

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“INCIDENCIA DE LA PUESTA EN MARCHA DEL NUEVO TERRAPUERTO
TRUJILLO EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE
PASAJEROS EN LA CIUDAD DE TRUJILLO 2015”**

Tesis para Obtener el Título de Licenciado en Administración

AUTORES:

Bach. ANGULO VELÁSQUEZ JOSSY FIORELLA

Bach. NÚÑEZ VELÁSQUEZ JUAN CARLOS

ASESOR:

Mg. Jorge Benites Vásquez

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

Dando cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: **“INCIDENCIA DE LA PUESTA EN MARCHA DEL NUEVO TERRAPUERTO TRUJILLO EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EN LA CIUDAD DE TRUJILLO 2015”** luego de haber culminado nuestros estudios en esta superior casa, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación ardua y constante cuyo propósito es determinar la incidencia de la puesta en marcha del nuevo Terrapuerto Trujillo en el servicio de transporte interprovincial.

Trujillo, Abril de 2016

LOS AUTORES.

AGRADECIMIENTO

- A Dios, que nos dio la vida, la oportunidad de enfrentar nuevos retos y darme la fortaleza necesaria para superarlos.

- A la Universidad Privada Antenor Orrego por brindarnos los conocimientos y valores que nos ayudan en la vida profesional, a través de sus docentes.

- A los docentes de la Escuela Profesional de Administración por todos los conocimientos y orientación impartidos a lo largo de nuestra formación académica profesional.

Br. Angulo Velásquez, Jossy Fiorella
Br. Núñez Velásquez, Juan Carlos

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a Dios, a mi Madre **MARLENE VELÁSQUEZ DÍAZ**, a mi padre **AUGUTO NÚÑEZ LEAU**, a mis hermanos **CYNTHIA NÚÑEZ, VICTOR NÚÑEZ**, y a mi sobrino **MATIAS NÚÑEZ**, por ser parte importante en mi vida y motivo para mi formación profesional, por el apoyo constante para crecer día a día.

A toda mi familia que siempre ha confiado en mí, en especial a mis tíos que me presionaron para terminar la tesis lo más pronto posible, gracias por el apoyo.

A mi enamorada **MIRIAM PINTADO**, que me apoyó en la elaboración de esta tesis, siempre presente en cada momento.

Br. Núñez Velásquez, Juan Carlos

Dedico éste logro a Dios en primer lugar, porque gracias a Él todo es posible, por guiarme por el camino del bien e iluminarme en todo momento.

A mis padres, Hernán Angulo y Vilma Velásquez, porque gracias a ellos soy lo que soy ahora, por sus exigencias y enseñanzas, para que logre cada una de mis metas, a mi hermana Julliana, por su comprensión y ayuda en cada momento.

A mi esposo Raúl Bartolo, porque ahora es mi apoyo incondicional para cualquier paso que de, por sus consejos diarios, y a mi hijo Fabrizio, porque es mi motor, fuerza y empuje para todo lo que realice en la vida.

Br. Angulo Velásquez, Jossy Fiorella

RESUMEN

El presente trabajo se realizó con el propósito de determinar la incidencia de la puesta en marcha del nuevo Terrapuerto Trujillo en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo 2015, en virtud de que en la ciudad de Trujillo, existe un número considerable de empresas de transportes ubicados en diferentes puntos de la ciudad, lo cual ha generado por muchos años un congestionamiento vehicular, mal servicio, empresas informales, falta de higiene, inseguridad, infraestructura, etc. Se elaboró objetivos específicos que nos ayude a analizar y evaluar el actual servicio de atención al cliente que brinda el Terrapuerto Trujillo, posteriormente determinar cuál es la percepción que tienen los usuarios con respecto al nuevo Terrapuerto Trujillo con una población de 720,000 usuarios en el primer trimestre y finalmente diseñar un programa de mejoramiento en el servicio interprovincial de pasajeros.

La metodología que se utilizó para obtener los datos del análisis consistió en la elaboración de encuestas y cuestionarios que se aplicaron a una muestra de 384 usuarios para determinar cuál es la percepción de los usuarios y de qué manera ha incidido para la población.

Los resultados de la presente investigación han permitido determinar que la puesta en marcha del nuevo Terrapuerto Trujillo ha incidido de manera positiva en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo.

Palabras Clave: Terrapuerto, servicio de transporte interprovincial, pasajero.

ABSTRACT

This work was performed in order to determine the impact of the implementation of the new Terrapuerto Trujillo in the service of interprovincial transport of passengers in the city of Trujillo 2015, under which the city of Trujillo, a considerable number transport companies located in different parts of the city, which for many years has generated a vehicular congestion, poor service, informal enterprises, lack of hygiene, insecurity, infrastructure, etc. specific objectives to help us analyze and evaluate the current customer service offered was drawn up Terrapuerto Trujillo, then determine the perception of users regarding the new Terrapuerto Trujillo with a population of 720,000 users in the first quarter and finally design a breeding program in interprovincial passenger service.

The methodology used for data analysis consisted in the development of surveys and questionnaires applied to a sample of 384 users to determine the perception of users and how it has affected the population.

The results of this research have established that the launch of the new Terrapuerto Trujillo has impacted positively on the service of interprovincial passenger transport in the city of Trujillo.

Keywords: Terrapuerto, interprovincial transport services, passenger.

ÍNDICE

PRESENTACION.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. Formulación del problema	03
1.1.1. Realidad problemática.....	03
1.1.2. Enunciado del problema.....	08
1.1.3. Antecedentes	08
1.1.4. Justificación.....	10
1.2. Hipótesis	11
1.3. Objetivo	11
1.3.1. Objetivo general	11
1.3.2. Objetivo específico.....	11
1.4. Marco teórico	11
1.4.1. Terrapuerto	11
1.4.2. Transporte interprovincial	14
1.4.3. La calidad	13
1.4.3.1. Definiciones.....	13
1.4.4. Servicio	15
1.4.4.1. Definiciones.....	16
1.4.4.2. Características	17
1.4.4.3. El paquete de servicio en las empresas	21
1.4.5. Calidad de servicio	21
1.4.5.1. Definiciones.....	22
1.4.5.2. Dimensiones de calidad del servicio	22
1.4.6. Calidad en servicio de transporte	23
1.5. Marco conceptual.....	24

CAPÍTULO II
MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

2.1. Material.....	27
2.1.1. Población.....	27
2.1.2. Unidad de análisis	27
2.1.3. Muestra.....	24
2.1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
2.1.4.1. Técnicas.....	25
2.2. Procedimientos.....	29
2.2.1. Diseño de contrastación	29
2.2.2. Análisis de variables	30
2.2.3. Procesamiento y análisis	31

CAPÍTULO III
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DEL NUEVO
TERRAPUERTO TRUJILLO

3.1. Situación actual de la empresa.....	33
3.1.1. Descripción de la empresa	33
3.1.2. Visión.....	34
3.1.3. Misión	34
3.1.4. Valores	34
3.1.5. Estructura organizacional.....	38
3.2. Diagnóstico del servicio de transporte del Terrapuerto Trujillo.....	39
3.3. Situación actual del proceso en la compra de pasajes	46
3.3.1. Venta de pasajes.....	46
3.3.2. Derecho de embarque.....	46
3.3.3. Sala de espera.....	47

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS PARA DETERMINAR LA
PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO INTERPROVINCIAL DE
PASAJEROS CON RESPECTO AL NUEVO TERRAPUERTO DE LA CIUDAD DE
TRUJILLO

4.1. Presentación de resultados	48
4.2. Análisis de resultados	74

CAPÍTULO V
DISEÑAR UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO
INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EN EL NUEVO TERRAPUERTO DE LA
CIUDAD DE TRUJILLO

5.1. Misión	80
5.2. Objetivos	80
5.3. Políticas	80
5.4. Etapas del servicio	81
5.4.1. Etapa I: Servicio pre-venta	82
5.4.2. Etapa II: Cliente	83
5.4.3. Etapa III: Venta de pasajes	84
5.4.4. Etapa IV: Espera del servicio	85
5.4.5. Etapa V: Prestación del servicio	86
5.4.6. Etapa VI: Fidelización del servicio	87
5.4.7. Etapa VII: Servicio post-venta	88
5.5. Personal responsable	89
5.6. Temas para el programa de capacitación	90
5.7. Control	90

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	93
Recomendaciones.....	94

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ANEXOS

Referencias bibliográficas.....	96
Anexos.	97

LISTA DE CUADROS Y TABLAS

Tabla N° 01- 2.1 Muestra	24
Tabla N° 02- 2.2. Análisis de variables	27
Cuadro N° 01– 4.1 ¿De qué manera ha incidido la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo?	46
Gráfico N° 02– 4.1 ¿Ha mejorado el servicio de transporte interprovincial gracias al Terrapuerto en la ciudad de Trujillo?	48
Cuadro N° 03– 4.1 ¿Es adecuado la ubicación del Terrapuerto Trujillo?	48
Cuadro N° 04– 4.1 ¿Por qué elegiría viajar en Terrapuerto Trujillo?	49
Cuadro N° 05– 4.1 ¿Qué clase de cliente es usted en el Terrapuerto Trujillo?	50
Cuadro N° 06– 4.1¿Con qué frecuencia viaja en el Terrapuerto Trujillo?	51
Cuadro N° 07– 4.1 ¿Encuentra en el Terrapuerto a las empresas de transporte donde viajaba anteriormente?	52
Cuadro N° 08– 4.1 ¿Cómo califica usted la distribución de las empresas de transporte en el Terrapuerto?.....	52
Cuadro N° 09– 4.1 ¿Cuánto tiempo demora en ser atendido para comprar un pasaje?.....	53
Cuadro N° 10– 4.1 ¿Cómo califica usted la atención brindada por parte del Terrapuerto?....	54
Cuadro N° 11– 4.1 ¿Ha percibido usted alguna mejora del servicio en el Terrapuerto Trujillo?	55
Cuadro N° 12– 4.1 ¿Se encuentra usted satisfecho con el precio que paga por derecho de embarque?	55
Cuadro N° 13– 4.1 ¿Cómo se siente con el proceso de compra de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?	56
Cuadro N° 14– 4.1 ¿Ha tenido algún problema con respecto a la venta de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?	57
Cuadro N° 15– 4.1 ¿La empresa informa de la hora de llegada de los buses a su destino?	58

Cuadro N° 16– 4.1 ¿El Terrapuerto cuenta con mejor infraestructura con relación a otros terminales en la ciudad de Trujillo?	59
Cuadro N° 17– 4.1 ¿Existe un adecuado sistema para recibir quejas, reclamos y sugerencias de pasajeros?	59
Cuadro N° 18– 4.1 ¿Existe puntualidad en la hora de salida de los buses?.....	60
Cuadro N° 19– 4.1 ¿Se cumple con el horario de atención en la venta de pasajes?.....	60
Cuadro N° 20– 4.1 ¿El personal de venta de pasajes se esfuerza por brindar un servicio personalizado (lo llama por su nombre, le pide que regrese pronto, etc.?.....	61
Cuadro N° 21– 4.1 ¿Cómo percibe usted el servicio del Terrapuerto referente a la rapidez en la atención por parte del personal de venta de pasajes?	62
Cuadro N° 22– 4.1 ¿Cómo calificaría la sala de espera del Terrapuerto Trujillo?.....	63
Cuadro N° 23– 4.1 ¿Cómo califica la limpieza de los servicios higiénicos en el Terrapuerto?.....	63
Cuadro N° 24– 4.1 ¿Se respeta las normas internas previstas para brindar una mayor seguridad, como la de no subir a pasajeros intermediarios?	64
Cuadro N° 25– 4.1 ¿Tiene la plena seguridad de que sus equipajes no se extraviarán?	65

LISTA DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura N° 01 Problemática – Empresas de transporte en la ciudad de Trujillo.....	03
Figura N° 02 Encomiendas	39
Figura N° 03 Baños y Duchas	40
Figura N° 04 Cable Wi-Fi.....	40
Figura N° 05 Sala de espera.....	41
Figura N° 04 Taxis.....	41
Figura N° 06 Playa de estacionamiento	42
Figura N° 07 Cajeros	42
Figura N° 08 Cafetería.....	43
Figura N° 09 Video Vigilancia	43
Figura N° 10 Molinetes.....	44
Figura N° 11 Sala de embarque VIP	44
Figura N° 12 Sala de embarque 1	44
Figura N° 13 Sala de embarque 2	44
Figura N° 14 Venta de pasajes.....	43
Figura N° 15 Derecho de embarque	43
Gráfico N° 01 - Clasificación de los atributos	19
Gráfico N° 02 - Existe una relación entre necesidades, percepción y expectativas	19
Gráfico N° 03 - Evaluación de la calidad del servicio.....	20
Gráfico N° 04 - Estructura organizacional	38
Gráfico N° 05 ¿De qué manera ha incidido la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo?	49
Gráfico N° 06 ¿Ha mejorado el servicio de transporte interprovincial gracias al Terrapuerto en la ciudad de Trujillo?.....	50

Gráfico N° 07 ¿Es adecuada la ubicación del Terrapuerto Trujillo?.....	51
Gráfico N° 08 ¿Por qué elegiría viajar en Terrapuerto Trujillo?.....	52
Gráfico N° 09 ¿Qué clase de cliente es usted en el Terrapuerto Trujillo?.....	53
Gráfico N° 10 ¿Con qué frecuencia viaja en el Terrapuerto Trujillo?.....	54
Gráfico N° 11 ¿Encuentra en el Terrapuerto a las empresas de transporte donde viajaba anteriormente?	55
Gráfico N° 12 ¿Cómo califica usted la distribución de las empresas de transporte en el Terrapuerto?	56
Gráfico N° 13 ¿Cuánto tiempo demora en ser atendido para comprar un pasaje?	57
Gráfico N° 14 ¿Cómo califica usted la atención brindada por parte del Terrapuerto?	58
Gráfico N° 15 ¿Ha percibido usted alguna mejora del servicio en el Terrapuerto Trujillo?.....	59
Gráfico N° 16 ¿Se encuentra usted satisfecho con el precio que paga por derecho de embarque?.....	60
Gráfico N° 17 ¿Cómo se siente con el proceso de compra de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?.....	61
Gráfico N° 18 ¿Ha tenido algún problema con respecto a la venta de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?.....	62
Gráfico N° 19 ¿La empresa informa de la hora de llegada de los buses a su destino?.....	63
Gráfico N° 20 ¿El Terrapuerto cuenta con mejor infraestructura con relación a otros terminales en la ciudad de Trujillo?	64
Gráfico N° 21 ¿Existe un adecuado sistema para recibir quejas, reclamos y sugerencias de pasajeros?	65
Gráfico N° 22 ¿Existe puntualidad en la hora de salida de los buses?	66
Gráfico N° 23 ¿Se cumple con el horario de atención en la venta de pasajes?	67
Gráfico N° 24 ¿El personal de venta de pasajes se esfuerza por brindar un servicio personalizado (lo llama por su nombre, le pide que regrese pronto, etc.?	68

Gráfico N° 25 ¿Cómo percibe usted el servicio del Terrapuerto referente a la rapidez en la atención por parte del personal de venta de pasajes?	69
Gráfico N° 26 ¿Cómo calificaría la sala de espera del Terrapuerto Trujillo?	70
Gráfico N° 27 ¿Cómo califica la limpieza de los servicios higiénicos en el Terrapuerto? ...	71
Gráfico N° 28 ¿Se respeta las normas internas previstas para brindar una mayor seguridad, como la de no subir a pasajeros intermediarios?	72
Gráfico N° 29 ¿Tiene la plena seguridad de que sus equipajes no se extraviarán?	73
Gráfico N° 01 Etapas del servicio.....	81

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

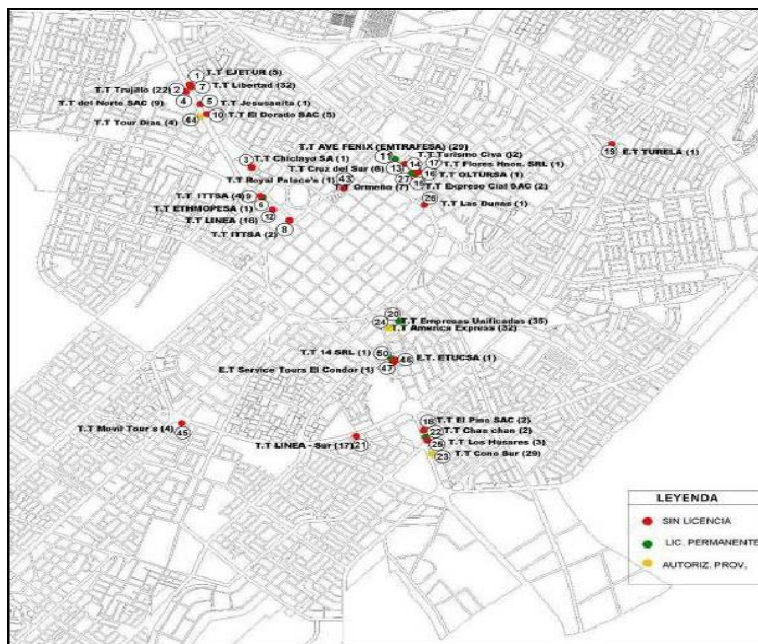
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. Realidad problemática

Trujillo es una ciudad intermedia, cuyo crecimiento poblacional crece a una tasa promedio de 3.21% y que en los últimos años ha desarrollado de manera considerable en el aspecto económico, trayendo consigo una mayor consolidación de la ciudad y el aumento de la dinámica urbana; situación que se ve reflejada en el sistema de transporte urbano, regional e interprovincial. El análisis de la problemática existente en la ciudad de Trujillo ocasionada por el déficit de un equipamiento específico (Terminal Terrestre) para el embarque y desembarque centralizado de pasajeros a nivel interprovincial, trayendo como consecuencia su dispersión territorial en la localización, así como también la presencia del transporte informal, la mala calidad del servicio, inseguridad, comercio ambulatorio, congestión vehicular y desorganización por parte de las actuales empresas de transporte.

