políticas y programas de evaluación.</p>	<p>Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oferta - Demanda - Crecimiento - Fidelización <p>Talento Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atracción - Organización - Retención - Desarrollo - Evaluación

Anexo 02

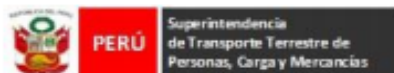
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

TÍTULO: MODELO DE GESTIÓN ECONÓMICO EMPRESARIAL PARA GARANTIZAR UN SISTEMA DE SEGURIDAD Y SERVICIO DE CALIDAD A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS GNH-TOURS S.A. EN LA CIUDAD DE LIMA.

AUTOR: NICANOR AURELIO HUACCHA ESTRADA

VARIABLE DEPENDIENTE	FORMULACIÓN	EJECUCIÓN	CLASIFICACIÓN	INDICADORES
Como afecta a la calidad del servicio u operación, con una gestión institucional limitada en la administración de sus recursos RR.H.H, materiales, tecnológicos y económicos	Formular los procesos técnicos y las herramientas modernas para una eficiente administración de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos, que mejoren la gestión institucional	Con la formulación de los procesos técnicos y las herramientas modernas de la gestión institucional, se estaría optimizando la administración de los recursos e incrementando los indicadores de eficiencia y eficacia	V.D. -Talento humano. -Recursos Materiales -Recursos tecnológicos -Recursos económicos	Atracción Organización Retención Desarrollo y Evaluación Bienes de inversión Gestionar bienes y servicios Presupuesto Recursos para investigación Gastos cambiantes Resultados
VARIABLE INDEPENDIENTE	FORMULACIÓN			
Modelo de gestión económico interprovincial de la empresa	Servicios de seguridad y calidad a los usuarios del transporte interprovincial.			

Anexo 03



ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA) EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS AÑO 2013

05/05/2014

Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACCIDENTES	M	H	FLOTA ⁽¹⁾	IPA ⁽²⁾
1	EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL GONZALES S.A.C.	3	21	43	5	76.2
2	EMPRESA DE TRANSPORTES Y REPRESENTACIONES TURISMO CENTRAL S.A.	8	47	55	71	27.4
3	TRANSPORTE WARI S.A.C.	4	4	85	19	21.3
4	EMPRESA DE TRANSPORTES TICLLAS S.A.C.	5	27	15	35	17.6
5	TRANSPORTES TURISTICOS REYBUS S.R.L.	2	4	21	7	10.6
6	EXPRESO ANTEZANA HNOS. S.A.	3	20	43	35	10.5
7	EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HERMANOS SRLTDA	22	19	92	354	10.4
8	TRANSMAR EXPRESS S.A.C.	5	1	77	40	10.1
9	JULSA ANGELES TOURS S.A.C.	6	5	50	44	9.5
10	EMPRESA DE TRANSPORTES HORNA E HIJOS SRLTDA.	1	32	8	15	9.1
11	S & I TRANSPORTES ORIENTAL E.I.R.L.	1	0	9	1	9.0
12	EMPRESA DE TRANSPORTES DESTINOS EXPRESS E.I.R.LTDA.	2	0	21	5	8.4
13	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO APOSTOL SAN PEDRO E.I.R.LTDA.	2	0	49	12	8.2
14	TURISMO CIVA S.A.C.	14	7	85	202	7.8
15	INVERSIONES CARGO SANTA ANA S.A.C.	1	7	50	10	7.8
16	EMPRESA DE TRANSPORTES EL EXPRESO S.A.C.	2	1	7	3	7.3
17	EMPRESA DE TRANSPORTES RONCO PERU S.A.C.	4	5	36	31	7.2
18	EXPRESO SANCHEZ S.R.LTDA.	2	5	31	15	6.8
19	EMPRESA DE TRANSPORTES SOL ANDINO E.I.R.L.	1	1	30	5	6.8
20	EMPRESA DE TRANSPORTES EL SOLITARIO S.A.C.	3	2	9	9	5.7
21	EMPRESA DE TRANSPORTES AVE FENIX S.A.C.	8	4	45	87	5.6
22	CORPORACIÓN SUPER LATINO S.A.	4	1	17	15	5.6
23	EMPRESA DE TRANSPORTES POOL E.I.R.L.	1	2	28	7	5.1
24	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO CHALLENGER S.A.	1	0	25	5	5.0
25	TRANSPORTES LLAMOSAS S.R.L.	1	0	9	2	4.5

(1) Actualizado a marzo del 2014 según el registro del MTC.

(2) $IPA = \frac{NA(4NM+NL)}{NVH}$, Donde: IPA = Índice de participación en accidentes de tránsito, NA = Número de accidentes con consecuencias de muerte o lesiones graves, NM = Número de muertos, NL = Número de heridos, NVH = Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte interprovincial regular de personas. Indicador aprobado mediante Directiva Nº 002-2005-MTC/15 y Resolución Directoral Nº 6253-2005-MTC/15.