PROBLEMÁTICA - EMPRESAS DE TRANSPORTE EN LA CIUDAD DE TRUJILLO

Figura 01



Fuente: MPT – Datos al 2005

Debido al centralismo regional, la ciudad de Trujillo alberga terminales terrestres formales e informales, dispersos en el casco central y desarrollando sus actividades en áreas o establecimientos inapropiados, a los que se tiene que acceder por vías no previstas para este tipo de tráfico, produciéndose graves problemas de tránsito.

La mayoría de estos terminales informales están localizados en forma dispersa en la zona intermedia de la ciudad, entre las avenidas España y América. El servicio es proporcionado mayormente en forma precaria, en instalaciones incómodas, estrechas, desaseadas y mal equipadas y en algunos casos la vía pública funciona como un terminal ocasionando problemas en la ciudad tales como:

- Congestión de tránsito, invasión de la vía pública y uso de vías no autorizadas, que producen pérdidas económicas, tiempo de movimiento y combustible.
- Alta contaminación, debido a la concentración de empresas en una reducida área, con restricciones en la vialidad y alta densidad del tránsito.
- Alto índice de insalubridad y falta de higiene como también concentración del comercio ambulatorio ilegal.

Con la llegada del tercer milenio los consumidores de servicios buscan precios bajos, servicios personalizados y de excelente calidad en el servicio de transporte interprovincial, exigencias cada vez mayores y más específicas en el futuro. La actitud del cliente con respecto a la calidad del servicio cambia a medida que se va conociendo la prestación del servicio, desde la primera prestación hasta las sucesivas prestaciones futuras buscando en todo momento mejorar su nivel de vida y confort. Inicialmente suele contentarse con un servicio limitado y barato, luego poco a poco sus exigencias en cuanto a calidad aumentan para terminar deseando lo mejor.

Con la apertura de las fronteras, la globalización del comercio y el desarrollo de los viajes nacionales e internacionales, las exigencias en materia de calidad no cesa de subir. Para ser competitivas las empresas deben a la vez asumir criterios de calidad adaptados a sus mercados y seguir de cerca lo que se hace en otros lugares y diferentes tipos de servicio en la economía local, nacional e internacional.

Se debe recordar que estos porcentajes incluyen todas las actividades de servicios públicos importantes como son las compañías de energía eléctrica, suministro de agua potable y telecomunicaciones, en las cuales posiblemente se realice un proceso de privatización, acción que dinamiza aún más la competencia por la prestación de un servicio de calidad.

En el departamento de La Libertad se observa la misma tendencia que el sector nacional (1990-1998) registrado en el INEI Departamental.

Desde luego en el servicio de transporte interprovincial terrestre de pasajeros de ámbito nacional que comprende los servicios de rutas se observa la gran incidencia en el PBI Departamental. Así mismo dado la ubicación estratégica de la ciudad de Trujillo como punto de ingreso a la parte norte del país y por la red de circulación nacional de carreteras, esta ciudad concentra una gran cantidad de agencias que prestan el servicio de transporte interprovincial, por lo cual se hace necesario conocer los estándares de calidad exigidos por los usuarios de servicio, buscando en todo momento superar las expectativas del cliente como una herramienta poderosa de satisfacción total del cliente que conlleven a lograr una competitividad nacional e internacional en el traslado de pasajeros de un departamento a otro, y fuera de la frontera nacional sobre todo en los países sudamericanos a través de la red vial interna de carreteras.

El servicio en las empresas de transporte terrestre de pasajeros en nuestro país está regulado por la ley general de transporte y tránsito terrestre N°27181 y su reglamento aprobado en D.S. N° 040-2001-MTC dispositivos legales que se centran básicamente en la calidad técnica o instrumental de servicios hacia los usuarios y muy poco sobre la calidad funcional.

En gran medida las principales deficiencias de una mala prestación del servicio al pasajero, dada la característica de la inseparabilidad (cliente-proveedor), ya que éste se presta y consume al mismo tiempo; una deficiente operativización equivale a generar el descontento en el pasajero y aún peor en muchas oportunidades ocurre un silencio en el usuario, situación delicada ya que el cliente mal atendido rara vez concede una segunda oportunidad; y por ende el pasajero insatisfecho en su primera experiencia es casi siempre un pasajero perdido y aún este grado de insatisfacción será comunicada a otros potenciales clientes de la empresa multiplicando así la pérdida de clientes actuales y potenciales, es decir, el error una vez cometido no puede subsanarse, solo debe proveerse (STANTON, 1998).

En suma se puede sintetizar las siguientes deficiencias en la prestación del servicio a los pasajeros puntualmente en:

- Desinformación sobre rutas de la empresa.
- Horas de llegada a ciudades importantes dentro de su ruta.
- Retrasos en las horas de salidas y llegada.
- Buses que se malogran en el trayecto.
- Buses con personal que brindan un trato pésimo a los pasajeros.
- Pérdidas de las pertenencias, equipajes de los pasajeros durante el trayecto.
- Terminales terrestres incómodos, a veces sin servicios higiénicos.
- Ómnibus sin la seguridad e higiene adecuada.
- Choferes con poca experiencia y conduciendo en estado etílico.
- Supervisores, pilotos con pésima presentación personal.
- Escasa cordialidad, respeto y cortesía.
- No disponen de talleres especializados para el mantenimiento mecánico.
- Otros.

La fidelización requiere una fuerte voluntad por parte de la empresa para centrarse decididamente hacia la satisfacción total del usuario ya que un cliente fiel representa para la empresa una ligera inversión comercial (menor publicidad y menor costo), un aumento del margen del beneficio, porque los clientes fieles aceptan mayores precios, una compra media mayor del servicio, además es una poderosa herramienta de promoción (comenta a otras personas el buen servicio recibido).

En el Perú la actividad del transporte de pasajeros y carga se realiza principalmente por vía terrestre con la utilización de ómnibus, camionetas rurales (custers, combis), autos para el transporte de pasajeros, camiones para el transporte de carga y mercancías. Si bien existe un crecimiento del parque automotor, no ha ocurrido así con la infraestructura, la falta de lugares especializados donde puedan realizar operaciones propias para este tipo de servicio.

En el Perú existen establecidos terminales terrestres ubicados en algunas de las ciudades más importantes del país que proporcionan un servicio especializado, tanto a las empresas de transporte como a los pasajeros, y que además cuentan con servicios complementarios que hacen de los terminales terrestres lugares más dinámicos, esta infraestructura está diseñada para satisfacer las necesidades del servicio de transporte interprovincial nacional de pasajeros.

La principal problemática que presenta la ciudad de Trujillo radica en la manera y la forma en cómo se desarrollan las actividades propias del servicio de transporte de pasajeros las cuales no vienen siendo las más adecuadas, para explicar este hecho se ha identificado las siguientes situaciones:

- La ubicación de agencias de embarques en zonas de la ciudad de forma espontánea y desorganizada; estos son locales que son claramente inadecuados para el desarrollo de las funciones y actividades que implican la salida y llegada de pasajeros, encomiendas y carga, brindan un pésimo servicio por carecer de una infraestructura básica destinada para este fin.

- El hacinamiento existente en algunos locales por el número de agencias que hacen uso del mismo local con lo que hace evidente la falta de una infraestructura adecuada.

- La salida y llegada de pasajeros, la carga y descarga de encomiendas y equipajes en estas ciudades es realizado en la vía pública con lo que se hace innegable el deficiente servicio que estas brindan al usuario.

- La proliferación de paraderos de comités informales improvisados, cuyo hacinamiento ocasiona un deficiente servicio además de un deterioro de las calzadas por ser usadas como zonas de estacionamiento y en algunas ocasiones para la reparación de las unidades de transporte.

- También entra en consideración el congestionamiento vehicular y la contaminación de la ciudad producida por el tránsito urbano propio a su funcionamiento interno y que se ve incrementado por el flujo externo que genera el servicio de transporte interprovincial y regional lo que provoca incomodidad y desorientación de los usuarios y ocasionando una mala figura de la ciudad.

Se pretende con esta investigación según lo mencionado anteriormente contribuir al conocimiento de todos los aspectos que permitan establecer los requerimientos espacio funcional para el diseño de una infraestructura adecuada para el funcionamiento de los terminales terrestres en ciudades de menor escala.

1.1.2. Problema

¿De qué manera la puesta en marcha del nuevo TERRAPUERTO TRUJILLO incide en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros de la ciudad de Trujillo?

1.1.3. Antecedentes

El transporte terrestre siendo un medio que nos permite comunicarnos a todas partes del territorio nacional, mediante el cual podemos transportar bienes, constituye un factor importante en el desarrollo del país. En el Perú, las agencias de transporte interprovincial nacional y regional así también la distrital han ido creciendo de acuerdo a las necesidades que se han ido presentando en cada lugar, esto ha originado un crecimiento desordenado en donde no han considerado las necesidades mínimas del usuario.

Estos son algunos trabajos encontrados como antecedentes que abordan el tema de los terminales terrestres:

1.1.3.1. A nivel internacional

- Trabajo realizado por la Sociedad Bolivariana de Arquitectos en la Ciudad de Cali – Colombia, en convenio con la Corporación Financiera de Transporte vinculada al Ministerio de desarrollo económico. Este proyecto se presentó en la Revista Escala número 63, denominado “Terminales de Transporte Terrestre“, el cual determina la concepción del plan nacional de terminales que actualmente maneja la corporación financiera de transporte que busca elevar la calidad del servicio de transporte público de pasajeros.

1.1.3.2. A nivel nacional

- De López y Atincona (2004) para optar el título de arquitecto en la Universidad Privada Antenor Orrego, que tuvo como tema: análisis y programación de un terminal de transporte terrestre para la ciudad de Tarapoto. La presente

investigación caracterizó el tipo de infraestructura para terminal terrestre para la ciudad de Tarapoto, determinando la situación actual de las empresas de transporte, la oferta y demanda y la estructura urbana para la localización del terminal terrestre.

1.1.3.3. A nivel local

- De Arroyo (1997), en su trabajo de investigación para optar el título de arquitecto en la universidad Privada Antenor Orrego, que tuvo como tema: Terminal Terrestre para la ciudad de Trujillo. La presente investigación realizó un diagnóstico del sistema del transporte interprovincial y la situación actual de las empresas de transporte con el apoyo de la Municipalidad Provincial de Trujillo.
- De Rodríguez (2005) El trabajo de investigación que fue realizado para optar el título de arquitecto en la Universidad Privada Antenor Orrego, que tuvo como tema: terminal terrestre para la ciudad de Chepén. La presente investigación identificó los criterios para determinar las necesidades de espacio para un terminal terrestre y determinó las siguientes variables: oferta y demanda del servicio de transporte público, volumen del parque automotor, rutas, paraderos, horarios, número de empresas, capacidad vehicular, día/hora punta.

1.1.4. Justificación

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

- **Justificación teórica**

- Ha permitido conocer el estado del arte en cuanto a los servicios del Terrapuerto Trujillo, las implicancias de un funcionamiento y los servicios complementarios que se ofrecen en el mismo; por otro lado el presente trabajo se convertirá en material de consulta para los investigadores, estudiantes y público en general que desee conocer el tema.

- **Justificación práctica**

- La presente investigación es importante ya que pretende inicialmente diagnosticar y analizar las principales deficiencias en la prestación actual del TERRAPUERTO TRUJILLO en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo y sobre todo generar una nueva visión de cambio en función de los nuevos deseos y necesidades exigidos por el cliente en el presente milenio dado los avances tecnológicos y científicas, buscando conquistar no solo el lado racional sino también el aspecto emocional de los usuarios. En función a ello se pretende orientar a las empresas hacia el estudio de los estándares de calidad de servicios requeridos por sus clientes para lo cual primero deben conocer sus expectativas para diseñar estrategias de calidad con la finalidad de lograr la fidelización del pasajero y desde luego obtener objetivos de desempeño satisfactorios que les permiten liderar el mercado(s) meta(s), dando un servicio con mucha creatividad y calidad.

- **Justificación metodológica**

- Conocer las deficiencias, la percepción y expectativas de los servicios del Terrapuerto Trujillo, emplea el desarrollo de una metodología propia, cuyo resultados permitieron diseñar estrategias que permiten por un lado superar las deficiencias encontradas, u por otro lado buscar la satisfacción de los usuarios acorde a los altos estándares de calidad del servicio que se pretende desarrollar. Así mismo de manera integral se fue utilizando el método científico en el desarrollo del presente trabajo.

1.2. Hipótesis

La puesta en marcha del nuevo TERRAPUERTO TRUJILLO incide de manera positiva en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo.

1.3. Objetivos

1.3.1. Generales:

- Determinar la incidencia del nuevo TERRAPUERTO TRUJILLO en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo 2015.

1.3.2. Específicos:

- Evaluar el servicio actual del nuevo TERRAPUERTO TRUJILLO recibido por los pasajeros en la ciudad de Trujillo.
- Determinar la percepción de los usuarios del servicio interprovincial de pasajeros con respecto al nuevo TERRAPUERTO de la ciudad de Trujillo.
- Diseñar un programa de mejoramiento del servicio interprovincial de pasajeros en el nuevo TERRAPUERTO de la ciudad de Trujillo.

1.4. MARCO TEÓRICO

1.4.1. Terrapuerto:

- Es el punto final e inicial de recorridos largos. Son instalaciones en donde se almacenan y se da mantenimiento a las unidades de autobuses, al mismo tiempo, brinda diversos servicios comerciales para servir a los pasajeros como restaurantes, heladerías y tiendas. Y mucho más cosas.
- Meier (1989): "Todo terminal terrestre tendrá que tener un estudio del nivel de población que viaje diariamente y este tiene que ser mayor a 300 viajes diarios".
- Prinz (1988): "Las vías con las que se va a enlazar el terminal terrestre con la trama urbana nos permitirá evitar el congestionamiento de toda la ciudad".
- Terminal terrestre es la parte de una infraestructura física como equipamiento de una ciudad tiene por finalidad prever los servicios de transporte interdistrital interprovincial nacional e internacional ofreciendo facilidades de arribo y salida de pasajeros. A los diferentes puntos del país, así mismo brindar servicios conexos como encomiendas, giros, ventas de pasajes, y facilitar al usuario.

- El terminal terrestre centraliza la oferta y concentra la demanda de servicio de transporte interprovincial en bus, creando las condiciones de una competencia sana y controlada entre las empresas que brindan este servicio; hecho que se reflejara básicamente en una mejora del nivel de los servicios en términos de seguridad, economía y confort. De acuerdo al destino y la demanda, podríamos clasificar a los terminales terrestres en: locales, regionales y nacionales; siendo los de nivel local o urbano una tipología funcional muy distinta a los regionales y nacionales, quienes pueden desarrollarse bajo un mismo criterio de función. Las instalaciones de un terminal terrestre, comprenden una serie de áreas edificios que permiten la funcionalidad operativa de servicio, contribuyendo a proporcionar las facilidades físicas necesarias y a brindar mayor confort a los usuarios. Estos ambientes de los que hablamos se clasificarían dentro de las siguientes zonas:

a) **Servicios Operacionales:** corresponde a las funciones centrales y fundamentales del terminal. Comprende aquellas operaciones y/o servicios que guardan una estrecha relación con el flujo de vehículos dentro del terminal y sus operaciones internas. Esta zona comprende las siguientes áreas:

- Área de andén y de las plataformas de embarque y desembarque de pasajeros.
- Zona operacional privativa de los buses; que comprende los estacionamientos operacionales.
- Espacios de parqueo de taxis y vehículos particulares.
- Servicio de encomiendas, que puede definirse como servicio auxiliar, pero por sus necesidades operacionales, se incluyen en servicios operacionales.
- Los servicios de mantenimiento, limpieza y abastecimiento de combustible que dependiendo de la modalidad operacional, puede considerarse como servicios complementarios.
- Servicios para conductores y auxiliares, vinculados a las áreas operacionales de buses.

b) **Servicios Auxiliares:** comprende aquellos servicios que se relacionan con la actividad del transporte mismo de pasajeros y que con el diseño del terminal deben contribuir a optimizarlo. Las áreas que comprenden los servicios auxiliares se pueden clasificar en tres grandes grupos:

- Área de uso Directo de los pasajeros: comprende los ambientes de información y orientación, central de sonido, central telefónica, al principal (al cual se incorpora la circulación central), venta de boletos, punto de despacho de pasajeros, despacho de equipajes y servicios higiénicos.
- Área de uso de las empresas de transporte: son las áreas relacionadas con el expendio de boletos, control de llegadas y salidas de los vehículos y de los pasajeros y la función administrativa pertinente.
- Áreas para la administración y mantenimiento del terminal: comprende los siguientes ambientes; áreas de oficinas administrativas y dirección técnica de terminal, y áreas del servicio de mantenimiento del terminal.

c) **Servicios Complementarios:** comprende a aquellos servicios que permiten mejorar y ampliar los servicios básicos que ofrece el terminal a sus usuarios. Por la naturaleza que brinda son de dos tipos:

- Servicios Públicos, como puesto policial, correo, oficinas de turismo, puesto de primeros auxilios, subestación eléctrica, entre otros.
- Actividades comerciales, financieras, recreativas y de servicio. Según las categorías como magnitudes, modalidad de administración, pueden presentarse como servicios internos o servicios externos al terminal.

• **Características:**

- El transporte es el modo de trasladar a personas por medio de vehículos automotores, a través de caminos que conducen a un lugar determinado.
- Edificaciones de grandes dimensiones.
- Comprenden espacios semi-abiertos y cerrados.

- Requieren espacios extensos para áreas exteriores (estacionamientos, áreas de maniobra).
- Se define por cuatro zonas: zona pública, zona privada, zona exterior y zona de servicio. Edificaciones de actividad constante.
- Edificios que funcionan como hitos dentro de un área urbana y puntos de vinculación entre ciudades.
- Sirven de intercambio económico entre los centros poblados.

1.4.2. Transporte interprovincial:

- Aquel servicio de transporte que clasifique como terrestre público, regular, de personas, de ámbito nacional, conforme a lo establecido en las normas sobre la materia.
- Servicio de transporte realizado por autobuses entre las principales ciudades de las provincias. El sistema tiene como punto de partida y destino a las estaciones de autobuses interprovinciales. Por lo general este servicio no contempla escalas o paradas en la mitad del camino, sin embargo pueden darse cuando el viaje supera las 5 horas. En caso que la conexión se realice entre provincias de países distintos, la categoría de transporte será Internacional y no Interprovincial.
- Todo vehículo que brinde el servicio de transporte terrestre, deberá encontrarse en buen estado de funcionamiento, corresponder a la clasificación vehicular requerida, reunir los requisitos generales y los requisitos especiales según la categoría del vehículo señaladas en el Reglamento Nacional de Vehículos, en el presente Reglamento y en las normas técnicas del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual.

a) Definición operacional

- Está constituido por componentes que permiten conocer con mayor precisión el grado de repetición de negocios de los clientes en las organizaciones.

b) Indicadores

- **Habitualidad**

- Antigüedad de viaje en la empresa
- Frecuencia de viaje

- **Personalización:** adaptar algo a las características, al gusto o a las necesidades de una persona.

- **Satisfacción del servicio:** satisfacer al cliente con el servicio brindado.

- **Fidelidad:** es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica.

- **Diferenciación:** es una estrategia de marketing basada en crear una percepción de producto por parte del consumidor que lo diferencie claramente de los de la competencia.

1.4.3. Calidad:

- La calidad ha interesado al hombre desde la antigüedad y para lograrlo ha establecido las épocas normas y procedimientos de control. Existen varias definiciones de diferentes autores a lo largo de la época.

1.4.3.1. Definiciones:

- Deming, E. (2000). Norteamericano que durante cuatro décadas estudió la calidad, dice: “La calidad no es un acto de control, sino un proceso de mejoramiento continuo de grupos, empresas y países”. La calidad está en la forma en que el cliente se expresa de nosotros y no sólo en el servicio o producto que alcanzamos inclusive, está como valor, está presente en la forma cómo se relacionan las personas de una empresa. A todo ello llamo “calidad total”.

- Santos (1991). Asegura: “La calidad es primordial dentro de cualquier organización. Se trata de una exigencia básica del cliente y a medida que se va entrando en su proceso la comunicación adquiere mayor importancia”.

- Campoverde (1996). Define el término de calidad total como: “El mayor grado posible de excelencia descubierta por el cliente en todos los procesos de administración empresaria; comienza y termina con el cliente, con referencias y gustos del cliente, para satisfacer necesidades, y disminuir sus molestias y malos ratos”.
- También indica que la mayoría de ejecutivos ignora las insatisfacciones de sus clientes con respecto a cómo son atendidos; por eso sostiene que la relación humana con calidad es la más profunda revolución dentro de la empresa. Sostiene que los ejecutivos y todo el personal deben ser conscientes de que son los clientes quienes pagan sus sueldos, gratificaciones, incentivos y premios. Por lo tanto, deben preocuparse por brindarles una atención esmerada, un servicio de calidad, ya que la calidad se inicia con el proveedor y termina con el cliente.

1.4.4. Servicio:

1.4.4.1. Definiciones:

- La palabra servicio en la actualidad se ha convertido en sinónimo de calidad, en ventaja competitiva, en estrategia de negocios, en factor clave para lograr la lealtad de los clientes y en base para la convivencia social pues el servicio abarca todas las actividades humanas.
- Según: Rosell y Choman (1995) el servicio puede ser definido como: “Todo el conjunto de actitudes que tienen y todas las acciones que toman los empleados de una empresa para hacer sentir al cliente que se está trabajando para y por interés a él; es el proceso que la empresa y el empleado realizan para satisfacer las demandas del cliente. Los criterios de valor y los juicios que se atribuyen a este servicio, serán única y exclusivamente determinados por el cliente”.

- Horovitz, (1991) “El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la Figura y la reputación del mismo; es el conjunto de soportes que rodean al acto de la compra”.
- De La Parra, (1994) “El servicio es el nuevo estándar por medio del cual los clientes están midiendo la actuación de una organización; es el límite competitivo, es decir, servicio son las actitudes que tomamos, las que hacen sentir nuestros clientes que estamos trabajando por ellos e interesados por ellos. El servicio es una nueva norma que sirve para medir el desempeño de una organización”.

1.4.4.2. Características:

a) Los servicios salvo algunas excepciones, no pueden medirse

- Por su carácter dinámico, no estático; el servicio es una función, no una estructura. Sin embargo, puede relacionarse con ciertas medidas, que lo ayuden, por ejemplo, a determinar la calidad. Así en nuestro estudio, mediremos algunos aspectos, para que nos ayuden a definir la calidad del servicio en el TERRAPUERTO TRUJILLO.

b) No se pueden almacenar

- Una vez que se ha prestado el servicio, ya no existe. Puede repetirse pero no recobrase, pues el servicio, es un proceso, no un producto. Lo constituyen una serie de actividades afines, normalmente dominadas por la conducta humana. Los servicios están constituidos por componente que pueden identificarse.

c) No pueden inspeccionarse

- Los servicios pueden ser observados y sacarse conclusiones de ello, pero no pueden pasar una inspección en el sentido literal de la expresión. Lo único que puede inspeccionarse y apreciarse son las condiciones y los productos físicos relacionados con los servicios prestados, en relación con ciertos estándares de cumplimiento.

d) Son intangibles

- Tienen naturaleza subjetiva, que reside en cada uno de nosotros, no se pueden tocar, sólo se sienten.

e) No generan propiedad

- A diferencia de un producto, que una vez comprado por el cliente pasa a pertenecerle, en los servicios no ocurre lo mismo, pues éste es intangible y no le puede pertenecer a nadie, sólo ocurre en el tiempo y listo.

f) Tiene una dimensión temporal

- Los servicios ocurren en el tiempo, tienen un comienzo y un fin dentro de éste. Además, están asociados a la satisfacción de una necesidad temporal.

g) No tienen vida

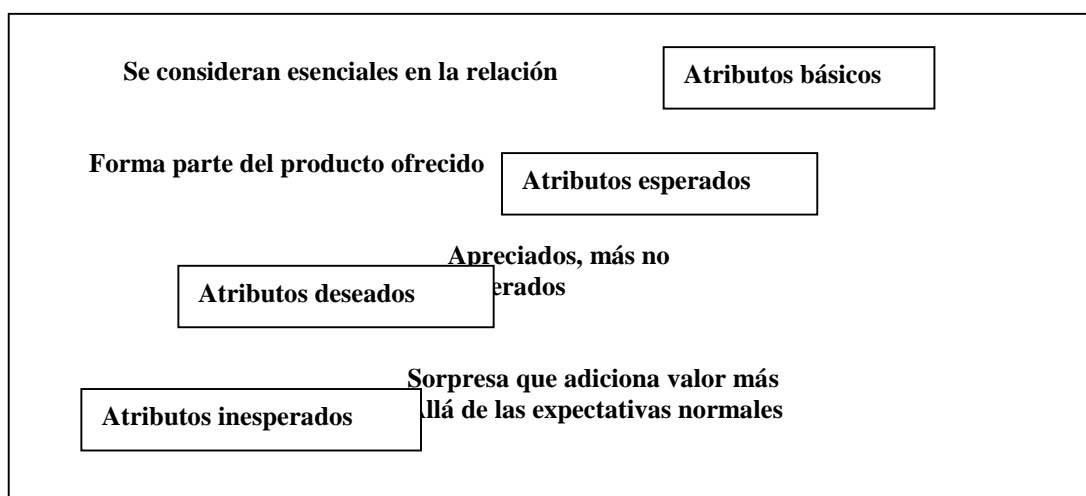
- Un servicio tiene efectos de larga duración en el cliente, pero no-vida, no puede ser reparado ni mantenido, a diferencia de los productos.

h) El cliente siempre interviene en su generación

- Los servicios se prestan tras una solicitud por parte del cliente; por lo tanto, siempre son necesarios para su prestación, sin ellos no existiera el servicio.

➤ Entre las diversas concepciones de servicio destacan los siguientes atributos:

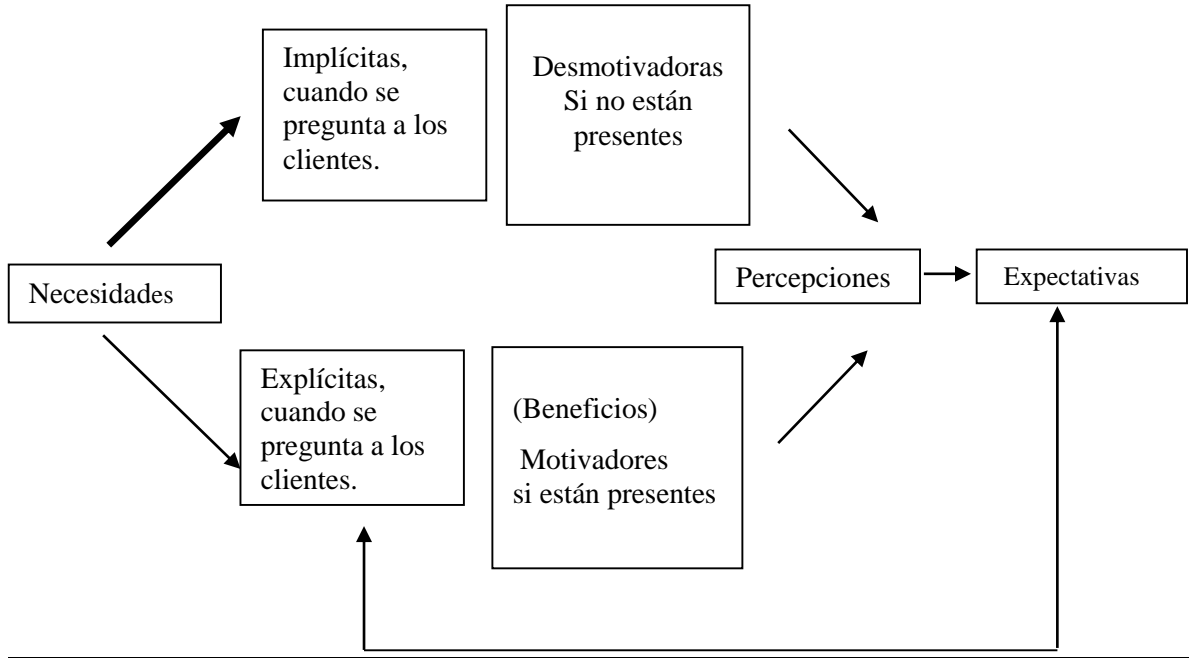
Gráfico 01 - Clasificación de los atributos



Fuente: (Cobra, 2000)

Existe una relación entre necesidades, percepción y expectativas:

Gráfico 02 – Necesidades, percepción y expectativas



Fuente: Harreard Business Review, Noviembre – Diciembre de 1995

La evaluación de la calidad del servicio se juzga en función de cómo lo perciban los clientes en el momento de la prestación, y los clientes llegan al momento de la prestación con una serie de expectativas respecto a lo que esperan del servicio. Esto implica que en el momento del encuentro o prestación de un servicio pueden producirse tres posibles situaciones que a su vez originan sus respectivos resultados a saber, y son los siguientes:

Gráfico 03 - Evaluación de la calidad del servicio

Si el resultado del encuentro del servicio es que:	El servicio será considerado
La prestación no satisface las expectativas del cliente.	Malo, pobre, deficiente.
La prestación satisface las expectativas del cliente.	Bueno, aceptable, correcto satisfactorio, adecuado.
La prestación supera las expectativas del cliente.	Excelente, hace las delicias del cliente.

Fuente: elaboración de los autores

1.4.4.3. El paquete de Servicio en las empresas:

- Toda empresa generalmente presta 3 clases de servicios (Colunga, 1996):

- **Servicio Principal:**

- Es el más importante que presta la empresa y la razón de su existencia, la razón fundamental para la que la empresa está en el mercado, el servicio que proporciona mayores ingresos, el que está explícito en la misión de la empresa. Lo más probable es que el servicio principal de una empresa de transporte de pasajeros en bus sea el traslado de las personas de un lugar a otro con la mejor atención. No siempre es fácil identificar el servicio principal, pero se aconseja hacerlo para facilitar su administración.

- **Servicio Periférico:**

- Son los otros servicios que presta la empresa y que se complementa o se relaciona con el servicio principal. Su principal función es complementar la prestación del servicio principal. Lo más probable es que los servicios en una empresa de transporte de pasajeros de servicios públicos interprovincial, sea los giros, encomiendas, valores, correspondencias, telegramas, mudanzas y otros cuya función es el de complementar el servicio principal por los pasajeros y el brindarles otros servicios necesarios requeridos por los pasajeros.

1.4.5. Calidad de servicio:

- La calidad del servicio en la actualidad es muy importante en cualquier empresa. Calidad total, calidad de servicio, cultura de servicio, satisfacción al cliente, excelencia, liderazgo, etc. Son términos muy usados en estos días: son conceptos que están revolucionando el mundo, las empresas, la forma de hacer negocios, y que si no lo tomamos en cuenta terminaremos hundiéndonos en las garras de la competitividad conduciéndonos al fracaso total.

1.4.5.1. Definiciones:

- Berry, Bennet y Brown (1989). Dan la siguiente definición de calidad de servicio: “Calidad de servicio es tanto realidad como percepción, la química de lo que realmente tiene lugar en el encuentro del servicio, y cómo el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas de servicio.”
- Horovitz. (1991). La calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra. La actitud del cliente con respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida.

1.4.5.2. Dimensiones de la calidad del servicio:

- Trabajos realizados por Zeitham, Asumaran y Berry (1993). Han permitido identificar diez criterios generales o dimensiones de la calidad del servicio. Estos diez criterios son descritos a continuación:
 - **Profesionalidad.** La organización de servicios dispone de los conocimientos, de los medios del saber hacer y de las capacidades necesarias para suministrar el servicio. Se trata aquí del profesionalismo de la organización y del personal de contacto.
 - **Fiabilidad.** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Una empresa fiable satisface completamente y siempre los compromisos asumidos.
 - **Capacidad de respuesta.** Los miembros de la organización están atentos a responder rápidamente, en cualquier tiempo y lugar, a las demandas del cliente. El sistema no está paralizado por demandas que se salen de las normas y de los hábitos.

- **Accesibilidad.** Se trata ésta de una accesibilidad física y psicológica; los miembros de la organización son accesibles directamente y de contacto fácil y agradable para el cliente.
- **Comprensión de calidad.** La organización se esfuerza en comprender las necesidades específicas del cliente y de adaptarse lo mejor posible.
- **Comunicación.** La organización vela por tener a los clientes informados del contenido preciso de la oferta de servicio y esto en un lenguaje comprensible y adaptado a los tipos de clientes. También se preocupa por escucharnos.
- **Credibilidad.** Esta característica pone de manifiesto la notoriedad de la organización, su reputación, su garantía de seriedad, su honestidad.
- **Seguridad.** Inexistencia de todo riesgo, peligro o dudas.
- **Cortesía.** Todo el personal de contacto, de cortesía y de consideración.
- **Elementos tangibles.** Apariencia de las instalaciones físicas equipos, personal y materiales de comunicación.

1.4.6. Calidad en servicio de transporte:

- Se define el transporte como un conjunto de factores integrados cuya función principal es el traslado de personal y bienes requeridos por la actividad económica y social de un pueblo, región o país.
- El panorama en el que actúan las empresas de transporte de viajeros, está sometido desde hace tiempo a drásticos cambios que obligan a la continua adaptación de todas ellas para lograr permanecer en el mercado.

- Los procedimientos, las rutinas empleadas en la prestación del servicio, serán una importante variable de marketing a tener en cuenta por las empresas de servicios de transporte. Por ello se propone la estructuración del servicio. La dificultad se encuentra en lograr un servicio homogéneo pero no estandarizado que confiere a los empleados la capacidad de actuación suficiente para lograr que el cliente perciba un trato personalizado, pero que no pueda desembocar en que éste perciba que el servicio es prestado de manera distinta cada vez que lo consuma.

- De acuerdo con la Normativa Europea para Calidad en Servicio de Transporte, aplicada a aerolíneas, transporte sobre ferrovías, trenes, autobuses y otros de transporte público y privado, los aspectos que deberían ser incluidos en una medición de la calidad son:
 - Información
 - Horarios de atención
 - Atención al cliente
 - Comodidad
 - Seguridad en el transporte
 - Impacto ambiental

1.5. MARCO CONCEPTUAL:

- **Calidad de servicio:** conjunto de cualidades constituida básicamente por puntualidad, regularidad, atención, comodidad e higiene en la prestación del servicio.

- **Transporte:** es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos o personas (contenido) de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte).

- **Indicador:** como justamente lo dice el nombre, un elemento que se utiliza para indicar o señalar algo.
- **Atributos:** cualidad o característica propia de una persona o una cosa, especialmente algo que es parte esencial de su naturaleza.
- **Incidencia:** es el número de casos nuevos de una enfermedad en una población determinada y en un periodo determinado. Cosa que se produce en el transcurso de un asunto, un relato, etc., y que repercute en él alterándolo o interrumpiéndolo.
- **Ruta:** recorrido entre el origen y destino que efectúa un vehículo en la prestación del servicio.
- **Ómnibus:** vehículo autopropulsado, diseñado y construido exclusivamente para el transporte de pasajeros y equipaje en el servicio interprovincial.
- **Empresa de transporte:** unidad de explotación económica permanente, constituida como un órgano de administración que cuenta con persona, vehículos, equipos e instalaciones adecuadas para la prestación de servicio de transporte.
- **Usuario:** es toda persona que utiliza un servicio (con las condiciones que se requiera).
- **Pasajero:** es quien viaja en un vehículo de transporte público.
- **Viajero:** es toda persona que viaja (sea a pie, en vehículo o en transporte público).
- **Percepción:** es la capacidad de recibir por medio de todos los sentidos, las imágenes, impresiones o sensaciones para conocer algo.

CAPÍTULO II
MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

2.1. MATERIAL

2.1.1. Población

Constituida por el número de usuarios del TERRAPUERTO TRUJILLO durante el primer trimestre: 720,000 usuarios para el primer trimestre del 2015. La población se determinó entre 22 empresas interprovinciales que participan en el TERRAPUERTO TRUJILLO.

2.1.2. Unidad de análisis:

Estuvo constituido por el pasajero usuario del servicio.

2.1.3. **Muestra** se calculó mediante la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Tabla 01

N	720,000
Z	1.96
P	0.50
Q	0.50
E	0.50
n	384

Fuente: Elaboración de los autores.

n= Tamaño de la muestra.

Z= Margen de seguridad (entre 95% y 100%).