Fuente: PNP, MTC, SUTRAN



Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACCIDENTES	M	H	FLOTA ⁽¹⁾	IPA ⁽²⁾
26	EMPRESA DE TRANSPORTES ANDIA S.A.C.	4	1	7	10	4.4
27	EXPRESO CIAL S.A.C.	3	5	30	35	4.3
28	EMPRESA DE TRANSPORTES UNIDOS DEL CENTRO S.A.	2	2	21	14	4.1
29	EMPRESA DE TRANSPORTES CHICLAYO S.A.	3	4	33	36	4.1
30	CARACOL S.A. TURISMO DE INTEGRACIÓN SUDAMERICANA	1	0	19	5	3.8
31	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO COCHACHI S.C.R.L.	1	1	26	8	3.8
32	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO PACIFICO DEL SUR S.R.LTDA.	1	1	11	4	3.8
33	TRANSPORTES CRUZ DEL SUR S.A.C.	12	4	76	309	3.6
34	TURISMO EXPRESO LATINOAMERICANO E.I.R.L.	1	11	40	26	3.2
35	MALDONADO TOURS NUEVA IMAGEN S.A.C.	2	1	4	5	3.2
36	EMPRESA DE TRANSPORTES HALCON ANDINO E.I.R.L.	1	4	19	11	3.2
37	TRANSPORTES G M INTERNACIONAL S.A.C.	2	4	44	39	3.1
38	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO LOBATO S.A.C.	6	1	23	53	3.1
39	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO SULLANA EXPRESS S.A.C.	1	2	10	6	3.0
40	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO DE COLORES S.A.	1	1	5	3	3.0
41	JUNIOR GAS E.I.R.L.	1	0	6	2	3.0
42	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO AMPAY S.C.R.L.	1	2	29	13	2.8
43	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL TOUR - PERU E.I.R.LTDA.	2	1	7	8	2.8
44	EMPRESA DE TRANSPORTES Y COMERCIALIZACION YOLA S.R.L.	1	0	11	4	2.8
45	EMPRESA DE TRANSPORTES FRAEL TOURS S.A.C.	2	0	12	9	2.7
46	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO ILUCAN S.A.C.	1	5	9	11	2.6
47	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO CABANINO S.A.	2	2	14	17	2.6
48	TURISMO ERICK EL ROJO S.A.	5	5	4	47	2.6
49	EMPRESA DE TRANSPORTES BERROA ZEVALLOS E.I.R.L.	1	0	10	4	2.5
50	CHAVIN EXPRESS S.A.C.	1	1	25	12	2.4

(1) Actualizado a marzo del 2014 según el registro del MTC.

(2) IPA= $NA / (4NM + NL) / NVH$, Donde: IPA = Índice de participación en accidentes de tránsito, NA=Número de accidentes con consecuencias de muerte o lesiones graves, NM=Número de muertos, NL=Número de heridos, NVH= Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte interprovincial regular de personas. Indicador aprobado mediante Directiva N° 002-2005-MTC/15 y Resolución Directoral N° 6253-2005-MTC/15.

Fuente: PNP, MTC, SUTRAN



**ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA)
EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS
AÑO 2014**

27/02/2015

Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACCIDENTES	M	H	FLOTA ⁽¹⁾	IPA ⁽²⁾
1	TURISMO RODRIGUEZ S.A.C.	2	2	47	2	55.0
2	EXPRESO RONCO PERU SAC	1	12	15	2	31.5
3	TRANSPORTES INTERNACIONAL REAL CHANCAS S.A.C.	1	0	31	2	15.5
4	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO GUADALUPE S.A.	1	21	31	9	12.8
5	EXPRESO MOLINA UNION S.A.C.	7	10	76	66	12.3
6	EMPRESA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS Y CARGA CAVASSA S.A.C.	3	16	65	34	11.4
7	EMPRESA DE TRANSPORTES MARCELO HERMANOS S.R.LTDA.	2	5	12	6	10.7
8	TRANSPORTES JACANBUS S.A.C.	1	5	28	5	9.6
9	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO LA PERLA DEL SUR S.R.LTDA.	2	7	40	15	9.1
10	TURISMO INTERNACIONAL MORI S.R.LTDA.	3	3	0	4	9.0
11	INVERSIONES CARGO SANTA ANA S.A.C.	2	2	36	10	8.8
12	EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HERMANOS S.C.R.LTDA.	14	21	135	356	8.6
13	TRANSPORTES ANITA E.I.R.L.	3	0	35	13	8.1
14	JULSA ANGELES TOURS S.A.C.	4	12	40	44	8.0
15	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL PALOMINO S.A.C.	5	5	62	52	7.9
16	EXPRESO ANTEZANA HNOS. S.A.	4	1	58	35	7.1
17	TURISMO ERICK EL ROJO S.A.	5	5	37	47	6.1
18	ROMELIZA S.A.C.	2	4	21	13	5.7
19	TURISMO TITANIC S.A.	2	2	40	18	5.3
20	TRANSPORTES Y TURISMO INTERNACIONAL CARLITOS S.A.C.	2	0	8	3	5.3
21	LINEA INTERPROVINCIAL Y TURISMO EN BUS E.I.R.L.	1	0	16	4	4.0
22	EMPRESA DE TRANSPORTES PERU BUS S.A.	11	5	32	146	3.9
23	TRANSPORTES CRUZ DEL SUR S.A.C.	10	2	34	123	3.4
24	ESTRELLA POLAR S.A.C.	3	2	16	23	3.1
25	EMPRESA DE TRANSPORTES MEGABUS S.A.C.	1	0	36	13	2.8

(1) Actualizado a marzo del 2015 según el registro del MTC.

(2) IPA= NA(4NM+NL)/NVH, Donde: IPA =índice de participación en accidentes de tránsito, NA=Número de accidentes con consecuencias de muerte o lesiones graves, NM=Número de muertos, NL=Número de heridos, NVH= Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte interprovincial regular de personas. Indicador aprobado mediante Directiva Nº 002-2005-MTC/15 y Resolución Directoral N° 6253-2005- MTC/15.