N= Número de universo o población total a investigarse.

p= Probabilidad pertinente del hecho que se investiga (0.50).

q= Probabilidad no pertinente frente al hecho a investigar (0.50).

$e^2 = 5\%$ margen de error (entre 5% y 10%)².

Por lo tanto:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(720,000)}{(0.05)^2(720,000 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 384$

Es por ello que se realizaron 384 encuestas para los usuarios del TERRAPUERTO TRUJILLO.

2.1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se ha considerado técnicas e instrumentos que permitió adquirir información que ayuden a analizar la situación del servicio que ofrece el Terrapuerto Trujillo. Los cuales se describen a continuación:

2.1.4.1. Técnica:

Para la recolección de datos, en la presente investigación se utilizó la encuesta.

La encuesta: la encuesta se realizó en la ciudad de Trujillo, específicamente en el Terrapuerto Trujillo, en la cual se entregó a los usuarios para la obtención de información.

Instrumento: el instrumento empleado es el cuestionario, el cual se encuentran anexados. En este documento se ha formulado un conjunto de preguntas estructuradas de acuerdo al cuadro de operacionalización, con el fin de que las respuestas de los clientes y colaboradores nos pueden ofrecer toda la información pertinente para la investigación.

2.1. PROCEDIMIENTOS

2.2.1. Diseño de contrastación:

Cuya representación que fue es como sigue:



Dónde:

M= variable independiente: funcionamiento del TERRAPUERTO

O= Observación o percepción de la calidad del servicio interprovincial de pasajeros después de la implementación del TERRAPUERTO.

2.2.2. Análisis de variables:

Tabla 02

Cuadro de Operacionalización

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
La puesta en marcha del nuevo TERRAPUERTO TRUJILLO incide de manera positiva en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros en la ciudad de Trujillo.	V.I Puesta en marcha del TERRAPUERTO	Puesta en marcha del Terrapuerto: Es el punto final e inicial de recorridos largos. Son instalaciones en donde se almacenan y se da mantenimiento a las unidades de autobuses, al mismo tiempo, brinda diversos servicios.	Conocimiento	Nivel de incidencia	1
				Nivel de conocimiento	2
			Ubicación	Accesibilidad	3,4
			Tecnología	Implementación de un sistema de software	17
		Higiene	Servicios	23	
	V.D. Servicio interprovincial de pasajeros	Aquel servicio de transporte que se clasifique como terrestre público, regular, de personas, de ámbito nacional, conforme a lo establecido en las normas sobre la materia.	Calidad del servicio	Buen desempeño de los colaboradores internos	20
			Buena atención al cliente	Fidelización	18,25
			Agilidad en el servicio	Rapidez en los procesos	21

Fuente: Elaboración de los autores.

- **INDEPENDIENTE:** Puesta en marcha del TERRAPUERTO.
- **DEPENDIENTE:** Servicio interprovincial de pasajeros.

2.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de la información se utilizó el método descriptivo, y luego se analizaron los resultados.

Para el análisis de datos se utilizó gráficos y tablas. Se usó el programa Microsoft Office Excel 2013 para desarrollar el proceso de la información, y para la presentación de la información se usó el programa Microsoft PowerPoint 2013.

CAPÍTULO III
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DEL NUEVO
TERRAPUERTO TRUJILLO

3.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA:

Concesionaria Terrapuerto Trujillo S.A. con número de R.U.C. 20549149112

3.1.1. Descripción de la empresa

El Terminal Terrestre fue inaugurado en agosto del 2013, se estima que será el terminal más importante de la costa norte del Perú, con una moderna infraestructura, ofrece un servicio integral de calidad, tanto para los pasajeros como para las empresas de transporte.

El Terrapuerto Trujillo, que incorpora en su gestión y operación, estándares de atención al pasajero similares a los de un terminal aéreo moderno. Está ubicado en una zona estratégica Panamericana Norte Km. 558, Trujillo.

El Terrapuerto Trujillo que contará con aproximadamente 50 empresas de transporte terrestre permitirá embarcar a cientos de pasajeros diariamente a destinos nacionales e internacionales, mediante sus 3 salas de embarque, 32 andenes de embarque, 13 de desembarque.

El Terrapuerto de Trujillo comenzó a funcionar normalmente un flujo de 8 000 visitas diarias. Para ello, la empresa concesionaria, dio inicio a sus labores de operatividad cotidiana con la participación de 22 empresas interprovinciales, en las que ahora la población puede viajar más cómoda y segura.

Las empresas que están operando en estos momentos son: “Tepsa”, “Ittsa”, “Díaz”, “Móvil Tours”, “Erick El Rojo”, “GHBus”, “Cruz del Norte”, “Julio César”, “Vía Norte”, “El Dorado”, “El Sol”, “Trandía”, “Los Húsares”, “Imperial”, “Murga Serrano”, “Universo”, “El Sol”, “LitBus”, “Perú Bus”, “Tours Pacífico”, “El Costeño” y “Diferencial Asociados”.

3.1.2. Visión:

Hacer del Terrapuerto Trujillo un lugar seguro, limpio y ordenado en donde los usuarios, tanto las empresas y público en general reciban un servicio de calidad óptima, que satisfaga todas sus necesidades y estén convencidos de haber elegido el mejor lugar de embarque y desembarque de pasajeros, contando con una infraestructura moderna.

3.1.3. Misión:

Convertir el Terrapuerto Trujillo en una infraestructura moderna, limpia y ordenada, brindando un buen servicio tanto administrativo, de seguridad contando con personal calificado, eficiente y honrado.

3.1.4 Valores:

- Orientación al cliente

La empresa ofrece una adecuada orientación al cliente buscando la mejor manera de satisfacer a los clientes con el compromiso organizacional para cumplir con la entrega de sus pedidos, en la cual implica preocuparse por entender las necesidades de los clientes y dar solución a sus problemas; así como realizar esfuerzos adicionales con el fin de cumplir con sus expectativas y mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta, entre otras, las variables de respeto, amabilidad, calidad, oportunidad y excelencia.

- Seguridad

Para la empresa es importante que nuestros clientes confíen en nosotros a cambio de la seguridad que le ofrecemos para lo cual hemos implantado estrictos procesos de Verificación y Selección de Conductores, así como la Instalación de Sistemas de Localización Satelital (GPS); en las unidades de transporte, con el fin de otorgar un alto nivel de seguridad en el proceso de entrega de sus pedidos.

- Innovación tecnológica permanente

En el entorno actual, la empresa se ha propuesto desarrollar talleres para recursos humanos, sistemas de información y capacidades tecnológicas acordes con los nuevos desafíos del entorno, con el fin de impulsar mejoras en la eficiencia de la empresa, y ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes.

- Productividad

Mediante la productividad la empresa logra resultados más eficientes a un menor costo, con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad. Planificamos y organizamos el trabajo. Nos esforzamos por optimizar el tiempo, especialmente cuando trabajamos en equipo, optimizamos el uso de los recursos y de esta manera es que cumplimos con los plazos establecidos.

- Puntualidad

Hace referencia a la responsabilidad y compromiso de la organización con el cliente de entregar los paquetes, encomiendas a tiempo. Este es uno de los factores determinantes, para el éxito de la empresa.

- Responsabilidad

Obligación de la garantía del cumplimiento de los servicios que ofrecemos a nuestros clientes durante el alistado, envío y entrega de la paquetería, encomienda, giro. Compromiso de la organización en general, para un servicio eficiente con nuestros clientes.

3.1.5. Estructura organizacional.

La estructura orgánica del Terrapuerto Trujillo está conformada por:

Los órganos de la sociedad

- Directorio
- Gerencia General

El Directorio. Está compuesto por tres miembros y no se requiere accionista para integrarlo. El cargo tiene una vigencia de dos años.

La Gerencia General. La responsabilidad recae en un gerente general nombrado por el directorio. El cargo es por tiempo indeterminado, aunque en cualquier momento puede ser removido por el Directorio. Tampoco se necesita ser accionista para ocupar la gerencia.

A continuación se describen brevemente las funciones del personal:

Administración:

- Ejerce la representación legal de la empresa.
- Administra al personal a su cargo.
- Coordina con los responsables de las diferentes áreas de la empresa las actividades asignadas al personal a su cargo.
- Otras de su competencia.

Asistente administrativo:

- Maneja las planillas de los sueldo y salarios; y elabora las boletas de pago del personal de la empresa.
- Envía por reembolso los gastos hechos por la empresa.
- Realiza depósitos.
- Otras que se asigne a la administración.

Jefe de división de carga:

- Programa, coordina y controla las actividades relacionadas con el transporte de encomiendas, giros y valores, correspondencias, etc.
- Soluciona asuntos de su competencia.
- Responde ante pérdidas, robos y estafas, relacionadas con su área.
- Programa la entrada y salida de los cargueros.
- Verifica que el carguero cumpla con no transportar pasajeros, etc.

Personal de mantenimiento y seguridad:

- Mantiene en óptimas condiciones de higiene las instalaciones de la empresa: oficinas, pasadizos, sala de espera, salas de embarques, servicios higiénicos, etc.

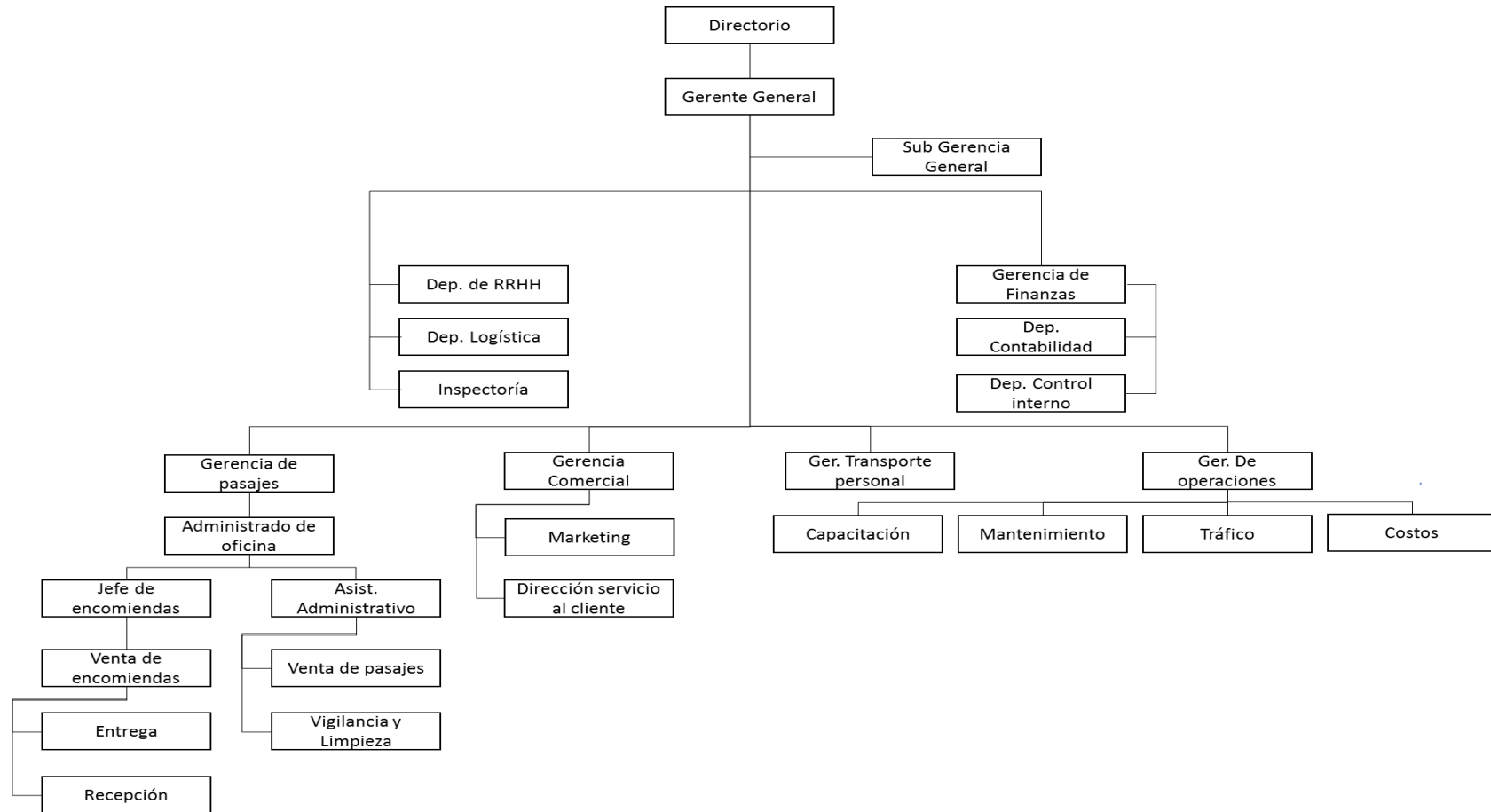
- Protege las instalaciones y bienes de la empresa.

Venta de pasajes y encomiendas:

Está determinado por cada empresa, es decir, cada empresa tiene sus propios vendedores de pasajes.

- **Funciones:**
 - Vende los pasajes y expide el correspondiente boleto.
 - Responde por las ventas realizadas.
 - Controla la recepción del equipaje de los pasajeros.
 - Recepción de encomiendas.
 - Realiza cobro respectivo, de acuerdo a la escala del precio y expide el comprobante.

Gráfico 04
Estructura Organizacional



Fuente: Terrapuerto Trujillo

3.2. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL TERRAPUERTO TRUJILLO

Análisis del servicio

El Terrapuerto Trujillo brinda el servicio de transporte interprovincial y servicio en general.

Empresas que participan en el Terrapuerto Trujillo.

“Tepsa”, “Ittsa”, “Díaz”, “Móvil Tours”, “Erick El Rojo”, “GHBus”, “Cruz del Norte”, “Julio César”, “Vía Norte”, “El Dorado”, “El Sol”, “Trandía”, “Los Húsares”, “Imperial”, “Murga Serrano”, “Universo”, “El Sol”, “LitBus”, “Perú Bus”, “Tours Pacífico”, “El Costeño” y “Diferencial Asociados”.

Tipos de servicios:

Encomiendas

- El Terrapuerto Trujillo ofrece a todos los usuarios el servicio de encomiendas, para paquetes y cargas a nivel nacional. ¡garantizamos que su encargo llegue seguro!

Figura 02 - Encomiendas



Fuente: Terrapuerto Trujillo

BAÑOS Y DUCHAS

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con servicios sanitarios en óptimas condiciones de higiene y limpieza. “Si llegas cansado de tu largo viaje, te contamos que tenemos el servicio de duchas puedas refrescarte y relajarte al llegar a Trujillo.

Figura 03 – Baños y duchas



Fuente: Terrapuerto Trujillo

CABLE TV/WI-FI

- El Terrapuerto Trujillo te brinda el servicio de cable y WIFI para que tengas una cómoda espera. “No dejes de compartir con tus amigos esos momentos previos al viaje que tanto esperaste, mucho menos dejes de responder esos mensajes en tus redes sociales, gracias a nuestro WIFI GRATIS”.

Figura 04 – Wi-Fi Internet



Fuente: Terrapuerto Trujillo

SALA DE ESPERA

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con una sala de espera, implementada especialmente para su comodidad, y así empiece a disfrutar de su viaje desde antes de partir.

Figura 05 – Sala de espera



Fuente: Terrapuerto Trujillo

TAXIS

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con una amplia zona para llegada y parqueo de taxis, brindándole un medio confiable para la asignación de un taxi seguro (18 plazas para taxis en retén).

Figura 06 – Servicio de taxis



Fuente: Terrapuerto Trujillo

PLAYA DE ESACIONAMIENTO

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con una amplia playa de estacionamiento (200 plazas) para la llegada de vehículos particulares (clientes), estando en una zona segura.

Figura 07 – Playa de estacionamiento



Fuente: Terrapuerto Trujillo

CAJEROS

- ¿Olvidaste efectivo en casa y no sabes qué hacer porque tu bus está a punto de partir? ¡No te preocupes! El Terrapuerto Trujillo cuenta con cajeros para solucionar este tipo de problemas.

Figura 08 - Cajeros



Fuente: Terrapuerto Trujillo

CAFETERÍA

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con 4 cafeterías especializadas. “Si no tomaste desayuno, no almorzaste o no cenaste al salir de casa, no te preocupes”.

Figura 09 – Cafetería



Fuente: Terrapuerto Trujillo

VIDEO VIGILANCIA

- El Terrapuerto Trujillo cuenta con un equipo de cámaras (54 cámaras de seguridad) que harán la estancia del cliente segura y mejor.

Figura 10 - Vigilancia



Fuente: Terrapuerto Trujillo

Esto se complementa con molinetes de seguridad, donde el pasajero presenta un ticket con código y barra de seguridad para su ingreso, lo que garantiza aún más la seguridad de la población que llega día a día al Terrapuerto.

También están operando tiendas comerciales como “San Roque”, “Castañeda” y dos cafetines en los que se atiende con comodidad al viajero. A demás de las empresas “Claro” y “Movistar”.

El funcionamiento del Terrapuerto va a contribuir a solucionar parte del problema que se genera en la ciudad con el tránsito, al reordenarlo, así como a la formalización de algunas empresas, considerando que se trata de uno de los principales reclamos de la población.

El Sistema de Embarque, cuenta con 18 molinetes inteligentes de acceso peatonal, en la siguiente configuración:

Figura 11 – Sala de embarque



Fuente: Terrapuerto Trujillo

- 5 molinetes para la Sala de Embarque VIP

Figura 12 - Sala de embarque 1 VIP



Fuente: Terrapuerto Trujillo

- 5 molinetes para la Sala de Embarque 1.

Figura 13 – Sala de embarque 2



Fuente: Terrapuerto Trujillo

- 4 molinetes para la Sala de Embarque 2.
- 2 molinetes para Servicios Higiénicos (hombre y mujer respectivamente).
- 2 molinetes para Servicios de Duchas (hombre y mujer respectivamente).

3.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL PROCESO EN LA COMPRA DE PASAJES.

A continuación se hará un análisis al proceso de compra de pasajes.

3.3.1. Venta de pasajes:

- El cliente tendrá que escoger a la empresa de transporte por su preferencia, precio, seguridad, confianza, etc. Posteriormente tendrá que registrar su compra del pasaje en el derecho de embarque.

Figura 14 – Venta de pasajes



Fuente: Terrapuerto Trujillo

3.3.2. Derecho de embarque:

- El cliente debe registrar el pasaje comprado antes de pasar a la sala de embarque 1, 2 o Vip. Lo cual se encuentra detallado por las empresas de transporte por sala de embarque, El cliente debe cancelar el precio de S/.1.20 (derecho de embarque), ya que tiene que ser sellado para que pueda ingresar a través de los molinetes a la sala de espera, de lo contrario no podrá ingresar.

Figura 15 – Derecho de embarque



Fuente: Terrapuerto Trujillo

3.3.3. Sala de espera:

- El cliente tiene que esperar la hora indicada en su boleto de viaje para poder abordar al bus. En la sala de espera se encuentran varias empresas de transporte, lo cual tendrá que abordar al bus correspondiente.

CAPÍTULO IV

**PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE RESULTADOS PARA
DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL
SERVICIO INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS CON
RESPECTO AL NUEVO TERRAPUERTO DE LA CIUDAD DE
TRUJILLO**

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte interprovincial de pasajeros del Terrapuerto Trujillo.

Tabla N° 01

¿De qué manera ha incidido la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo en el servicio de transporte interprovincial?

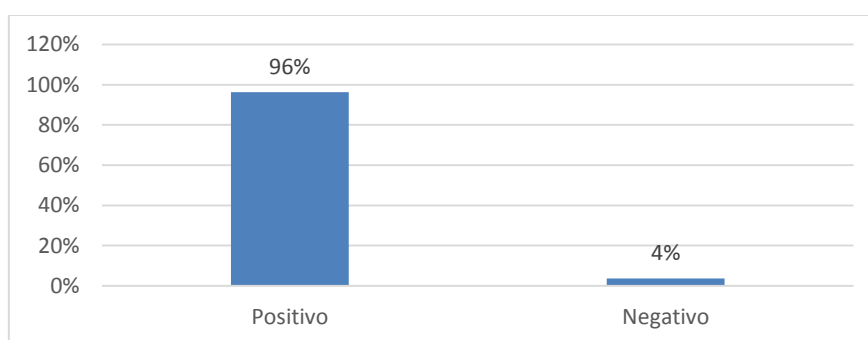
ITEMS	Q	%
Positivo	370	96%
Negativo	14	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del terminal terrestre.

Elaboración: Elaboración los autores.

Gráfico N° 05

¿De qué manera ha incidido la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo en el servicio de transporte interprovincial?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del terminal terrestre.

Elaboración: Elaboración de los autores.

Interpretación: Los usuarios consideran en un 96% que ha sido positivo la creación del nuevo Terrapuerto, y un 4% indica que ha sido negativo.

Tabla N° 2

¿Ha mejorado el servicio de transporte interprovincial gracias al Terrapuerto en la ciudad de Trujillo?

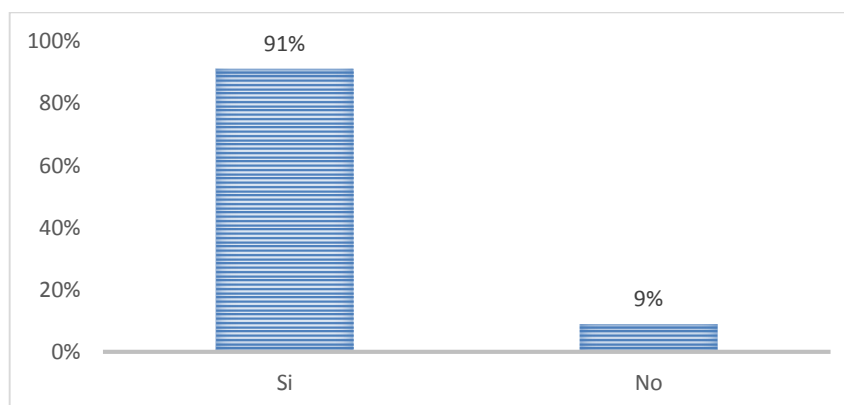
ITEMS	Q	%
Si	350	91%
No	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 06

¿Ha mejorado el servicio de transporte interprovincial gracias al Terrapuerto en la ciudad de Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: se puede apreciar que la mayoría de encuestados (91%) indica que el servicio ha mejorado gracias al Terrapuerto, mientras que un 34% indica que no ha mejorado.

Tabla N° 03

¿Es adecuada la ubicación del Terrapuerto Trujillo?

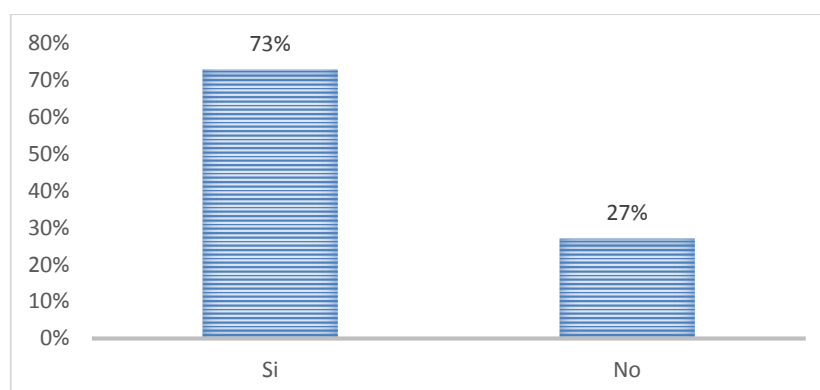
ITEMS	Q	%
Si	280	73%
No	104	27%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 07

¿Es adecuada la ubicación del Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: la percepción de los usuarios encuestados indica que están de acuerdo con la ubicación del Terrapuerto (74%) ya que reduce el tráfico. El restante, el 27% cree que no está bien ubicado, ya que creen que está muy lejos a sus domicilios.

Tabla N° 04

¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere viajar en el Terrapuerto Trujillo?

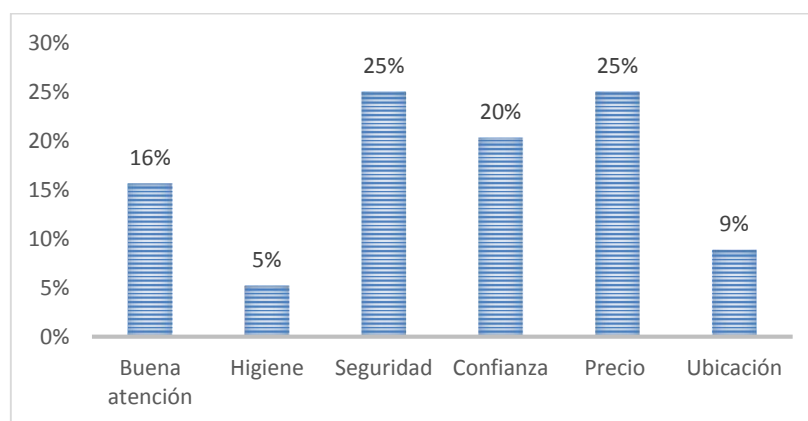
ITEMS	Q	%
Buena atención	60	16%
Higiene	20	5%
Seguridad	96	25%
Confianza	78	20%
Precio	96	25%
Ubicación	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 08

¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere viajar en el Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los resultados obtenidos, nos muestra que los usuarios prefieren o eligen viajar en el Terrapuerto por su seguridad (25%), por precio (25%), seguido por confianza (20%). El resto se reparte entre; buena atención (16%), ubicación (9%) e higiene (5%).

Tabla N° 05

¿Qué clase de cliente es usted en el Terrapuerto Trujillo (trimestre)?

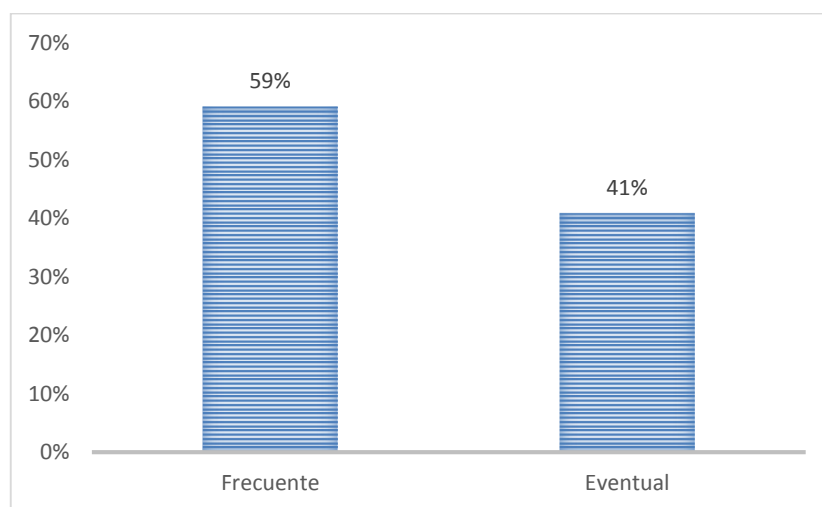
ITEMS	Q	%
Frecuente	227	59%
Eventual	257	41%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 09

¿Qué clase de cliente es usted en el Terrapuerto Trujillo (trimestre)?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: El 59% de los clientes encuetados son frecuentes (59%), a diferencia de los clientes eventuales (41%).

Tabla N° 06

¿Con qué frecuencia viaja por el Terrapuerto Trujillo?

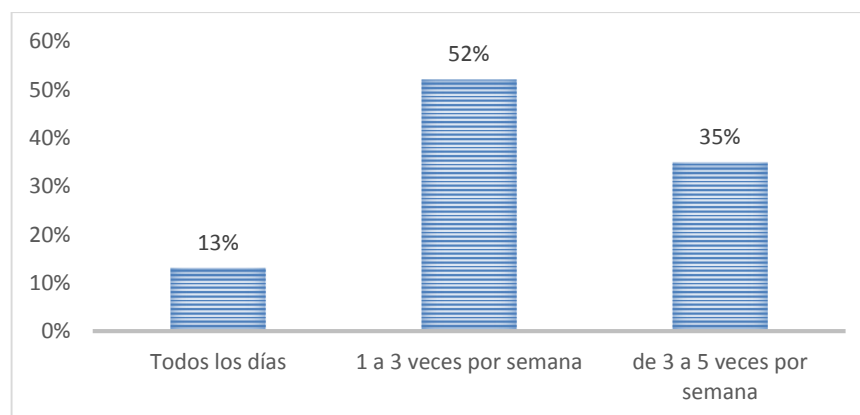
ITEMS	Q	%
Todos los días	50	13%
1 a 3 veces por semana	200	52%
3 a 5 veces por semana	134	35%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 10

¿Con qué frecuencia viaja por el Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 13% indica que viajan todos los días, el 52% de 1 a 4 veces por semana, y el 35% viaja de 4 a 7 veces por semana.

Tabla N° 07

¿Encuentra en el Terrapuerto a las empresas de transporte donde viajaba anteriormente?

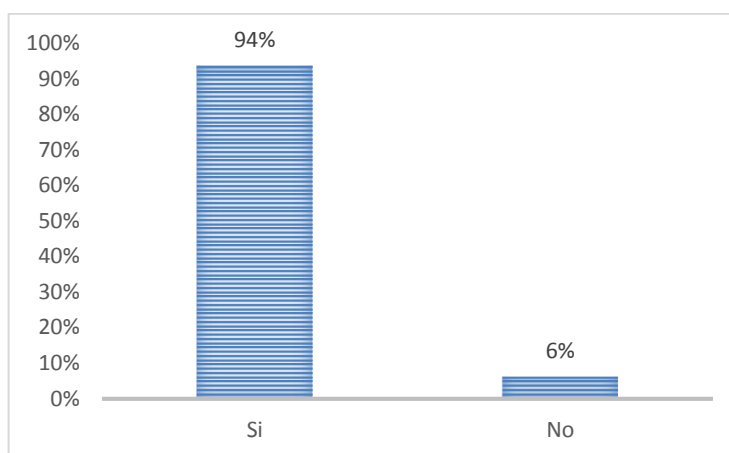
ITEMS	Q	%
Si	380	94%
No	4	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 11

¿Encuentra en el Terrapuerto a las empresas de transporte donde viajaba anteriormente?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: La mayoría de encuestados encuentran en el Terrapuerto a las empresas de transporte donde viajaban anteriormente (94%). El 6% no.

Tabla N° 08

¿Cómo califica usted la distribución de las empresas de transporte en el Terrapuerto?

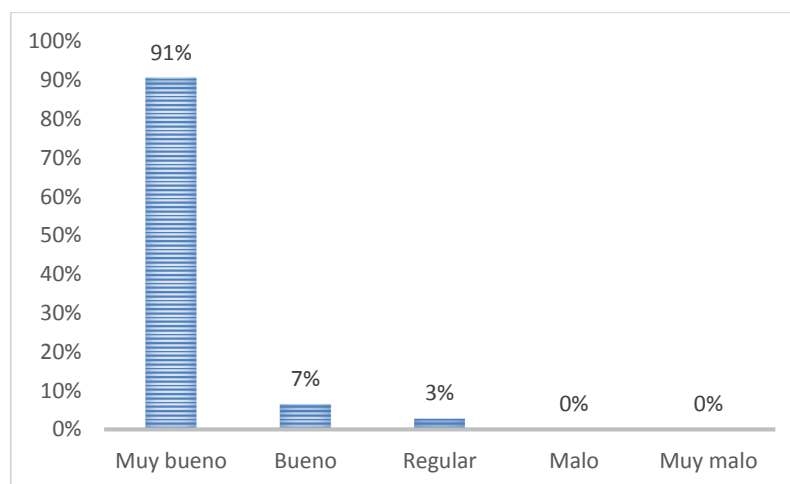
ITEMS	Q	%
Muy bueno	348	91%
Bueno	25	7%
Regular	22	3%
Malo	0	0%
Muy malo	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 12

¿Cómo califica usted la distribución de las empresas de transporte en el Terrapuerto?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: en este cuadro podemos apreciar que los usuarios califican de muy bueno (91%) la distribución de las empresas, el 7% de bueno, y el 3% de regular.

Tabla N° 09

¿Cuánto tiempo demora en ser atendido para comprar un pasaje?

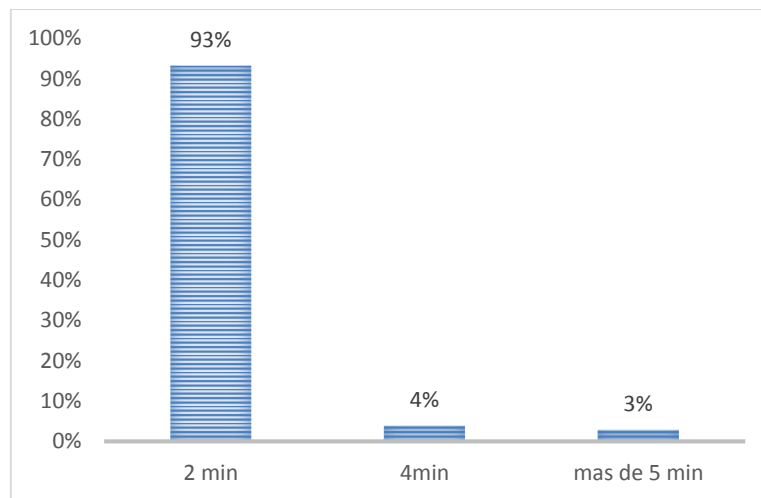
ITEMS	Q	%
2 min	348	91%
4 min	25	7%
5 min a mas	22	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Cuadro N° 13

¿Cuánto tiempo demora en ser atendido para comprar un pasaje?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los encuestados indican que el tiempo en ser atendido es de 2 minutos (93%), el 4% demora 4 minutos, y el 3% más de 5 minutos.

Tabla N° 10

¿Cómo califica usted la atención brindada por parte del Terrapuerto?

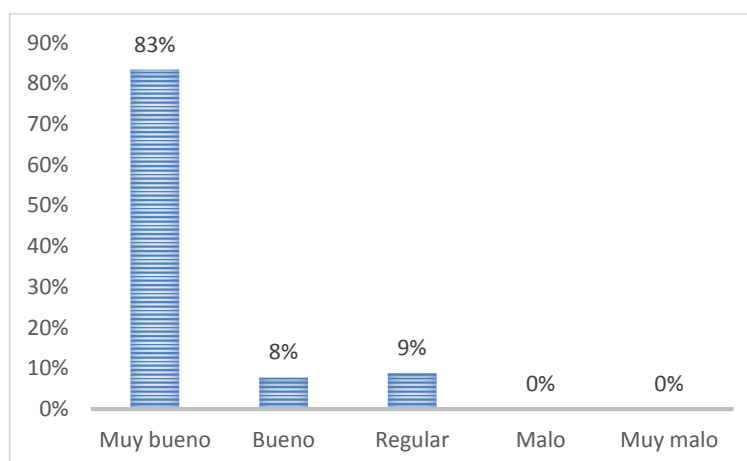
ITEMS	Q	%
Muy bueno	320	83%
Bueno	30	8%
Regular	34	9%
Malo	0	0%
Muy malo	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 14

¿Cómo califica usted la atención brindada por parte del Terrapuerto?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: en este cuadro se aprecia que el 83% califica de muy bueno la atención, el 8% de regular y el 9% de regular.

Tabla N° 11

¿Cuál ha sido la mejora que Ud. ha recibido del servicio en el Terrapuerto Trujillo?