Fuente: PNP, MTC, SUTRAN

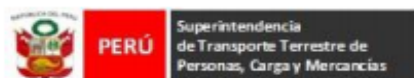
Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACCIDENTES	M	H	FLOTA ⁽¹⁾	IPA ⁽²⁾
26	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO CONTINENTAL DEL SUR S.C.R.L.	1	1	25	11	2.6
27	EXPRESO INTERNACIONAL VIRGEN DE CHAPI E.I.R.L.	2	2	1	7	2.6
28	EMPRESA DE TRANSPORTES JUNÍN S.R.LTDA.	2	6	4	23	2.4
29	TURISMO CIVA S.A.C.	10	4	31	195	2.4
30	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO RARAZ S.A.C.	1	0	38	17	2.2
31	TOURS ANGEL DIVINO S.A.C.	2	2	29	34	2.2
32	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO AMPAY S.C.R.L.	2	1	10	13	2.2
33	SOYUZ S.A.	7	2	26	119	2.0
34	EXPRESO POWER E.I.R.L.	4	2	7	30	2.0
35	TURISMO MURGA SERRANO E.I.R.L.	3	3	10	34	1.9
36	EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO OLANO S.A.	5	4	11	74	1.8
37	EMPRESA DE TRANSPORTES DIFERENCIAL ASOCIADOS S.A.	2	0	12	14	1.7
38	EMPRESA DE TRANSPORTES RONCO PERU S.A.C.	3	2	9	31	1.6
39	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO DIRECTO ASEGURADO S.A.	2	3	14	34	1.5
40	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO HUAMANGA S.A.C.	1	1	18	16	1.4
41	EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO S.A.C.	1	0	19	14	1.4
42	SELVA TOURS S.R.L.	1	2	0	6	1.3
43	AMERICA EXPRESS S.A.	4	2	20	86	1.3
44	TRANSPORTES CROMOTEX S.A.C.	4	5	11	98	1.3
45	EMPRESA DE TRANSPORTES AVE FENIX S.A.C.	2	10	13	86	1.2
46	EXPRESO TURISMO SAN MARTIN E.I.R.L.	2	3	0	20	1.2
47	TRANSPORTE CUEVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	2	0	7	1.1
48	CORPORACION SUPER LATINO S.A.	3	1	2	16	1.1
49	EMPRESA DE TRANSPORTES CRUZ DEL NORTE S.A.C.	2	1	11	29	1.0
50	TRANSPORTES TRANSZELA S.R.L.	1	0	17	18	0.9

(1) Actualizado a marzo del 2015 según el registro del MTC.

(2) $IPA = \frac{NA(4NM+NL)}{NVH}$, Donde: IPA = Índice de participación en accidentes de tránsito, NA = Número de accidentes con consecuencias de muerte o lesiones graves, NM = Número de muertos, NL = Número de heridos, NVH = Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte interprovincial regular de personas. Indicador aprobado mediante Directiva Nº 002-2005-MTC/15 y Resolución Directoral Nº 6253-2005-MTC/15.

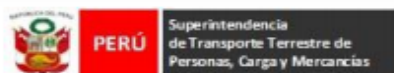
Fuente: PNP, MTC, SUTRAN

Anexo 05



Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACC. (A)	M	H	FLOTA	IPA ⁽¹⁾
26	EMPRESA DE TRANSPORTES PERU BUS S.A.C.	2	1	16	10	4.0
27	TRANSPORTES EL PINO S.A.C.	3	4	47	52	3.6
28	JULSA ANGELES TOURS S.A.C.	3	2	26	29	3.5
29	TRANSPORTES FAMA TOUR SAC	1	0	25	8	3.1
30	TRANSPORTES ANITA E.I.R.L.	1	0	31	10	3.1
31	EMPRESA DE TRANSPORTES Y REPRESENTACIONES TURISMO CENTRAL S.A.	5	5	18	62	3.1
32	EXPRESO SANTA CLARA LOPEZ SALAZAR SCRL	1	4	21	14	2.6
33	EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EL HUARALINO S.A.C.	1	3	1	5	2.6
34	EMPRESA DE TRANSPORTES LIBERTAD S.C.R.LTDA.	2	0	9	7	2.6
35	EMPRESA DE TRANSPORTES ICTSA S.A.C.	1	0	15	6	2.5
36	EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HERMANOS SCRLTDA	10	9	50	352	2.4
37	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL PALOMINO S.A.C.	6	0	21	53	2.4
38	TRANSPORTES CROMOTEX S.A.C.	6	1	18	56	2.4
39	EMPRESA DE TRANSPORTES EL SOL S.A.	2	3	20	29	2.2
40	EXPRESO INTERNACIONAL ESPINOZA S.A.C.	1	1	20	11	2.2
41	EMPRESA DE TRANSPORTES GRUPO HORNA S.A.C.	1	3	34	22	2.1
42	EMPRESA DE TRANSPORTES FERKAXI S.A.C.	1	3	13	12	2.1
43	EMPRESA DE TRANSPORTES JUNIN S.R.LTDA.	3	0	13	19	2.1
44	EMPRESA DE TRANSPORTES FRAEL TOURS S.A.C.	1	0	14	7	2.0
45	TURISMO AMANECEER PERU S.A.C.	1	0	6	3	2.0
46	INTERNACIONAL DE TRANSPORTE TURISTICO Y SERVICIOS S.R.LTDA.	3	3	49	92	2.0
47	EXPRESO LOS CHANKAS S.R.L.	1	1	23	14	1.9
48	EMPRESA DE TRANSPORTES TICLLAS S.A.C.	1	4	60	41	1.9
49	EMPRESA DE TRANSPORTES EMAUS S.A.C.	2	1	3	8	1.8
50	TOURS ANGEL DIVINO S.A.C.	2	2	23	39	1.6

(1) IPA : INDICE DE PARTICIPACION EN ACCIDENTES DE TRANSITO, CREADO SEGÚN DIRECTIVA Nº. 002-2005-MTC/15, APROBADA MEDIANTE RESOLUCIÓN DIRECTORAL Nº. 6253-2005-MTC/15, DONDE A=CANTIDAD DE ACCIDENTES, M=FALLECIDOS, H=HERIDOS, FLOTA= CANTIDAD DE VEHICULOS HABILITADOS POR EMPRESA. FLOTA DE EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS ACTUALIZADO A JUNIO 2015 DE ACUERDO AL REGISTRO DEL MTC. FUENTE: REPORTE DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO PNP-DIRPRCAR Y DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONSOLIDADOS POR BASE SUTRAN.



**ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA)
EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS
AÑO 2015**

Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE	ACC. (A)	M	H	FLOTA	IPA ⁽¹⁾
1	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO CHALLENGER S.A.	2	40	46	6	68.7
2	EXPRESO SANCHEZ S.R.LTDA.	3	22	98	16	34.9
3	TURISMO MURGA SERRANO E.I.R.L.	3	39	63	29	22.7
4	M & C ENLACES S.A.	2	7	36	7	18.3
5	EMPRESA DE TRANSPORTES UNIDOS DEL CENTRO S.A.	2	5	64	11	15.3
6	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO COCHACHI S.C.R.L.	2	2	47	8	13.8
7	TURISMO CIVA S.A.C.	12	15	126	189	11.8
8	EMPRESA DE TRANSPORTES ROYAL BUSS S.A.C.	1	14	14	7	10.0
9	EXPRESO INTERNACIONAL VIRGEN DE CHAPI E.I.R.L.	2	7	21	10	9.8
10	EMPRESA DE TRANSPORTES PERU BUS S.A.	11	6	69	117	8.7
11	EXPRESO ANTEZANA HNOS S.A.	4	3	49	32	7.6
12	EL PICAFLOR TOURS S.A.C.	1	3	16	4	7.0
13	TURISMO JAEN S.R.L.	2	0	32	10	6.4
14	EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO OLANO S.A. – OLTURSA	10	3	35	85	5.5
15	TRANSPORTES TURISTICOS REYBUS S.R.L.	1	5	17	7	5.3
16	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO LA PERLA DEL SUR S.R.LTDA.	2	2	37	18	5.0
17	EMPRESA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS Y CARGA CAVASSA S.A.C.	3	1	66	42	5.0
18	BAHIA CONTINENTAL S.A.C.	2	9	14	20	5.0
19	TURISMO ERICK EL ROJO S.A.	1	37	42	41	4.6
20	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO SOL PERUANO S.A.C.	2	3	32	19	4.6
21	ANDORIÑA TOURS S.R.L.	1	4	30	10	4.6
22	CHAVIN EXPRESS S.A.C.	2	0	20	9	4.4
23	EMPRESA DE TRANSPORTES CINCO TOURS S.A.	1	1	17	5	4.2
24	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO BARRANCA S.A.	4	4	48	63	4.1
25	EMPRESA DE TRANSPORTES GRUPO HORNA S.A.C.	2	3	38	25	4.0

(1) IPA : INDICE DE PARTICIPACION EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO, CREADO SEGÚN DIRECTIVA Nº. 002-2005-MTC/15, APROBADA MEDIANTE RESOLUCIÓN DIRECTORAL Nº. 6253-2005-MTC/15, DONDE A=CANTIDAD DE ACCIDENTES, M=FALLECIDOS, H=HERIDOS, FLOTA= CANTIDAD DE VEHICULOS HABILITADOS POR EMPRESA. FLOTA DE EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS ACTUALIZADO A JUNIO 2015, DE ACUERDO AL REGISTRO DEL MTC. FUENTE: REPORTE DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO PNP-DIRPRCAR Y DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONSOLIDADOS POR BASE SUTRAN.

**PERÚ**Superintendencia
de Transporte Terrestre de
Personas, Carga y Mercancías

"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"

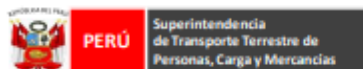
ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA) EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS AÑO 2016

Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE	ACC. (A)	M	H	FLOTA	IPA ⁽¹⁾
1	ESTRELLA POLAR S.A.C.	3	24	32	15	25.6
2	EMPRESA DE TRANSPORTES MEGABUS S.A.C.	3	13	63	14	24.6
3	EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HERMANOS S.C.R.LTDA.	16	33	166	328	14.5
4	EMPRESA DE TRANSPORTES JUNIN S.R.LTDA.	3	4	36	12	13.0
5	INVERSIONES EN TRANSPORTE Y TURISMO LIBERTADORES S.A.C.	4	2	57	20	13.0
6	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL PALOMINO S.A.C.	4	20	42	47	10.4
7	EXPRESO TURISMO SAN MARTIN E.I.R.L.	2	7	87	23	10.0
8	EMPRESA DE TRANSPORTES PIURA MORROPON S.A.	1	5	9	3	9.7
9	EMPRESA DE TRANSPORTES Y REPRESENTACIONES TURISMO CENTRAL S.A.	5	5	74	58	8.1
10	EMPRESA DE TRANSPORTES LIBERTAD S.C.R.LTDA.	2	3	20	8	8.0
11	EXPRESO MOLINA UNION S.A.C.	7	5	41	54	7.9
12	EMPRESA TRANSPORTES TURISMO CARHUAMAYO S.C.R.L.	4	0	24	13	7.4
13	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO EXPRESS INTERNACIONAL SUR ORIENTE S.R.L.	2	0	40	11	7.3
14	EMPRESA DE TRANSPORTES FRAEL TOURS S.A.C.	1	8	25	8	7.1
15	TURISMO SAN LUIS DEL SUR E.I.R.L.	1	0	41	6	6.8
16	EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EL HUARALINO S.A.C.	2	0	18	6	6.0
17	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES RARAZ S.A.C.	2	1	10	5	5.6
18	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO VIA EXPRESS E.I.R.L.	1	10	2	8	5.3
19	TRANSPORTES Y TURISMO INTERNACIONAL CARLITOS S.A.C.	1	0	15	3	5.0
20	CHAVIN EXPRESS S.A.C.	1	1	25	6	4.8
21	TRANSPORTE WARI S.A.C.	3	1	87	57	4.8
22	EMPRESA DE TRANSPORTES MOQUEGUA TURISMO S.R.L.	3	0	33	21	4.7
23	TURISMO CIVA S.A.C.	7	26	44	220	4.7
24	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO BARRANCA S.A.	7	2	33	62	4.6
25	TEDDY TOURS E.I.R.L.	1	0	18	4	4.5

(1) IPA : ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO, CREADO SEGÚN DIRECTIVA Nº. 002-2005-MTC/15, APROBADA MEDIANTE RESOLUCIÓN DIRECTORAL Nº. 6253-2005-MTC/15, DONDE A=CANTIDAD DE ACCIDENTES, M=FALLECIDOS, H=HERIDOS, FLOTA= CANTIDAD DE VEHÍCULOS HABILITADOS POR EMPRESA, FLOTA HABILITADA DE EMPRESAS DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE PERSONAS, DE ACUERDO A LOS REGISTROS DEL MTC. FUENTE: REPORTE DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO PNP-DIRPRCAR Y DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONSOLIDADOS POR BASE SUTRAN/SGSE/GSF.