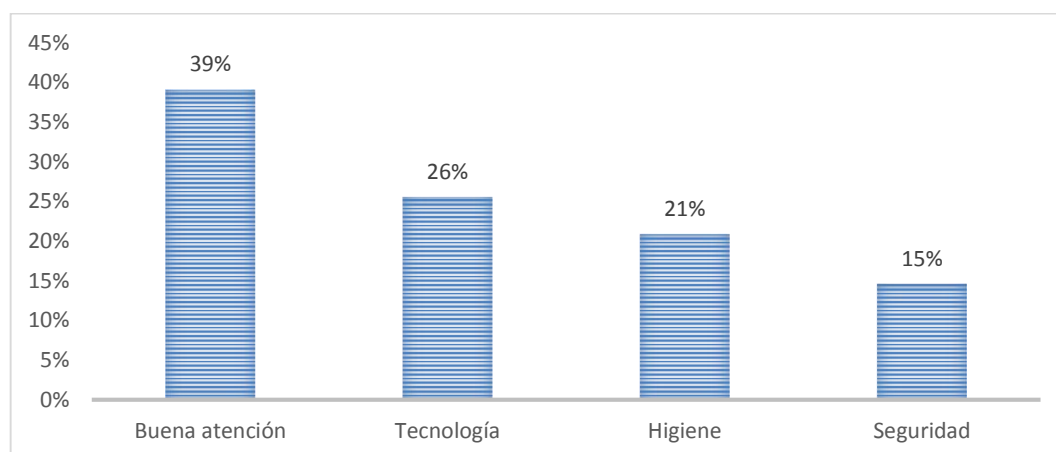
ITEMS	Q	%
Buena atención	150	39%
Tecnología	98	26%
Higiene	80	21%
Seguridad	56	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 15

¿Cuál ha sido la mejora que Ud. ha recibido del servicio en el Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 39% de los usuarios indica que la mejora que ha recibido ha sido la buena atención recibida por el personal, el 26% tecnología, el 21% en higiene y 15% seguridad.

Tabla N° 12

¿Cómo se siente con el proceso de compra de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?

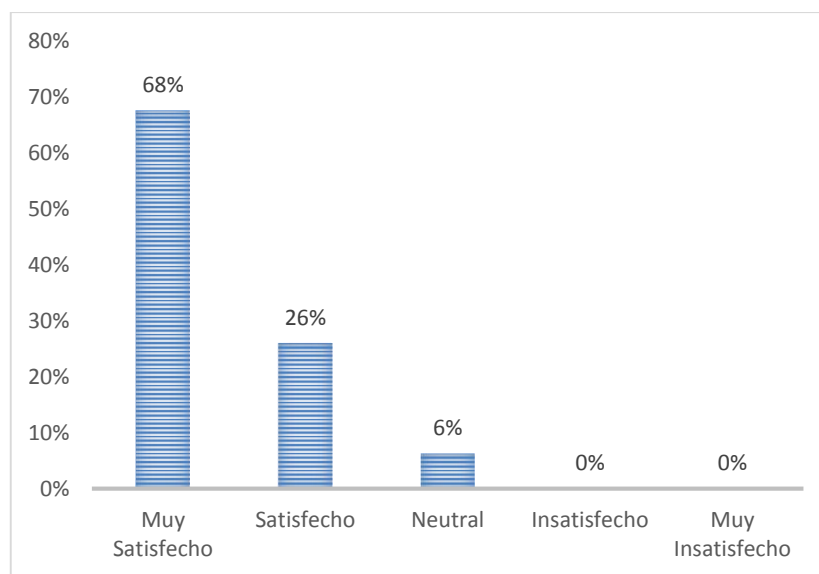
ITEMS	Q	%
Muy satisfecho	260	68%
Satisfecho	100	26%
Neutral	24	6%
Insatisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 16

¿Cómo se siente con el proceso de compra de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el cuadro muestra que los usuarios se encuentran muy satisfechos con el 68%, el 26% satisfecho, y el 6% neutral.

Tabla N° 13.

¿Se encuentra usted satisfecho con el precio que paga por derecho de embarque de S/. 1.20?

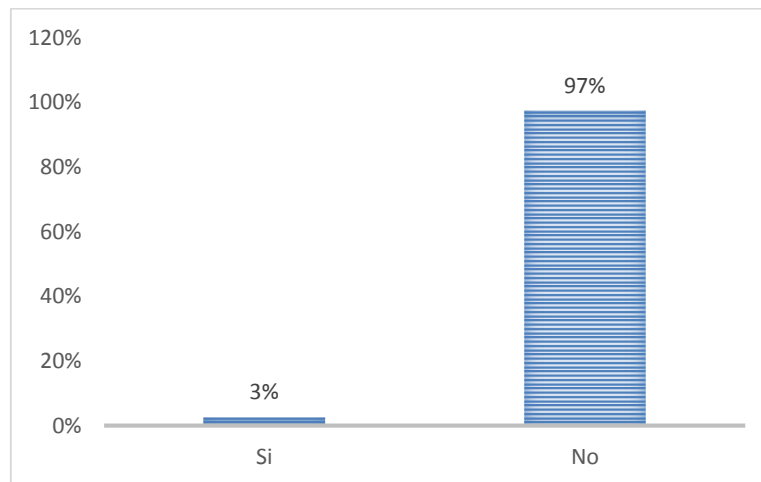
ITEMS	Q	%
Si	10	3%
No	374	97%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 17

¿Se encuentra usted satisfecho con el precio que paga por derecho de embarque de S/. 1.20?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 97% de los encuestados indica que el no están satisfechos con el precio que pagan por derecho de embarque de S/.1.20, mientras que el 3% sí.

Tabla N° 14

¿Ha tenido algún problema con respecto a la venta de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?

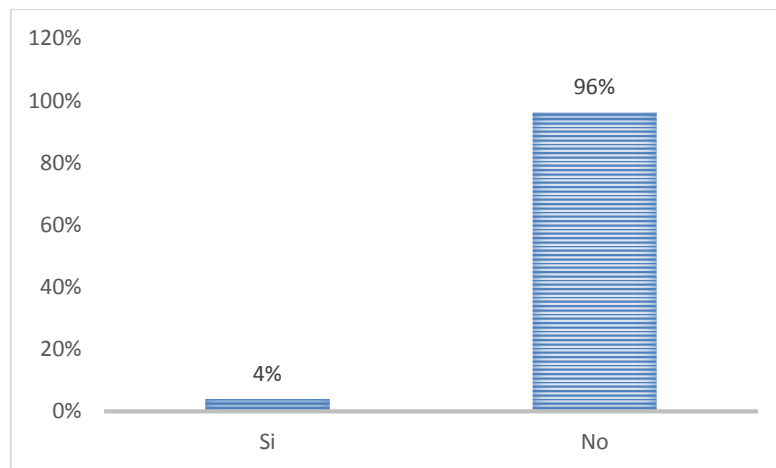
ITEMS	Q	%
Si	15	4%
No	369	96%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 18

¿Ha tenido algún problema con respecto a la venta de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 4% indica que si ha tenido problemas con la venta de pasajes, mientras que el 96% indica que todo se daba con normalidad.

Tabla N° 15

¿La empresa informa la hora de llegada de los buses a su destino?

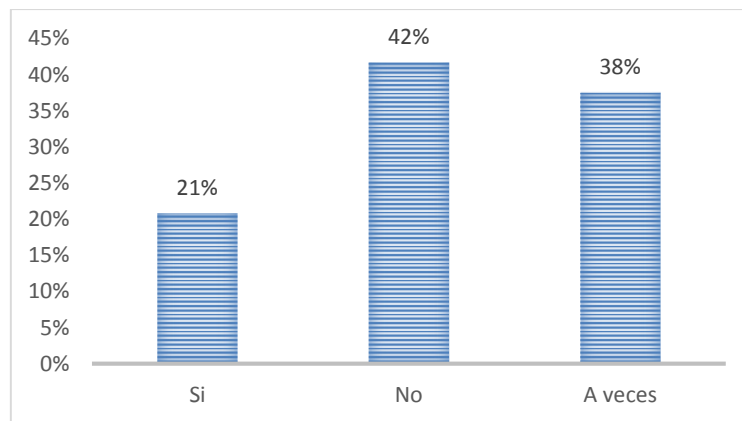
ITEMS	Q	%
Si	80	21%
No	160	42%
A veces	144	38%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 19

¿La empresa informa la hora de llegada de los buses a su destino?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 21% indica que si informan, el 42% indican que no, y el 38% informan a veces.

Tabla N° 16

¿El Terrapuerto cuenta con mejor infraestructura con relación a otros terminales en la ciudad de Trujillo?

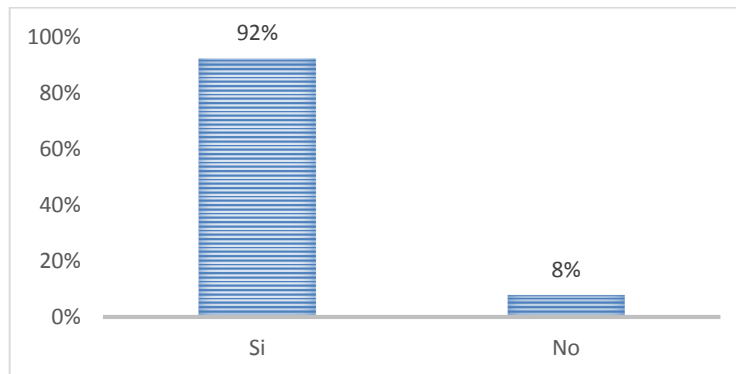
ITEMS	Q	%
Si	354	92%
No	30	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 20

¿El Terrapuerto cuenta con mejor infraestructura con relación a otros terminales en la ciudad de Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 92% de los encuestados indican que el Terrapuerto es el más moderno de la ciudad, y el 8% indican que no tiene mejor infraestructura.

Tabla N° 17

¿Existe un adecuado sistema para recibir quejas, reclamos y sugerencias de pasajeros?

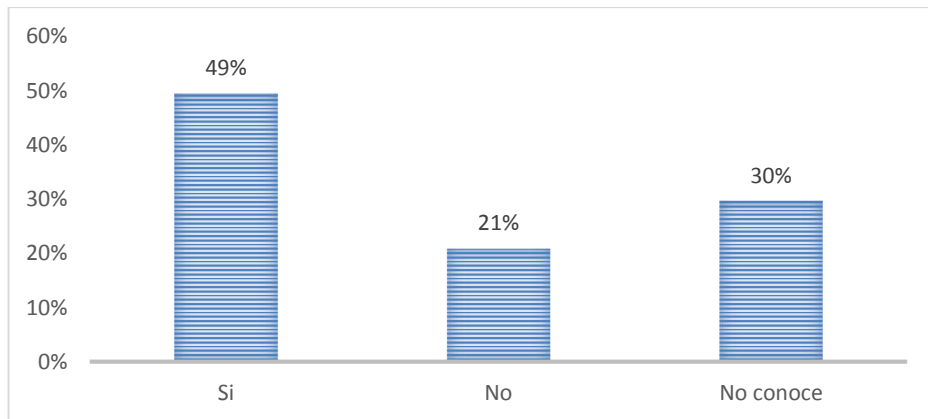
ITEMS	Q	%
Si	190	49%
No	80	21%
No conoce	114	30%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 21

¿Existe un adecuado sistema para recibir quejas, reclamos y sugerencias de pasajeros?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los resultados obtenidos muestra que el 49% el Terrapuerto cuenta con un sistema adecuado, el 21% indican que no, mientras que el 30% no tiene conocimiento si existe.

Tabla N° 18

¿Existe puntualidad en la hora de salida de los buses?

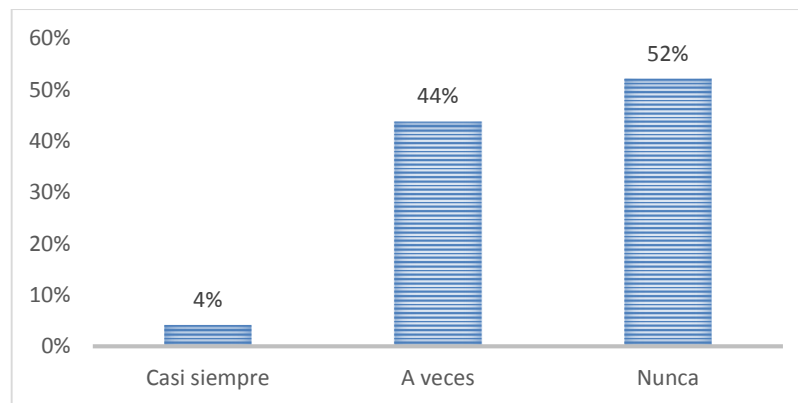
ITEMS	Q	%
Casi siempre	16	4%
A veces	168	44%
Nunca	200	52%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 22

¿Existe puntualidad en la hora de salida de los buses?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los usuarios consideran que casi siempre informan sobre la hora, el 44% indica que a veces, mientras que el 52% nunca informan.

Tabla N° 19

¿Se cumple con el horario de atención en la venta de pasajes?

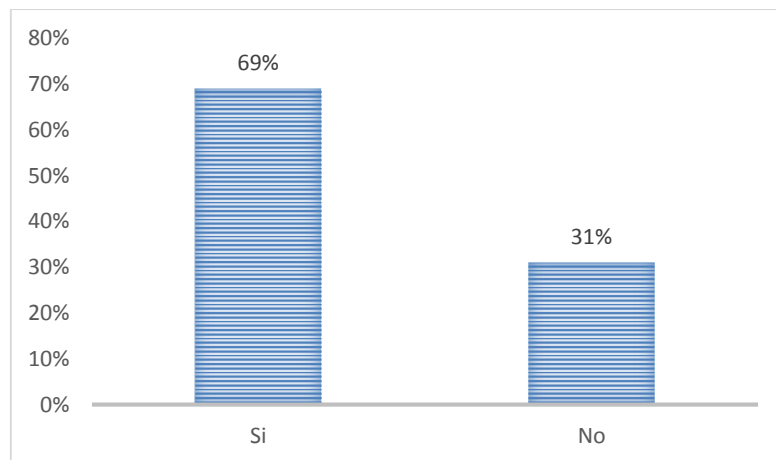
ITEMS	Q	%
Si	265	69%
No	119	31%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 23

¿Se cumple con el horario de atención en la venta de pasajes?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 69% indica que se cumple con el horario de atención, mientras que el 31% indica que no se cumple.

Tabla N° 20

¿El personal de venta de pasajes se esfuerza por brindar un servicio personalizado? (lo llaman por su nombre, le pide que regrese pronto, etc.)

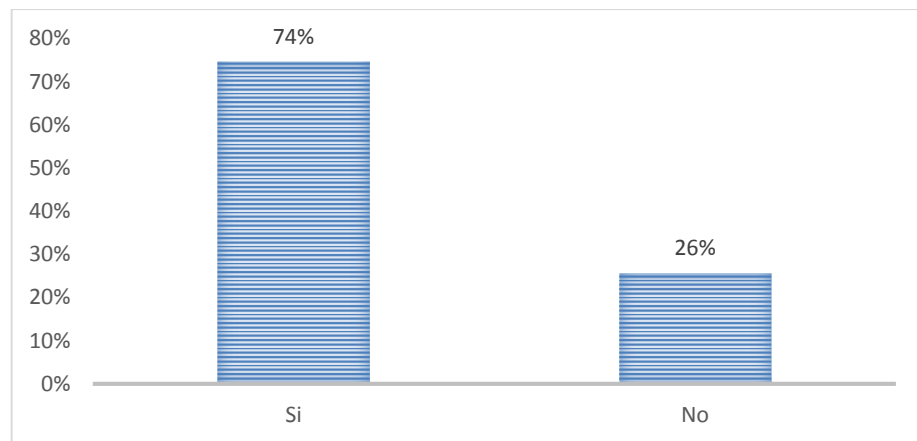
ITEMS	Q	%
Si	296	74%
No	98	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 24

¿El personal de venta de pasajes se esfuerza por brindar un servicio personalizado? (lo llaman por su nombre, le pide que regrese pronto, etc.)



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: El cuadro muestra que el personal se esfuerza por brindar un mejor servicio (74%), mientras que el resto, indican que no ofrecen servicio personalizado (26%).

Tabla N° 21

¿Cómo percibe usted el servicio del Terrapuerto referente a la rapidez en la atención por parte del personal de venta de pasajes?

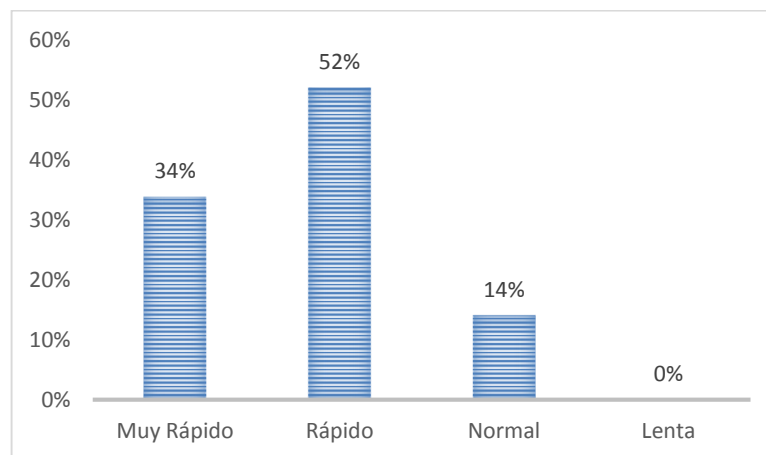
ITEMS	Q	%
Muy rápido	130	34%
Rápido	200	52%
Normal	54	14%
Lento	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 25

¿Cómo percibe usted el servicio del Terrapuerto referente a la rapidez en la atención por parte del personal de venta de pasajes?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 34% percibe que la atención es muy rápida, el 52% es rápida, el 14% normal.

Tabla N° 22

¿Cómo calificaría la sala de espera del Terrapuerto Trujillo?

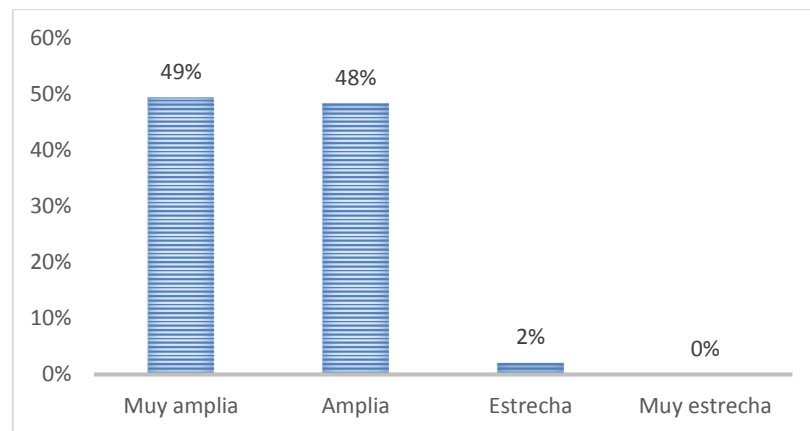
ITEMS	Q	%
Muy amplia	190	49%
Amplia	186	48%
Estrecha	8	2%
Muy estrecha	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 26

¿Cómo calificaría la sala de espera del Terrapuerto Trujillo?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los usuarios consideran en un 49% que la sala de espera es muy amplia, mientras que el 48% solo indica que es amplia, el 2% es estrecha.