Nº	EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS	ACC. (A)	M	H	FLOTA	IPA ⁽¹⁾
26	MOVIL BUS S.A.C	6	2	68	103	4.4
27	TRANSPORTES EL PINO S.A.C.	5	0	47	55	4.3
28	EXPRESO TURISMO AGUILAS S.A.C.	1	5	0	5	4.0
29	EXPRESO CONTINENTAL S.A.	1	2	0	2	4.0
30	COSTEÑO EXPRESS S.A.C.	1	1	32	9	4.0
31	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO H BUS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	0	8	2	4.0
32	EMPRESA DE TRANSPORTES TRUJILLO EXPRESS S.R.L.	1	12	40	24	3.7
33	TRANSPORTES LINEA S.A.	3	15	34	78	3.6
34	TRANSPORTES EDATUR S.R.L.	2	0	25	14	3.6
35	JULSA ANGELES TOURS S.A.C.	3	7	11	35	3.3
36	EMPRESA DE TRANSPORTES TOUR PRESIDENCIAL AGA E.I.R.L.	1	0	19	6	3.2
37	EXPRESO LOS CHANKAS S.R.L.	2	2	17	16	3.1
38	EMPRESA DE TRANSPORTES SOL ANDINO E.I.R.L.	1	1	5	3	3.0
39	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO LOBATO S.A.C.	3	0	42	44	2.9
40	SHALOM EXPRESS S.A.C.	3	1	8	14	2.6
41	EMPRESA DE TRANSPORTES ARZAPALO S.R.L.	2	0	6	5	2.4
42	EMPRESA DE TRANSPORTES GUTARRA S.A.	1	2	11	8	2.4
43	EMPRESA DE TRANSPORTES SANTA URSULA S.A.C.	1	1	10	6	2.3
44	EXPRESO TURISMO ANDINO S.A.	1	2	15	10	2.3
45	EMPRESA DE TRANSPORTES SALCEDO HERMANOS S.R.L.	1	1	20	11	2.2
46	EXPRESO SANCHEZ S.R.L.	2	0	17	16	2.1
47	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO JUDITH E.I.R.L.	1	1	13	8	2.1
48	TRANSPORTES Y TURISMO REYNA S.R.L.	3	1	20	35	2.1
49	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO CONTINENTAL DEL SUR S.C.R.L.	2	1	5	9	2.0
50	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO SOL PERUANO S.A.C.	2	0	7	7	2.0

(1) IPA : INDICE DE PARTICIPACION EN ACCIDENTES DE TRANSITO, CREADO SEGÚN DIRECTIVA Nº. 002-2005-MTC/15, APROBADA MEDIANTE RESOLUCIÓN DIRECTORAL Nº. 6253-2005-MTC/15, DONDE A=CANTIDAD DE ACCIDENTES, M=FALLECIDOS, H=HERIDOS, FLOTA= CANTIDAD DE VEHICULOS HABILITADOS POR EMPRESA. FLOTA HABILITADA DE EMPRESAS DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE PERSONAS, DE ACUERDO A LOS REGISTROS DEL MTC. FUENTE: REPORTE DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO PNP-DIRPRCAR Y DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONSOLIDADOS POR BASE SUTRAN/SGSE/GSF.



DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES*
 AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL

**INDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA) EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS
 AÑO 2017**

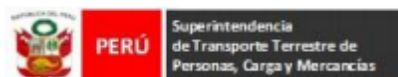
(DIRECTIVA N°0002-2005-MTC/15, APROBADA CON RESOLUCION DIRECTORAL N° 6253-2005-MTC/15)

N°	EMPRESAS DE TRANSPORTES	ACC. (A)	M	H	FLOTA	IPA ⁽¹⁾
1	INTERNACIONAL VIA BUSS S.A.C.	1	2	24	1	32.0
2	EMPRESA DE TRANSPORTES Y REPRESENTACIONES TURISMO CENTRAL S.A.	6	13	110	40	24.3
3	EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS Y TURISMO EL SOL RED S.A.C.	1	2	13	1	21.0
4	REPRESENTACIONES PERLA EXPRESS S.A.	2	0	26	3	17.3
5	EMPRESA DE TRANSPORTES LOS ANDES S.R.L.	2	0	17	2	17.0
6	REY TOURS E.I.R.L.	1	12	35	5	16.6
7	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO UNIVERSO E.I.R.L.	2	9	70	13	16.3
8	SHALOM EXPRESS S.A.C.	3	1	52	14	12.0
9	EMPRESA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS Y CARGA CAVASSA S.A.C.	5	16	52	51	11.4
10	TRANSPORTES FAMA TOUR S.A.C.	2	2	29	8	9.3
11	EXPRESO MOLINA UNION S.A.C.	7	2	47	47	8.2
12	EXPRESO EJETUR S.A.C.	1	0	8	1	8.0
13	WORLD TAXI INTERNATIONAL S.A.C.	2	2	18	7	7.4
14	EMPRESA DE TRANSPORTES DIFERENCIAL ASOCIADOS S.A.	4	2	8	10	6.4
15	INVERSIONES CARGO SANTA ANA S.A.C.	2	4	6	7	6.3
16	INTERNACIONAL CRUCERO S.A.C.	2	2	14	8	5.5
17	CRUZERO EXPRESS MULTISERVICIOS S.A.C.	2	3	26	14	5.4
18	EXPRESO TURISMO TACNA INTERNACIONAL S.C.R.L.	2	1	13	7	4.9
19	TOURS ANGEL DIVINO S.A.C.	5	0	42	49	4.3
20	EMPRESA DE TRANSPORTES FLORES HERMANOS S.C.R.LTDA.	14	3	81	318	4.1
21	COORPORACION PERU TOURS SEÑOR DE HUANCA S.R.L.	1	0	20	5	4.0
22	TRANSPORTES MENDO EIRL	2	1	5	5	3.6
23	EL PICAFLOR TOURS SAC	1	4	2	5	3.6
24	EXPRESO SANCHEZ S.R.L.	1	5	39	17	3.5
25	SELVA TOURS SRL	1	3	3	5	3.0
26	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO NACIONAL CERRO DE PASCO S.R.LTDA.	3	0	42	45	2.8
27	TRANSPORTES MERCEDES S.R.L.	2	0	11	8	2.8
28	MOVIL TOURS S.A.	2	2	21	22	2.6
29	EMPRESA DE TRANSPORTES TRANSAMAZONICA E.I.R.L.	2	0	17	13	2.6
30	ANDORIÑA TOURS S.R.L	2	2	6	11	2.5

**PERÚ**Superintendencia
de Transporte Terrestre de
Personas, Carga y MercancíasDECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES*
"AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"

31	TRANSPORTES HANS TOURS E.I.R.L.	1	0	5	2	2.5
32	J & R SERVICIOS GENERALES E INVERSIONES S.A.C.	1	0	19	8	2.4
33	TRANSPORTES CROMOTEX S.A.C.	3	3	24	46	2.3
34	EMPRESA DE TRANSPORTE Y TURISMO WAYRA E.I.R.L.	1	1	10	6	2.3
35	EMPRESA DE TRANSPORTES EL SOL S.A.	2	3	13	23	2.2
36	EXPRESO EL PERUANITO S.A.C.	1	1	0	2	2.0
37	EXPRESO TURISMO MAYTA S.A.C.	1	0	8	4	2.0
38	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO COCHACHI S.C.R.L.	1	0	12	6	2.0
39	TRANSPORTES EL GIGANTON S.A.C.	1	0	2	1	2.0
40	EMPRESA DE TRANSPORTES JOSE HUAPAYA SORIANO S.A.	3	1	23	41	2.0
41	EXPRESO ANTEZANA HNOS. S.A.	2	1	27	32	1.9
42	EXPRESO INTERNACIONAL ESPINOZA S.A.C.	1	3	1	7	1.9
43	TRANSPORTES ANITA E.I.R.L.	1	0	12	7	1.7
44	TRANSPORTE INTERNACIONAL DIVINO SEÑOR S.A.C.	2	1	5	11	1.6
45	EMPE TRANSP SALAZAR EIRL ETRANSA	1	2	12	13	1.5
46	EMPRESA DE TRANSPORTES PERU BUS S.A.	6	3	23	139	1.5
47	TRANSPORTES Y TURISMO VICHAMA SAC	1	1	2	4	1.5
48	INTERNACIONAL CHALLENGERS S.A.C.	1	1	3	5	1.4
49	TRANSPORTES Y TURISMO INTERNACIONAL CARLITOS S.A.C.	1	0	7	5	1.4
50	EMPRESA DE TRANSPORTES APOCALIPSIS S.A.	2	0	9	13	1.4

(1) IPA: Índice de Participación en Accidentes de Tránsito. Creado según directiva N° 002-2005-MTC/15, aprobada mediante resolución directoral N° 6253-2005-MTC/15, donde A= cantidad de accidentes, M= Fallecidos, H=heridos, Flota= cantidad de vehículos habilitados por empresa. Flota habilitada de empresas de servicios de transporte de personas, de acuerdo a los registros del MTC. Fuente: Reporte de accidentes de tránsito PNP-DIRPRCAR y de medios de comunicación consolidados por Base SUTRAN (SGSE)



**ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA)
EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PERSONAS
AÑO 2018**

N°	EMPRESA	N° DE ACCIDENTES (NA)	N° DE FALLECIDOS (NM)	N° DE HERIDOS (NL)	N° FLOTA VEHICULAR (NVH)	IPA
1	EMPRESA DE TRANSPORTES LEONCIO PRADO S.A.	1	8	47	2	39.50
2	EXPRESS TOURS YUNGUYO S.R.L.	1	15	18	2	39.00
3	EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO COLECTIVO INKATERRA TOUR S.R.L.	1	4	17	1	33.00
4	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES RARAZ S.A.C.	2	8	29	4	30.50
5	AROMA RIAPRL TOURS S.R.L.	2	2	17	3	16.67
6	EXPRESO SAGITARIO E.I.R.L.	1	3	59	5	14.20
7	EMPRESA DE TRANSPORTES GUTARRA S.A.	2	6	37	10	12.20
8	EMPRESA DE TRANSPORTES DE PASAJEROS Y CARGA CAVASSA S.A.C.	6	1	85	57	9.37
9	ECO NATURA TOURS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ECO NATURA TOURS E.I.R.L.	1	24	15	12	9.25
10	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO SELVA S.A.C	1	5	31	6	8.50
11	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO - TURISMO EN BUSS E.I.R.L.	1	1	4	1	8.00
12	EMPRESA DE TRANSPORTES Y REPRESENTACIONES TURISMO CENTRAL S.A.	2	7	61	23	7.74
13	EMPRESA DE TRANSPORTES SAN MARTIN DE PORRES S.A.	1	52	6	29	7.38
14	EXPRESO POWER E.I.R.L.	3	3	35	20	7.05
15	TRANSPORTE WARI S.A.C.	6	2	24	28	6.86
16	FLOR MOVIL S.A.C.	1	1	30	5	6.80
17	AFER TRAVEL S.A.C.	1	2	12	3	6.67
18	THE WORLD PERU EXPLORER S.R.L.	1	0	20	3	6.67
19	INTERNACIONAL PERU S.A.C.	1	0	6	1	6.00
20	EMPRESA DE TRANSPORTES APOCALIPSIS S.A.	4	1	21	17	5.88
21	TRANSPORTES Y TURISMO REYNA S.R.L.	5	8	48	75	5.33
22	TRANSPORTES GIL MUÑOZ S.A.C.	1	2	6	3	4.67
23	TRANSPORTES MENDOZA S.R.L.	1	2	6	3	4.67
24	EMPRESA DE TRANSPORTES Y TURISMO CAMANA UNO S.A.	1	2	5	3	4.33
25	EMPRESA DE TRANSPORTES SANTA CRUZ DE CONCEPCION S.R.L.	2	2	13	10	4.20

Nota:

IPA: Índice de Participación en Accidentes de Tránsito, creado mediante Directiva N°. 002-2005-MTC/15, aprobada con Resolución Directoral N°. 6253-2005-MTC/15.