Tabla N° 23

¿Cómo califica la limpieza de los servicios higiénicos en el Terrapuerto?

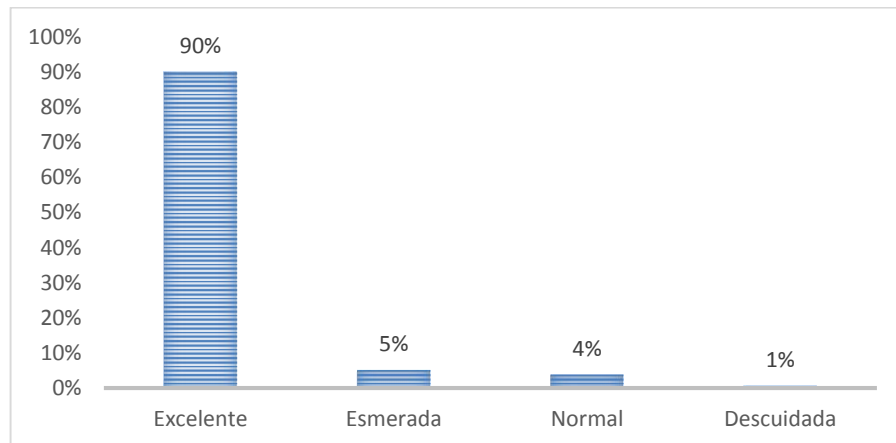
ITEMS	Q	%
Excelente	346	90%
Esmerada	20	5%
Normal	15	4%
Descuidada	3	1%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 27

¿Cómo califica la limpieza de los servicios higiénicos en el Terrapuerto?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: los encuestados califican en un 98% en excelente, el 1% en esmerada, normal y descuidada.

Tabla N° 24

¿A través de qué medio de comunicación se enteró de la puesta en marcha del Terrapuerto?

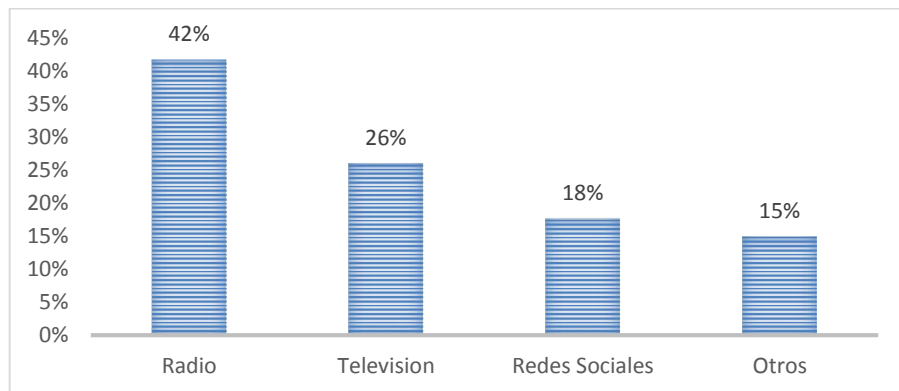
ITEMS	Q	%
Radio	160	42%
Televisión	100	26%
Redes sociales	68	18%
Otros	56	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 28

¿A través de qué medio de comunicación se enteró de la puesta en marcha del Terrapuerto?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 94% consideran que si se respeta las normas internas, el 6% no.

Tabla N° 25

¿Tiene la plena seguridad de que sus equipajes no se extraviarán?

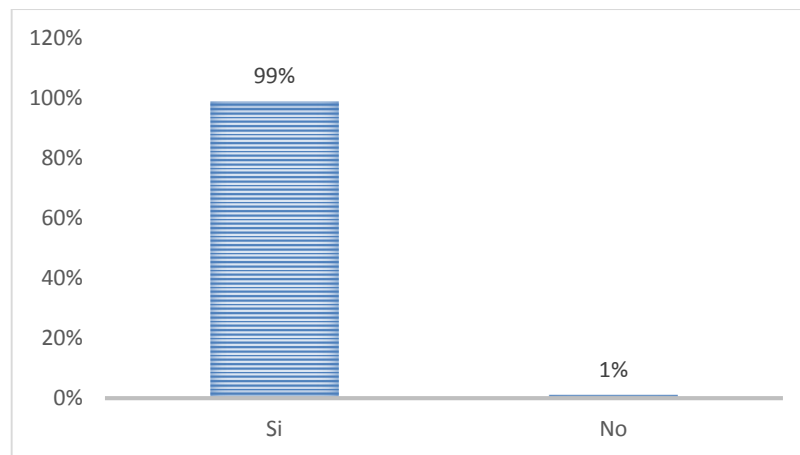
ITEMS	Q	%
Si	380	9%
No	4	1%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Gráfico N° 29

¿Tiene la plena seguridad de que sus equipajes no se extraviarán?



Fuente: Encuesta realizada a los usuarios del Terrapuerto Trujillo

Elaboración de los autores

Interpretación: el 99% tiene la seguridad que sus equipajes no se extraviarán, mientras que el 1% no es seguro.

4.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con las encuestas realizadas a los usuarios nos permitirá obtener la información necesaria para determinar la percepción de los usuarios del servicio interprovincial de pasajeros con respecto al nuevo Terrapuerto de la ciudad de Trujillo.

- a. La investigación nos ha permitido conocer que la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo ha incidido de manera positiva en un 96% como se muestra en la tabla N° 1, con ello podemos deducir que la puesta en marcha del Terrapuerto ha incidido positivamente en la población, ya que brindan un mejor servicio que otros terminales.
- b. Con la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo, podemos percibir que la mayoría de los usuarios indican que ha mejorado el servicio en el transporte interprovincial, según la tabla N° 2 un 96% dijo que si, y el 4% dijo que no ha mejorado. Entendemos que gracias al moderno Terrapuerto, el servicio ha mejorado, ya que se cuenta con mejor infraestructura, ubicación y servicios ofrecidos a la población.
- c. En cuanto a la ubicación del Terrapuerto, en la tabla N° 3 la mayoría de los encuestados 73% están de acuerdo que el Terrapuerto se encuentre un poco alejado de la ciudad y así evitar el congestionamiento vehicular. Sin embargo un 27% indica que no está bien ubicado, ya que se encuentra muy retirado de la ciudad, y es muy difícil acudir. Para ello se deberá implementar alternativas que podrían solucionar los inconvenientes de algunos clientes.
- d. La opinión de los clientes, prefieren viajar en el Terrapuerto Trujillo principalmente por la seguridad 25%, precio 25% y confianza 20% tal como se muestra en la tabla N° 4, por lo que el Terrapuerto debe seguir brindando un buen servicio al cliente, un servicio seguro y a un precio justo.
- e. En cuanto a la tabla N° 5 de clientes frecuentes y eventuales, los resultados muestran la recurrencia de los usuarios en un periodo trimestral en la utilización de nuestros servicios, donde el 59% del total son clientes frecuentes y el 41% son eventuales. La

frecuencia con que viajan los clientes tiene mayor porcentaje de 1 a 3 veces por semana 52%, seguido de 3 a 5 veces por semana 35% tal como se aprecia en la tabla N° 6. Con ello podemos deducir que la empresa posee una cartera de clientes frecuentes, pero aún existe un importante margen de clientes eventuales que podrían convertirse en frecuentes si se les logra cubrir con todos sus requerimientos y expectativas. Según: Meier (1989): "Todo terminal terrestre tendrá que tener un estudio del nivel de población que viaje diariamente y este tiene que ser mayor a 300 viajes diarios"

- f. En la tabla N° 7 los clientes encuentran en el Terrapuerto a las empresas donde viajaban anteriormente en un 99%, es decir, el Terrapuerto cuenta con una gran cantidad de empresas de transporte (22 empresas). El Terrapuerto deberá de trabajar con la mayor cantidad de empresas de transporte interprovincial para poder cubrir las necesidades de los clientes. Los clientes califican la distribución de las empresas de muy bueno 91% según la tabla N°8, ya que se encuentran distribuidos por la calidad, precio, y servicio que brinda cada empresa de transporte.
- g. En la tabla N° 9 el resultado del tiempo de demora para ser atendido para compra de pasajes muestra que existe un importante margen de clientes que esperan 2 minutos 93%, 4 minutos 4% y más de 5 minutos 3%. Hay que tener en cuenta que hay un pequeño margen que demora de 4 minutos a más. El personal tiene que mostrarse más atento a las necesidades del cliente. Según Horovitz (13, p. 14) en torno a la concepción cultural de la puntualidad. Sostiene que "Un atraso de 10 minutos no es tan grave en Francia como en Alemania"
- h. Los clientes califican de muy bueno la atención brindada por el Terrapuerto en un 83% y bueno en un 8% tal como muestra la tabla N° 10, en conclusión, los clientes califican positivamente al servicio brindado por el Terrapuerto, el personal de contacto tiene que mostrarse más atento a la necesidades de los usuarios, concordamos con Zeitham (16, p. 24) quien afirma "uno de los criterios para alcanzar la calidad del servicio es que el personal de contacto debe mostrar respeto, consideración, atención y amabilidad con los cliente".

- i. Según la tabla N° 11 los usuarios del Terrapuerto Trujillo indica que la mejora que han recibido ha sido la buena atención con un 39%, tecnología un 26%, higiene 21% y seguridad en un 15%. Se deduce que los usuarios sí reciben mejoras en cuanto al servicio brindado. Se debe tomar en cuenta que se deberá implementar alternativas que contribuyan a mejorar la aplicación del servicio y mejoren la percepción que el cliente tiene referente al mismo.
- j. La tabla N° 12 nos muestra que el 68% de los encuestados, están muy satisfechos y el 26% solo satisfecho con el proceso de compra de pasajes, ya que el Terrapuerto cuenta con muchas empresas de transporte, donde se hace más fácil y rápido a la hora de viajar. Sin embargo existe un pequeño margen del 6% donde hay clientes que opinan de manera neutral, ya que para ellos es un proceso normal. Según Horovitz (1991): “la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra. La actitud del cliente con respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida”.
- k. A través de la tabla N° 13 la mayor parte de los encuestados 97% indican que no están de acuerdo con el precio que tienen que pagar por el derecho de embarque S/. 1.20, éste derecho de embarque es nuevo en lo que respecta a terminales terrestres o Terrapuerto en el norte del país, se deduce que no están de acuerdo cancelar por un servicio que debe estar incluido en la adquisición del pasaje, aparte de que el Terrapuerto se encuentra alejado de la ciudad, tienen que pagar este derecho. El 3% que es un porcentaje muy pequeño con 10 clientes a favor, indicaron que sí están de acuerdo o satisfechos con el precio de S/.1.20, ya que sienten que están pagando el precio justo por un buen servicio.
- l. Según la tabla N° 14 nos indica que los usuarios no han tenido problemas con la venta de pasajes 96%, lo cual indica que el servicio brindado ha incidido de manera positiva. Solo el 4% de los encuestados tuvieron problemas con la venta de pasajes.
- m. En la tabla N° 15 se observa que el 21% de los encuestados indican que si informan sobre la llegada de los buses a su destino, la afirmación sustenta en la modernidad y el buen estado de sus buses. Sin embargo el 42% y 28% indican “no” y “a veces”

respectivamente, se deduce que la mayoría de los encuestados no se toman la molestia de preguntar la hora de llegada, puede ser porque saben cuál es el tiempo en llegar a su destino.

- n. Los encuestados tienen la seguridad de que el Terrapuerto Trujillo es el más moderno del norte del país, la tabla N° 16 muestra un 92% donde los usuarios indican que cuenta con una mejor infraestructura en relación con los otros terminales de la ciudad, solo un 8% muestra que es igual al resto de terminales.
- o. Se ha podido determinar que el Terrapuerto Trujillo, cuenta con un sistema para recibir quejas, reclamos y/o sugerencias de los clientes; así lo demuestra la tabla N° 17 con un 49%, el 21% indican que no cuentan con este servicio, el 30% indica que no tienen conocimiento. Este último porcentaje se fundamenta en que, si bien es cierto, sí cuenta con este sistema, puede ser que los buzones de sugerencias, reclamos, no estén visibles o no estén estratégicamente ubicados.
- p. La tabla N° 18 nos muestra que el 4% indican que la salida de los buses se da de manera puntual, sin embargo los resultados de los encuestados nos arrojan un 44% que dicen a veces, mientras que el 52% indican que nunca salen a la hora. Esto se puede fundamentar que los ómnibus que llegan al Terrapuerto llegan de otros destinos recogiendo pasajeros, es por eso que la hora de salida de los buses no es exacta, no obstante, existen empresas que tienen que esperar que se complete la capacidad del ómnibus, lo cual puede tardar entre 1 a 2 horas.
- q. En cuanto al servicio personalizado por parte del personal responsable, encontramos opiniones divididas de los clientes, pues el 74% indican que sí son atendidos cordialmente, mientras que el 26% indican que no hay esmero por brindar un servicio personalizado tal como se muestra en la tabla N° 20. Se puede concluir que existe un descontento en cuanto al trato brindado por el personal en la rapidez en la venta de pasajes: el trato es respetuoso pero a la vez frío y distante. Por eso el Terrapuerto Trujillo debe tomar medidas correctivas para mejorar el servicio en esta área. Horovitz (13, p. 12) sostiene que: “todos los signos, verbales o no, que acompañan al servicio tienen un

papel fundamental en este sentido: mirar al cliente a la cara, expresar con una sonrisa el placer que nos produce verlo, llamarlo por su nombre, son otras bases para conquistar la calidad”.

- r. La tabla N° 22 con respecto a la amplitud de la sala de espera del Terrapuerto Trujillo, los resultados se encuentran divididos en muy amplia 49% y amplia 48%, se interpreta que para los clientes, la sala de espera del Terrapuerto es más amplia que otros terminales que ya han visitado, por contar con mayor espacio, mejor infraestructura, y mejor tecnología.
- s. Los encuestados se encuentran totalmente conformes con la limpieza de los servicios higiénicos, ya que calificaron de excelente con un 98% como se muestra en la tabla N° 23. Se interpreta que los SS.HH. son mejores que otros terminales. Según Trujillo (20, p.18) “una compañía que se encuentra orgullosa de sí misma y de su cultura, lo reflejará en sus instalaciones y dado que las decisiones inmobiliarias, generalmente recaen en el campo directo de la organización, estas proporcionan una idea de lo que ellos piensan”.

Por otro lado, con respecto a lo señalado por Arroyo (1997) en su tesis: “Terminal terrestre para la ciudad de Trujillo” donde realizó un diagnóstico del sistema del transporte interprovincial y la situación actual de las empresas de transporte con el apoyo de la Municipalidad de Trujillo. Nos ha permitido conocer la situación actual del servicio de transporte interprovincial en la ciudad de Trujillo, con respecto a la problemática por la presencia de empresas informales, mala calidad, congestionamiento vehicular, etc.

También es importante lo planteado por Rodríguez (2005) en su tesis “Terminal Terrestre para la ciudad de Chepén” donde identificó los criterios para determinar las necesidades de espacio para un terminal terrestre, donde concluyó las siguientes variables: oferta y demanda del servicio de transporte público, rutas, horarios, número de empresas.

Coincidimos con el tesista ya que para la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo es importante identificar estos indicadores, ya que se pretende cubrir las expectativas de los usuarios brindando un buen servicio.

CAPÍTULO V

**DISEÑAR UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DEL
SERVICIO INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EN EL
NUEVO TERRAPUERTO DE LA CIUDAD DE TRUJILLO**

5.1. MISION: brindar un servicio de calidad en el Terrapuerto Trujillo a los pasajeros aplicando:

- El método de KAISEN.
- Trabajo en equipo.
- Desarrollo del personal.
- Mejora del clima laboral.

5.2. OBJETIVOS

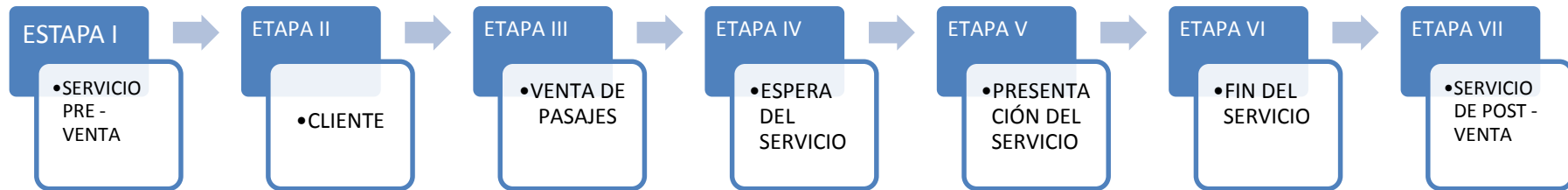
- Sensibilizar al personal de contacto de la empresa en esta nueva filosofía de servicio.
- Capacitar al personal de la empresa instruyéndolo con la nueva filosofía de servicio.
- Mejorar el clima organizacional.

5.3. POLÍTICAS

- Promover el trabajo en equipo y el liderazgo.
- Fomentar el reconocimiento por el trabajo en equipo.
- Hacer bien el trabajo desde el inicio.
- Promover el mejoramiento continuo y la innovación.

5.4. ETAPAS DEL SERVICIO

Gráfico 01 – 5.4
Etapas del servicio



Fuente: Elaboración de los autores.

5.4.1. Etapa i: servicio pre-venta

Comprende el conocimiento del producto o servicio, la zona donde va a actuar, del mercado y el cliente. Es la etapa de programación del trabajo y las encuestas.

Personal a cargo:

- Gerente comercial

Procedimientos:

- Diseñar la campaña publicitaria.
- Seleccionar los medios de comunicación (estrategia de medios).
- Elaboración de volantes y encartes.
- Redes sociales (Facebook, Twitter).

La información que se requiere para localizar clientes es:

- Clientes potenciales en el mercado.
- Nivel económico y cuánto están dispuestos a gastar.
- Características de los clientes y comportamiento de compra.
- Anunciar las mejoras del servicio que se viene haciendo en la empresa, mediante spots publicitarios.

Materiales y acciones:

- Volantes.
- Firma de actas con los medios de comunicación y agregar en los spots las mejoras del servicio que se está ofreciendo.
- Correo ordinario (mailing)
- Correo electrónico (internet)

5.4.2. Etapa ii: cliente

Actividades:

El cliente se informa sobre:

- Precio de los pasajes.
- Horarios de salida.
- Condición de los buses.
- Tipos de servicios.
- Otros.

Personal a cargo de brindar información:

Personal directo: vigilante de la empresa.

Personal indirecto: todos los trabajadores del área de venta de pasajes.

Procedimientos:

Cumplimiento de procedimientos relacionados a las normas

- Dar la bienvenida al cliente, mostrando con una sonrisa el placer que les produce verlo.
- Preguntar en qué se le puede ayudar.
- Brindar información a petición del cliente.
- Indicar las áreas en las cuales se realizan cada actividad del servicio. Y el personal a cargo.
- Superar las expectativas del cliente.

Material y acciones:

- La empresa deberá capacitar al personal de contacto, en este caso al vigilante de la empresa, para que este se sienta confiado en su puesto de trabajo.
- El vigilante deberá tener una apariencia pulcra y estar correctamente uniformado.

5.4.3. Etapa iii: venta de pasajes

Actividades:

Informar al cliente acerca de:

- Asientos disponibles: si desea el asiento del pasadizo o a la ventana.
- Precios de los pasajes.
- Todos los pasajeros deberán estar 30´ antes de la salida del bus.
- Características de los diferentes servicios, con ayuda de los volantes.
- Mostrar en la pantalla de la computadora el tablero de asientos disponibles.
- Procesar la información de los datos del pasajero.
- Emitir el boleto y recibir el pago del mismo.

Personal a cargo:

Personal directo: personal de venta de pasajes.

Personal indirecto: todos los trabajadores del área de venta de pasajes.

Procedimientos:

- Saludar al cliente mirándolo a la cara.
- Expresar con una sonrisa el placer que les produce volver a verlo.
- Llamar al cliente por su nombre.
- Mostrar rapidez en la atención.
- Tiempo aproximado de la atención por persona (5´).
- Superar las expectativas.

Materiales y acciones:

- Las computadoras, impresoras y teléfonos deberán estar en perfectas condiciones, para agilizar la atención.

5.4.4. Etapa iv: espera del servicio

Actividades:

- Algunos pasajeros entregarán sus equipajes pesados y serán colocados con sus respectivos tickets.
- Pegar el exceso de equipaje.
- Los equipajes se colocarán en las bodegas del bus de acuerdo con la fragilidad del mismo.
- Los pasajeros harán uso de la sala de espera del Terrapuerto, hasta el momento de la salida del bus.
- El personal de estiba separará los equipajes de acuerdo con el grado de fragilidad.
- El terminal dispondrán de música, televisión del agrado del cliente.

Personal a cargo:

Personal directo:

- Personal de venta de pasajes.
- Personal de estiba.

Personal indirecto: todo el personal de área.

Procesos:

- Mostrar cortesía.
- Rapidez en la atención.
- Informarse sobre la fragilidad del equipaje.
- Ubicar los equipajes de acuerdo con su grado de fragilidad.
- Superar las expectativas del cliente.

Acciones de mejora:

- Capacitar al personal de estiba en la atención al cliente.
- El personal de estiba debe estar correctamente uniformado.

5.4.5. Etapa v: prestación del servicio

Actividades:

- Anunciar la hora de salida del bus.
- Formar una cola para abordar el bus en forma ordenada.
- Controlar el boleto de viaje (terramozas y/o copiloto)
- Ubicar a los pasajeros en sus respectivos asientos.
- Dar la bienvenida a los pasajeros.
- Presentar el video institucional.
- Para los servicios, las terramozas deberán informar la hora de llegada de los buses a su destino.
- Se colocará un video de estreno para la distracción de los pasajeros por parte de las terramozas o copiloto.
- Las terramozas estarán pendiente a solucionar cualquier inquietud de los pasajeros.

Personal a cargo:

Personal directo:

- Terramoza.
- Copiloto.
- Conductor.

Personal indirecto: personal de venta de pasajes.

Procesos:

- Las terramozas desde el primer contacto con los pasajeros deberán mostrar amabilidad y espontaneidad con los mismos.
- El video institucional deberá ser renovado trimestralmente y en mismo se debe mostrar cómo se puede contribuir a la conservación del medio ambiente.
- La cena que se brinde a los pasajeros deberá ser variada y al mismo tiempo de buena calidad, de acuerdo con los gustos y preferencias de los mismos.

- Las terramozas deberán tener la disposición para ayudar a los pasajeros y proveerlos de un servicio rápido.
- Mantener informados de la hora de llegada a su destino, así como de cualquier imprevisto que suceda en transcurso del viaje (terramozas o copiloto).
- Las terramozas informará a los pasajeros que las bolsas que se reparten son para el recojo de la basura y que después de 15´ serán recogidas.
- Los servicios higiénicos estarán debidamente equipados y revisados durante el viaje.
- Los buses deberán ser constantemente lavados y como ambientadores se utilizarán pastillas desodorizantes.
- Tratar de llegar a la hora prevista.
- Superar las expectativas del cliente.

Acciones de mejora:

- Instruir al personal que interviene directamente en la prestación del servicio a bordo.
- Todo el personal debe estar debidamente uniformado.

5.4.6. Etapa vi: fidelización del servicio

Actividades:

- Se anunciará 15´ antes de la llegada del lugar de destino, (terramoza o copiloto).
- Se desembarcarán los equipajes.
- Se confrontarán los tickets, con los respectivos equipajes de cada pasajero.

Personal a cargo:

Personal directo:

- Copiloto
- Personal de estiba
- Chofer

Personal indirecto: terramoza

Procedimientos:

- Las terramozas o copiloto despertarán amablemente a los pasajeros 15´ antes de llegar a su destino.
- El personal de estiba verificará con mucho cuidado el equipaje antes de ser entregado a los pasajeros, para evitar equivocaciones.
- Superar las expectativas.

Material y acciones:

- Instruir al personal que interviene directamente en la prestación del servicio a bordo.
- Todo el personal debe estar debidamente uniformado.

5.4.7. Etapa vii: servicio post-venta**Actividades:**

- Mostrar capacidad de respuestas ante quejas, reclamos, y/o sugerencias del servicio recibido.
- Atender a las notificaciones de los pasajeros ante la pérdida o extravíos de equipajes.

Personal a cargo:

Personal directo: personal de contacto.

Personal indirecto: personal administrativo.

Procesos:

- Se escuchará con atención a los pasajeros y luego se procederá a solucionar el problema inmediatamente, donde ambos salgan beneficiados.
- Mostrar mucha empatía.
- Superar las expectativas del cliente.

Material y acciones:

- Se colocarán pasajes y lapiceros cerca al buzón de sugerencias.
- Implementar una línea telefónica de atención al cliente.

5.5. PERSONAL RESPONSABLE

A. Gerente comercial:

- Es el máximo responsable del departamento comercial, donde velará por el cumplimiento de los objetivos de ventas, así como de la publicidad (Marketing).
Por lo tanto se encargará de la selección del personal del departamento comercial, detección de necesidades y seguimiento de los planes de formación.

B. Jefe del programa de calidad:

- Administrador de oficina: tiene a su cargo el servicio interprovincial de pasajeros; se encargará de elaborar un plan global piloto de implementación, siendo una de sus primeras actividades la difusión de la filosofía de calidad, el trabajo en equipo; se programarán cursos de capacitación, charlas, seminarios, que vienen a ser sesiones de toma de conciencia, cuyos asistentes serán el personal de expendio de pasajes, vigilantes, conductores y terramozas, que en su conjunto forman parte del personal de contacto. Se incentivará al personal mediante un reconocimiento por su trabajo.

C. Asistentes administrativos:

- Los asistentes administrativos que capacitados previamente por el jefe del programa se encargará de orientar y capacitar directamente al personal de contacto y al mismo tiempo en sus manos estará el seguimiento y control del programa de mejoramiento de la calidad del servicio.

5.6. TEMAS PARA EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

A continuación se propone un listado de temas que se deberían tomar en cuenta para la capacitación del personal.

- Técnicas relaciones interpersonales.
- Habilidad para llevarse bien con las personas.
- Motivación al personal fomentando los sentimientos de autoestima y autoconfianza.
- Identificar los factores que influyen en las expectativas del cliente.
- Atención al cliente.
- Comportamiento del consumidor.
- Como ser un líder del servicio.

5.7. CONTROL

Una manera de verificar la eficiencia del programa es tomando medidas como son:

- A. Sondeos mensuales:** donde se preguntarán a los pasajeros sobre los aspectos más importantes utilizados en la encuesta de la investigación realizada; esto con el fin de ver si la puesta en marcha del programa de mejoramiento está obteniendo los resultados esperados.
 - **Personal a cargo:** en esta actividad se contará con la ayuda de las terramozas.
 - **Procedimiento:** se elaborarán sondeos mensuales durante los tres primeros meses, posteriormente se hará trimestralmente y se serán aplicados en las salas de espera de los terminales y a bordo del bus.

- B. Guías de observación:** mediante el uso de un agente de la misma empresa, que pasará por incognito, para escuchar o percibir lo que los pasajeros opinan del nuevo servicio prestado, asimismo evaluará a la persona responsable de brindar el servicio.
 - **Personal a cargo:** asistente administrativo.
 - **Materiales:** fichas de observación.

C. Indicadores de evaluación:

Establecer parámetros a realizar:

- Número de quejas
- Número de reclamos
- Medir la satisfacción de los clientes
- Nivel de puntualidad en la salida y llegada de buses

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La creación del nuevo Terrapuerto Trujillo en el servicio interprovincial de pasajeros; es favorable, esto significa que la calidad del servicio brindado por la empresa es “buena”, la gran mayoría percibe favorablemente por la seguridad, confianza y precio.
- La percepción de los usuarios con respecto a la ubicación del Terrapuerto Trujillo es favorable; puesto que evita el congestionamiento vehicular, al reordenarlo, así como a la formalización de algunas empresas, considerando que se trata de uno de los principales reclamos de la población. Sin embargo se percibe un descontento de parte de los usuarios, debido a que se encuentra algo alejado de la ciudad.
- Los pasajeros del Terrapuerto Trujillo perciben de manera favorable el proceso de compra, ubicación de las empresas, y de la buena atención brindada. Sin embargo el derecho de embarque que tienen que pagar antes de abordar al bus es desfavorable, debido a que tienen que hacer un pago extra por el servicio, lo cual no lo hacen en otros terminales.
- La percepción respecto a la limpieza de los servicios higiénicos, sala de espera, tipos de servicios, y tener la plena seguridad que sus equipajes llegarán con toda normalidad, es favorable, debido a la modernidad con la que cuenta el Terrapuerto Trujillo.
- Los usuarios del servicio del Terrapuerto tienen una percepción favorable en la atención al cliente; puesto que existe un trato amable. Empero, se percibe un descontento en cuanto al servicio personalizado y la hora de salida de los buses.
- La puesta en marcha del Terrapuerto incide de manera positiva en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros de la ciudad de Trujillo.
- Se ha elaborado un programa de mejoramiento del servicio interprovincial, el mismo que contiene sus objetivos, políticas y etapas que detallan las actividades y acciones a realizar en cada una de ellas, este programa está orientado a mejorar las deficiencias por falta de conocimiento de los servicios brindados por el Terrapuerto Trujillo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el Terrapuerto deberá implementar alternativas que podrían solucionar los inconvenientes de los clientes que les resulta difícil acudir al Terrapuerto, ya que se encuentra un poco alejado; se recomienda una movilidad donde tendrá que recoger clientes en puntos estratégicos de la ciudad.
- Para mejorar el servicio de atención personalizada, de parte del personal de contacto, el Terrapuerto debe brindar charlas de formación técnica y relaciones interpersonales. Mediante estos medios, se logrará motivar al personal de contacto con el objetivo de que muestre mayor eficiencia en su línea de trabajo.
- Se recomienda reducir o eliminar el pago por derecho de embarque (S/. 1.20) o debería ser incluido en el pasaje del cliente, así el cliente cree que no está pagando por derecho de embarque, ya que en gran parte están en desacuerdo con este sistema. A su vez, las empresas de transporte en el Terrapuerto, deben ser puntuales a la hora de salida de los buses, para no generar incomodidad en los clientes.
- Se recomienda la implantación del programa de mejoramiento del servicio interprovincial de pasajeros en el nuevo Terrapuerto de la ciudad de Trujillo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ANEXOS

7.1. BIBLIOGRAFÍA:

Referencias bibliográficas:

Libros

- Deming, E. (2000). Gestión de la calidad total. Madrid: Prentice Hall.
- Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio: a la conquista del cliente. Madrid: Mc Graw - Hill.
- Zeitham, L; Asumaran, A; Berry, L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- De Le Parra, Erick. (1994)¿Qué es el servicio? Calidad y Excelencia, 03, 76.
- Arroyo Flores, Marco Antonio, Tesis-Terminal Terrestre para Trujillo. Año 1997

Páginas Web

- Trujilloonlinea.pe. (2015). Terrapuerto viene operando con normalidad desde el último sábado. 28 May, 2015, de trujilloonlinea.pe Sitio web: <http://www.trujilloonlinea.pe/locales/21/10/2014/terrapuerto-viene-operando-con-normalidad-desde-el-ultimo-sabado>
- Carlos Vázquez Rojas. (2015). Terminal Terrestre. 28 May, 2015, de Scribd.com Sitio web: <http://es.scribd.com/doc/82112359/Terminal-Terrestre#scribd>
- Wilson Castro. (2013). Trujillo ya cuenta con un moderno Terminal Terrestre de Pasajeros. 28 May, 2015, de Larepublica.pe Sitio web: <http://archivo.larepublica.pe/11-08-2013/trujillo-ya-cuenta-con-un-moderno-terminal-terrestre-de-pasajeros>
- Wikipedia.org. (2015). Autobus. 28 may, 2015, de Wikipedia.org Sitio web: http://es.wikipedia.org/wiki/Autob%C3%BAs#Transporte_interprovincial
- <http://es.scribd.com/doc/55892444/FAUA-UPAO-Memoria-Tesis-TERMINAL-TERRESTRE-TRUJILLO-1era-Parte-Bach-Arq-A-Quispe-y-S-Taba#scribd>

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta.

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar la percepción de los usuarios del servicio interprovincial de pasajeros con respecto al nuevo TERRAPUERTO de la ciudad de Trujillo.

INDICACIONES: Coloque un círculo “O” en la alternativa que usted elija o rellene en las líneas punteadas, de ser necesario.

DATOS GENERALES:

SEXO: F () M ()

EDAD: _____

OCUPACIÓN: _____

LUGAR DE PROCEDENCIA: _____

1. ¿De qué manera ha incidido la creación del nuevo Terrapuerto Trujillo?
 - a) Positivo
 - b) Negativo

2. ¿Ha mejorado el servicio de transporte interprovincial gracias al Terrapuerto en la ciudad de Trujillo?
 - a) Si
 - b) No

3. ¿Está de acuerdo con la ubicación del Terrapuerto Trujillo?
 - a) Si
 - b) No

4. ¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere viajar en el Terrapuerto Trujillo?
 - a) Buena atención
 - b) Higiene
 - c) Seguridad
 - d) Confianza
 - e) Precio
 - f) Ubicación

5. ¿Qué clase de cliente es usted en el Terrapuerto Trujillo (trimestre)?
 - a) Frecuente
 - b) Eventual

6. ¿Con qué frecuencia viaja en el Terrapuerto Trujillo?
 - a) Todos los días
 - b) de 1 a 3 veces por semana
 - c) de 3 a 5 veces por semana.

14. ¿Ha tenido algún problema con respecto a la venta de pasajes en el Terrapuerto Trujillo?
- a) Si b) No
15. ¿La empresa informa de la hora de llegada de los buses a su destino?
- a) Si b) No c) A veces
16. ¿El Terrapuerto Trujillo cuenta con mejor infraestructura con relación a otros terminales en la ciudad de Trujillo?
- a) Si b) No
17. ¿Existe un adecuado sistema para recibir las quejas, reclamos y sugerencias de pasajeros?
- a) Si b) No c) No conoce
18. ¿Existe puntualidad en la hora de salida de los buses?
- a) Casi siempre b) A veces c) Nunca
19. ¿Se cumple con el horario de atención en la venta de pasajes?
- a) Si b) No
20. ¿El personal de venta de pasajes se esfuerza por brindar un servicio personalizado (lo llama por su nombre, le pide que regrese, etc.)?
- a) Si b) No
21. ¿Cómo percibe usted el servicio del Terrapuerto referente a la rapidez en la atención por parte del personal de venta de pasajes?
- a) Muy rápida
b) Rápida
c) Normal
d) Lenta
22. ¿Cómo calificaría la sala de espera del Terrapuerto Trujillo?
- a) Muy amplia
b) Amplia
c) Estrecha
d) Muy estrecha

23. ¿Cómo califica la limpieza de los servicios higiénicos en el Terrapuerto?
- a) Excelente
 - b) Esmerada
 - c) Normal
 - d) Descuidada
24. ¿A través de qué medio de comunicación se enteró de la puesta en marcha del Terrapuerto?
- a) Radio
 - b) Televisión
 - c) Redes sociales
 - d) otros
25. ¿Tiene usted la plena seguridad de que sus equipajes no se extraviarán?
- a) Si
 - b) No

Anexo 02: presupuesto para programa de capacitación.

RUBROS	Unidad de medida	Sub. Total	Total
CAPACITACIÓN:			
Consultora	3 horas x semana	600.00	2400.00
Alquiler del local	Por día	80.00	320.00
Materiales:			
- Lapiceros	50 und.	0.50	25.0
- Separatas	200 und.	0.50	100.00
- Fólderes.	200 und.	0.50	100.00
PUBLICIDAD:			
Personal para volante	4 personas	100.00	400.00
	5 millares	150.00	750.00
Volantes			
Radio	20'' por día	120.00	3600.00
TOTAL		1051.50	7696.00