IPA = NA (4NM+NL)/NVH: Donde: NA: Número de accidentes con daños personales, NM: Número de muertos o fallecidos, NL: Número de heridos, NVH: Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte de personas.

Fuentes:

(1) Dirección de Protección de Carreteras de la Policía Nacional del Perú - DIRPRCAR-PNP (Accidentes)

(2) Centro de Gestión y Monitoreo de la SUTRAN - CGM SUTRAN (Accidentes)

(3) Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC (Vehículos y empresas habilitadas para el Servicio de Transporte Terrestre de Personas - al 28 de enero de 2019).

Elaboración:

Subgerencia de Estudios (SGE) - Gerencia de Estudios y Normas (GEN).

ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO (IPA) EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PERSONAS AÑO 2018

N°	EMPRESA	N° DE ACCIDENTES (NA)	N° DE FALLECIDOS (NM)	N° DE HERIDOS (NL)	N° FLOTA VEHICULAR (NVH)	IPA
26	EMPRESA DE TRANSPORTES TURISMO ROSARIO S.A.C.	1	5	1	5	4.20
27	EMPRESA DE TRANSPORTES TICLLAS S.A.C. - E.T.T.I.C.S.A.C.	4	1	37	40	4.10
28	TURISMO J Y J INTERNACIONAL E.I.R.L.	1	0	12	3	4.00
29	EMPRESA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS JULI BUSS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	4	0	4	4.00
30	EMPRESA DE TRANSPORTES FRAEL TOURS S.A.C.	1	1	0	1	4.00
31	TRANSPORTES MENDO EIRL	1	3	15	7	3.86
32	EXPRESO MOLINA UNION S.A.C.	4	1	13	19	3.58
33	EMPRESA DE TRANSPORTES RONCO PERU S.A.C.	3	1	27	26	3.58
34	TRANSPORTES ESPINOZA SERVIC GRALES S.R.L.	1	1	10	4	3.50
35	TRANSPORTES TURISMO NACIONAL CARGO S.A.C.	1	1	13	5	3.40
36	EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS CALEB TOURS E.I.R.L.	1	0	3	1	3.00
37	TRANSMAR EXPRESS SAC	3	4	41	58	2.95
38	EMPRESA DE TRANSPORTES GRUPO HORNA S.A.C.	4	2	13	30	2.80
39	EMPRESA DE TRANSPORTES JESUSANITA S.A.C.	1	1	10	5	2.80
40	EMPRESA CONSTRUCTORA JUAN DE DIOS S.R.L.	1	0	13	5	2.60
41	TRANSPORTES CROMOTEX S.A.C.	7	3	8	56	2.50
42	EMPRESA COMUNAL SOCIO EMPRESARIO SOCIEDAD ANONIMA	1	0	30	12	2.50
43	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL PALOMINO S.A.C.	5	6	20	96	2.29
44	EMPRESA DE TRANSPORTES AVE FENIX S.A.C.	8	6	9	116	2.28
45	INTERNACIONAL CHALLENGERS S.A.C.	1	0	11	5	2.20
46	PLUMA BUS S.R.L.	1	1	20	11	2.18
47	BETETA JUNIOR CORPORACION S.A.C.	1	0	13	6	2.17
48	TRANSPORTES EDATUR S.R.L.	1	0	34	16	2.13
49	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS DANIELITO S.A.C.	2	0	19	18	2.11
50	CORPORACION CHASKIS INDUSTRIA COMERCIO Y SERVICIOS S.A.C.	1	3	19	15	2.07

Nota:

IPA : Índice de Participación en Accidentes de Tránsito, creado mediante Directiva N°. 002-2005-MTC/15, aprobada con Resolución Directoral N°. 6253-2005-MTC/15.

IPA = NA (4NM+NL)/NVH: Donde: NA: Número de accidentes con daños personales, NM: Número de muertos o fallecidos, NL: Número de heridos, NVH: Número de vehículos del transportista habilitados para el servicio de transporte de personas.

Fuentes:

- (1) Dirección de Protección de Carreteras de la Policía Nacional del Perú - DIRPRCAR-PNP (Accidentes)
- (2) Centro de Gestión y Monitoreo de la SUTRAN - CGM SUTRAN (Accidentes)
- (3) Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC (Vehículos y empresas habilitadas para el Servicio de Transporte Terrestre de Personas - al 28 de enero de 2019).

Elaboración:

Subgerencia de Estudios (SGE) - Gerencia de Estudios y Normas (GEN).

ENCUESTA APLICADA A USUARIOS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS DE LA EMPRESA GNH – BUS

El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información relevante relacionada con la calidad de los servicios de transporte interprovincial de pasajeros de la empresa. Le solicito de la mejor manera me ayude con la contestación de las preguntas. Gracias por su colaboración.

1. ¿Cuántas veces al mes utiliza el servicio de transporte interprovincial de la empresa GNH – Bus?

- 1 o 2 veces al mes
- 3 o 4 veces al mes
- 5 o más veces al mes
- Nunca utiliza el servicio

2. ¿Considera que el costo del servicio es adecuado o no?

- SÍ NO

¿Por qué? _____

3. Según su criterio, ¿Cuál debe ser el costo adecuado del servicio de transporte en esta empresa?

Marque una opción.

- Menos de 50 soles
- 50 soles
- 60Soles
- 80Soles
- Más de 80 soles

4. ¿Qué beneficios le gustaría recibir al momento de subir a un bus de transporte de la empresa?

Marque 1 opción, la que crea más importante.

- Buen trato de parte del chofer y cobrador
- Un costo más bajo
- Asiento disponible
- Limpieza de la unidad

- Garantía de una buena conducción
- Agilidad de la transportación
- Seguridad
- Otros: _____

5. ¿Qué beneficios ha recibido al momento que se ha movilizó en un bus de la empresa de transporte? Marque las opciones que usted desee.

- Buen trato de parte del chofer y cobrador
- Cobro justo del servicio
- Asiento disponible
- Limpieza de la unidad
- Buena conducción
- Movilización hasta el lugar donde se dirigía
- Inseguridad
- Otros: _____

6. ¿En qué empresa de transporte interprovincial de buses se moviliza usted normalmente hacía la capital o viceversa?

7. ¿Cómo califica el trato que recibió de parte de choferes y asistentes?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

8. ¿Cómo califica la comodidad recibida y limpieza de los buses utilizados?

- Muy buena
- Buena

Regular

Mala

9. ¿Cómo califica el costo actual de la tarifa del servicio de transporte de buses en la empresa?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

10. ¿Cómo califica la conducción de los buses por parte de los choferes?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

11. ¿Cómo califica el cumplimiento de rutas y frecuencias del servicio?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

12. ¿Cómo calificaría usted de manera general la calidad de los servicios de transporte interprovincial de buses en la empresa?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

13. ¿Cuáles son los aspectos que usted considera deben mejorar la empresa de buses para brindar un mejor servicio a la ciudadanía? Marque 1 opción.

- Capacitar a sus choferes y cobradores con relación al trato al usuario
- Capacitar a los choferes en relación a la forma de conducir
- Adquirir nuevas unidades que no contaminen el medio ambiente
- Mantener o reducir el costo del servicio
- Tener la disponibilidad de un asiento para cada usuario
- Crear nuevas rutas que lleguen a otros sectores de la ciudad
- Dar seguridad a los usuarios
- Otros

14. ¿Cómo afectaría su economía y la de su familia la alza en la tarifa del servicio de transporte interprovincial de pasajeros?

- Mucho
- Poco
- Nada

15. De acuerdo a lo que usted ha observado, ¿considera que la empresa cumple con dar seguridad a sus usuarios?

SÍ NO

16. De acuerdo a la atención que usted ha recibido, ¿en qué empresa considera que ha recibido mejor trato? Seleccione una opción.

- Empresa Cruz del Sur
- Movil – Tours
- Tepsa
- Ninguna

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 10

ENCUESTA APLICADA A DIRECTIVOS Y TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS DE LA EMPRESA GNH – BUS

El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información relevante relacionada con la calidad de los servicios de transporte interprovincial de pasajeros de la empresa. Le solicito de la mejor manera me ayude con la contestación de las preguntas. Gracias por su colaboración.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

CARGO:

1. ¿Cuántas empresas de transporte interprovincial de buses legamente constituidas existen en Lima? ¿De cuál de ella es usted socio?

2. ¿Cuántos pasajeros promedio al mes utilizan el servicio de transporte interprovincial de buses de su empresa? (en caso de ser directivo) ¿Cuántos pasajeros promedio al día se movilizan?

3. ¿Con cuántos buses cuenta la empresa de la que usted forma parte para brindar el servicio a la ciudadanía?

4. ¿Cuál es el tiempo de vida útil que deben cumplir los buses de la empresa la que usted pertenece?

5. ¿Considera que el costo del servicio es adecuado o no?

SÍ NO

¿Por qué? _____

6. ¿Por cuánto tiempo se cobra 50 soles a los usuarios?

7. ¿Cuál sería el costo adecuado de acuerdo a su óptica?

8. ¿Qué beneficios entrega esta empresa (unidad de buses) al momento de brindar el servicio de transporte urbano?

- Buen trato de parte del chofer y cobrador
- Cobro justo del servicio
- Limpieza de la unidad
- Buena conducción
- Movilización hasta el lugar donde se dirigía
- Seguridad
- Otro: _____

9. ¿Qué nos puede decir sobre las quejas que tienen los usuarios del servicio en cuanto al mal trato que reciben de parte de choferes y cobradores, y sobre el exceso de pasajeros en ruta?

10. ¿Considera usted que el servicio otorgado es cómodo, seguro, accesible y cumple con las rutas y frecuencias establecidas?

11. ¿Cumplen las unidades de esta empresa con las características mínimas de seguridad en la prestación del servicio de origen y destino?

12. ¿Qué medidas de control ambiental ha ejercido esta empresa para evitar mayores daños al medio ambiente?

13. ¿Cómo calificaría usted la calidad de los servicios de transporte interprovincial que se brindan en la empresa GNH – Bus (de manera general)?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

14. ¿Se encuentra satisfecho con la atención por esta empresa a la ciudadanía?

SÍ NO

¿Por qué? _____

15. ¿Cuáles son los aspectos que usted considera que debe mejorar esta empresa para brindar un mejor servicio a la ciudadanía? Marque 1 opción.

- Capacitar a sus choferes y cobradores con relación al trato al usuario
- Capacitar a los choferes en relación a la forma de conducir
- Adquirir nuevas unidades que no contaminen el medio ambiente
- Mantener o reducir el costo del servicio
- Seguridad de origen a destino
- Tener la disponibilidad de asientos para cada usuario
- Crear nuevas rutas que lleguen a otros departamentos del país

- Implementar el sistema de cobro mediante tarjetas electrónicas o monedas en máquinas validadoras

16. ¿Qué sugerencias daría a la autoridad de transporte para mejorar la calidad del servicio de transporte interprovincial de buses en la ciudad de Lima?

17. ¿Qué quejas daría usted de los usuarios del servicio de transporte interprovincial en la ciudad de Lima y provincia?

18. ¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa interprovincial de buses al momento de brindar el servicio?

19. ¿Cuáles son las debilidades que tienen las empresas de buses interprovincial al momento de brinda el servicio?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN