

# 28

Fecha de presentación: julio, 2021  
Fecha de aceptación: septiembre, 2021  
Fecha de publicación: octubre, 2021

## EVALUACIÓN DE LA CALIDAD

DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE LA COMPAÑÍA BLUEBUS - STAR

### EVALUATION OF THE QUALITY OF PASSENGER TRANSPORTATION SERVICES OF THE COMPANY BLUEBUS – STAR

Ariel José Romero Fernández<sup>1</sup>

E-mail: [dir.investigacion@uniandes.edu.ec](mailto:dir.investigacion@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1464-2587>

Iruma Alfonso González<sup>1</sup>

E-mail: [ua.irumaalfonso@uniandes.edu.ec](mailto:ua.irumaalfonso@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6866-4944>

Luis Fernando Latorre Tapia<sup>1</sup>

E-mail: [sgprocurador@uniandes.edu.ec](mailto:sgprocurador@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0408-8228>

<sup>1</sup> Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

#### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Romero Fernández, A. J., Alfonso González, I., Latorre Tapia, L. F. (2021). Evaluación de la calidad de los servicios de transporte de pasajeros de la Compañía Bluebus - Star. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S2), 217-225.

#### RESUMEN

La calidad de los servicios es vital para el desempeño de las organizaciones, es la única garantía de ser competitivos y eficientes. El presente artículo tiene la finalidad de evaluar la calidad de los servicios de la compañía de transporte de pasajeros BlueBus-Star. Se aplica el modelo Servqual modificado, específicamente los cuestionarios de satisfacción de los clientes internos y externos. Los resultados arrojan 25% de nivel de insatisfacción de los clientes internos y 38% de los clientes externos, los atributos más afectados según criterio de los trabajadores son condiciones de trabajo, comunicación y salario. Para los clientes externos los atributos más afectados son tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. Lo que evidencia la necesidad de implementar acciones de mejoras.

**Palabras clave:** Calidad del servicio, modelo Servqual, calidad del transporte, satisfacción de los trabajadores, satisfacción de los clientes.

#### ABSTRACT

The quality of services is vital for the performance of organizations; it is the only guarantee of being competitive and efficient. The purpose of this article is to evaluate the quality of services of the passenger transportation company BlueBus-Star. The modified Servqual model is applied, specifically the internal and external customer satisfaction questionnaires. The results show a 25% level of dissatisfaction among internal customers and 38% among external customers, the most affected attributes according to the employees' criteria are working conditions, communication and salary. For external customers the most affected attributes are tangibility, reliability, responsiveness and empathy. This shows the need to implement improvement actions.

**Keywords:** Service quality, Servqual model, transportation quality, employee satisfaction, customer satisfaction.

## INTRODUCCIÓN

El sector terciario o de servicios ha alcanzado un importante papel dentro del desarrollo económico mundial, se valora que más del 70% del Producto Interno Bruto Mundial es generado por los servicios y en este sector se emplea más del 50% de las fuerzas productivas globales. Esto unido a las nuevas tendencias de la gestión empresarial y la inestabilidad y dinamismo de los mercados exigen a las empresas revolucionar sus estrategias y buscar nuevas alternativas para ser eficientes y competitivos (Mejías, Godoy y Piña, 2018).

La calidad de los servicios se ha convertido en un importante factor de competitividad y estrategia de diferenciación para muchas empresas e instituciones, ante el crecimiento sostenido de la competencia interna y externa de los mercados, las organizaciones se han visto forzadas a implementar nuevos métodos y tácticas de gestión que les permitan alcanzar la excelencia empresarial (Del Carmen, 2019). No basta con diferenciarse, es necesario tomar decisiones eficaces en entornos difíciles e inciertos para poder sobrevivir a las condiciones brutales que el mercado actual impone a las organizaciones (Bento, Murta y Sáez, 2019).

Por su parte el transporte de pasajeros ha alcanzado un importante papel dentro de las economías nacionales y mundial, se estima que el transporte aporta casi el 50% del producto bruto global de las economías y esta tendencia debe incrementarse en los próximos años (Vinasco, 2017). En muchos países la competencia interna que se establecen entre compañías de transporte de pasajeros conlleva a la distribución de destinos para no ir a la quiebra, los costos de mantenimiento y de servicios son tan elevados que repartirse el mercado es mejor que competir.

El tema de la calidad de los servicios de transporte ha sido abordado en la literatura mundial por varios autores, los cuales coinciden en que la expansión acelerada y desproporcional de estos servicios han atendado contra los estándares de calidad y seguridad. Poole (2021) expone como en medio de la pandemia generada por la Covid 19, en la ciudad de Lima, Perú, fue necesario un reordenamiento del transporte público para resolver los problemas de movilidad y garantizar la descongestión de pasajeros que tuvieron que movilizarse en mayor medida por los efectos de la pandemia.

Flores (2017) realiza una investigación en ciudades del sur de Perú para evaluar la incidencia de la gestión del talento humano en la calidad de los servicios y la rentabilidad de empresas de transporte de pasajeros. Los resultados alcanzados permitieron identificar un grupo de

limitaciones como: el personal que trabaja en estas empresas no recibe capacitación, no existe una política de incentivos para los trabajadores y los trabajadores manifiestan que tienen inestabilidad laboral. Estas limitaciones inciden directamente en la calidad de los servicios, lo que se evidencia en el estudio de satisfacción de los pasajeros que es inferior al 92%.

Orlandini y Ramos (2017) aplican el modelo Servqual original para evaluar la calidad de los servicios de transporte aéreo de pasajeros de cuatro compañías que trabajan en la ciudad de Sucre. En su investigación aplican las dimensiones tangibilidad, fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta por medio de un cuestionario que involucró a más de 380 clientes, esto permitió que se estableciera que no hay diferencias significativas en la percepción de los pasajeros sobre la calidad de los servicios de las cuatro empresas de transporte aéreo de la ciudad de Sucre.

Sandoval, Hinojosa y Sandoval (2017) evalúan la calidad de los servicios logísticos, especialmente en la comarca Lagunera en México, en su estudio analizan tres dimensiones o estándares que son conformidad, confiabilidad y desempeño en empresas de transporte y sus oficinas. Los resultados alcanzados evidencian que los aspectos, pero valorados son la confiabilidad y el desempeño de los prestadores de servicios de transporte. La oportunidad de mejora de los servicios está por encima del 50% y entre las medidas que deben implementarse están las relacionadas con la valoración de los costos del transporte y las fuentes de financiamiento.

Vega, Rivera y Malaver (2017) investigan la calidad del servicio del transporte público de buses en la ciudad de Bogotá, Colombia mediante la relación entre expectativas y percepciones de los usuarios que acceden a este servicio de transporte. Se aplica una metodología para identificar percepciones y expectativas de los clientes con medidas de rendimiento objetivas, esto permitió identificar las principales limitaciones del servicio de pasajeros en la ciudad de Bogotá y establecer un sistema para la medición del desempeño del sistema integrado de transporte de la ciudad que está a cargo de Transmilenio. El estudio arrojó que las expectativas de los pasajeros son muy elevadas y por tanto los gestores deben buscar estrategias para incrementar los estándares de calidad del servicio.

Por su parte Centeno (2018) realiza un estudio para la mejora de la calidad del servicio de transporte de la ciudad de Lima con la participación de universidades públicas y privadas. En la investigación reconoce que el servicio del transporte de pasajeros en Lima es de muy baja calidad y la tendencia es a seguir depauperándose por el

crecimiento sostenido de la demanda y la despreocupación de los prestadores del servicio. Entre las principales causas de la mala calidad del servicio se reconoce inestabilidad en los servicios, bajo nivel de preparación de los prestadores incluyendo choferes y dueños de las compañías públicas y privadas. Finalmente, se integran todos los involucrados en el servicio y proponen con el apoyo de las universidades un programa de capacitación para todos los prestadores de servicios con vistas a elevar los estándares de servicio.

Caballero, Vergara, Coley, Pérez, Asprilla y Maza (2020), estudian el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Universidad de Cartagena con el servicio de transporte, así como los indicadores de elección del tipo de transporte para movilizarse hacia y desde esta institución de educación superior. Los investigadores aplicaron una encuesta a una muestra de 100 estudiantes de la modalidad presencial de una de las sedes ubicadas en Piedra Bolívar y que utilizan Transcribe y Mototaxi como medios para acceder y regresar de la universidad. El estudio arrojó que existe insatisfacción con los tiempos de espera para los dos medios y valoran la velocidad, seguridad y otros aspectos de confort como alternativa para elegir el medio en el cual se movilizan.

Rincon, Bamford, Mayers, Carrenos y Roldan (2020) aplican herramientas digitales para la creación de un observatorio de estudio de la demanda de transporte en ciudades grandes con el objetivo de elevar la calidad de los servicios. El sistema inteligente propuesto incluye acciones que facilitan el acceso de los ciudadanos al transporte urbano para ir sustituyendo el transporte privado, sobre todo para el acceso a los centros de trabajo. Entre las medidas propuestas aparecen la creación de carriles exclusivos, viajes con rutas cortas y tarifas muy reducidas que incluyen beneficios adicionales para los que utilicen con frecuencia este servicio. Todas estas acciones conjuntamente con otras han garantizado un alto nivel de satisfacción por parte de los ciudadanos que acceden al transporte público.

A pesar de la importancia que reviste la evaluación de la calidad para el sector empresarial, y, sobre todo, para las empresas de servicios, la realidad es que muy pocas utilizan herramientas para evaluar la satisfacción de sus clientes, tanto internos como externos, lo que evidencia que los directivos desconocen el nivel de prestaciones de sus servicios y las opiniones de los clientes. Esto implica que muchas empresas no cuentan con información válida y confiable para implementar mejoras en su desempeño.

La presente investigación se realiza con la finalidad de evaluar la calidad de los servicios de transporte de

pasajeros de la compañía BlueBus – Star mediante la implementación de los cuestionarios del modelo Servqual modificado.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación por su enfoque es de tipo mixta, aunque predominan los elementos cuantitativos utilizados para evaluar la calidad de los servicios del transporte de pasajeros que ofrece la compañía BlueBus- Star. Además, por el objetivo la investigación es de tipo aplicada pues contribuye a solventar la necesidad de la evaluación de la calidad de los servicios que brinda esta compañía de transporte de pasajeros.

Según el alcance se trata de una investigación descriptiva que caracteriza el servicio que brinda la compañía de transporte de pasajeros BlueBus- Star, así como identifica las principales causas que inciden directamente en la prestación del servicio para implementar un plan de mejoras de la calidad a corto y mediano plazo.

Para el estudio se incluyen dos universos:

1. Clientes que diariamente viajan en esta compañía (5648 pasajeros)
2. Trabajadores de la compañía (98 en total, de ellos 59 conductores y el resto personal de servicio)

Los trabajadores se incluyen todos en el estudio, mientras que para los pasajeros se calcula el tamaño de muestra representativo para el estudio mediante la siguiente ecuación:

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

Donde:

n - tamaño de la muestra

N - tamaño de la población (5648 pasajeros)

Z – coeficiente que tiene en cuenta el nivel de confianza (para 95% = 1,96)

P- probabilidad de éxito (50%)

Q – probabilidad de fracaso (50%)

e – error (7%)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 5648}{0,07^2 (5648 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 189,5

n = 190

## En el estudio se incluirán 190 pasajeros como muestra

Se aplicarán los cuestionarios del Gap 5 y Gap 6 del modelo Servqual modificado para evaluar la satisfacción de los pasajeros y trabajadores de la compañía BlueBus – Star, se realizan modificaciones al cuestionario para adaptarlo al contexto de la empresa transportista y posteriormente se determinarán fiabilidad y validez del instrumento.

### Resultados de la aplicación del cuestionario del Gap 5 para evaluar la satisfacción de los pasajeros.

Para la evaluación de la satisfacción de los pasajeros se aplica el cuestionario de la diferencia del modelo Servqual, se utiliza una escala diferencial para mediar expectativas y percepciones en un mismo instrumento, la escala de valoración utilizada fue: 1 (mucho menos de lo esperado), 2 (menos de lo esperado), 3 (igual a lo esperado), 4 (más de lo esperado) y 5 (mucho más de lo esperado), con esta escala existe calidad cuando las valoraciones están por encima de tres, es decir al menos las percepciones son iguales o superiores a las expectativas.

#### a) Dimensión Tangibilidad

En la tabla 1 se presentan los resultados de la dimensión relacionada con los elementos tangibles de las compañías que brindan servicio de transporte de pasajeros

Tabla 1. Resultados de la dimensión tangibilidad del cuestionario aplicado.

Ítems	1	2	3	4	5	Total
La empresa tiene buses modernos y de alta tecnología	41	65	73	11		190
Los buses tienen una apariencia atractiva, están bien pintados y conservados	38	59	78	15		190
Los empleados que brindan el servicio tienen una buena apariencia personal y pulcritud		28	140	19	3	190
Los documentos de publicidad de las compañías son excelentes y atractivos	27	65	69	29		190
Total	106	217	360	74	3	760
Porcentaje	13,9	28,6	47,4	9,8	0,3	100

El atributo tangibilidad se encuentra muy afectado pues el 42,5% de los pasajeros no están satisfechos con los elementos que se incluyen en esta dimensión, esto se ve influenciado porque consideran que los buses no son modernos ni de alta tecnología, los buses no están bien conservados y la publicidad de las compañías no es atractiva.

#### b) Dimensión fiabilidad

En la tabla 2 se presentan los resultados de la dimensión fiabilidad de las compañías que brindan servicio de transporte de pasajeros.

Tabla 2. Resultados de la dimensión fiabilidad del cuestionario aplicado.

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Las empresas cumplen con las promesas que hace a los pasajeros del servicio	56	78	47	9		190
Las empresas muestran interés por resolver los problemas de los pasajeros	42	84	39	21	4	190
Las empresas y sus empleados cumplen y dan un servicio de calidad desde la primera vez	25	69	89	7		190
Los buses cumplen con su itinerario y lo hacen en el tiempo pactado con los pasajeros	17	112	61			190
Las empresas y empleados de estas compañías no cometen errores	66	69	57	8		190
Total	206	412	283	45	4	950
Porcentaje	21,6	43,3	29,7	4,7	0,7	100

La dimensión fiabilidad también muestra una baja valoración pues más del 64% de los pasajeros manifestaron su insatisfacción, esto se justifica porque las percepciones son menores que las expectativas en cuanto al cumplimiento de las promesas a los pasajeros, los empleados cometen errores en la prestación del servicio y no siempre muestran interés por resolver los problemas de los pasajeros.

#### c) Dimensión capacidad de respuesta

En la tabla 3 se presentan los resultados de la dimensión capacidad de respuesta de las compañías que brindan servicio de transporte de pasajeros.

Tabla 3. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta del cuestionario aplicado.

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Los empleados comunican siempre a los pasajeros cuando se concluye el servicio		89	95	6		190
Los empleados de las compañías cumplen el servicio en tiempo	40	72	78			190
Los empleados de las compañías siempre están dispuestos a ayudar	29	45	82	26	10	190
Los empleados nunca están ocupados para atender a los pasajeros	23	50	79	24	14	190
Total	92	256	334	56	24	760
Porcentaje	12,1	33,6	43,9	7,3	3,1	100

La dimensión capacidad de respuesta se ve afectada por la baja valoración de los pasajeros, más del 45% de los pasajeros se sienten insatisfechos con el servicio, es decir, sus percepciones son menores que las expectativas. Los elementos que más incidencia tienen en esta baja calificación son el tiempo del servicio, la disposición de ayudar y que no siempre están dispuestos a atender a los pasajeros.

#### d) Dimensión seguridad

En la tabla 4 se presentan los resultados de la dimensión seguridad de las compañías que brindan servicio de transporte de pasajeros.

Tabla 4. Resultados de la dimensión seguridad del cuestionario aplicado.

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Los empleados se comportan de manera confiable y mostrando seguridad del servicio	37	69	64	20		190
Seguridad de los pasajeros con el servicio recibido	44	82	55	9		190
Los empleados de las compañías siempre son amables	23	57	62	41	7	190

Los empleados muestran altos conocimientos para brindar el servicio	51	83	56			190
Total	155	291	237	70	7	760
Porcentaje	20,3	38,2	31,1	9,5	0,9	100

Al igual que las dimensiones anteriores la seguridad está bien afectada, más del 58% de los pasajeros manifiestan que sus percepciones son menores a las expectativas y en ello inciden directamente los cuatro ítems del atributo.

#### e) Dimensión empatía

En la tabla 5 se presentan los resultados de la dimensión empatía de las compañías que brindan servicio de transporte de pasajeros

Tabla 5. Resultados de la dimensión empatía del cuestionario aplicado.

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Los empleados ofrecen un servicio individualizado	45	76	54	15		190
Los horarios de los buses son convenientes para los pasajeros	92	80	18			190
Las compañías se preocupan constantemente por los pasajeros	66	87	37			190
Los empleados comprenden las necesidades de los pasajeros	70	79	41			190
Total	273	284	150	15		760
Porcentaje	35,9	37,4	24,8	1,9		100

Esta dimensión es la peor valorada por los pasajeros, más del 70% consideran que sus percepciones son inferiores a las expectativas y todos los ítems son muy mal puntuados por todos los clientes.

Para la evaluación de la satisfacción de los trabajadores se aplica el cuestionario del Gap 6 del modelo Servqual modificado, se utiliza la misma escala diferencial y en un mismo instrumento se evalúan expectativas y percepciones, los resultados se muestran a continuación.

#### f) Dimensión Trabajo y condiciones laborales

En la tabla 6 aparecen los resultados de la evaluación de los trabajadores sobre la dimensión trabajo y condiciones laborales.

**Tabla 6. Resultados de la dimensión trabajo y condiciones laborales.**

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Su trabajo está de acuerdo con su formación profesional y experiencia	21	38	35	4		98
Siente orgullo del trabajo que realiza		12	31	45	10	98
Ud. se siente preparado para realizar su trabajo	9	27	29	33		98
Las condiciones de su área de trabajo son idóneas	34	49	15			98
Cuenta con todas las condiciones para desarrollar su trabajo	26	41	31			98
Los dueños se preocupan por mejorar sus condiciones de trabajo	32	50	14	2		98
Total	122	217	155	84	10	588
Porcentaje	20,7	36,9	26,3	14,4	1,7	100

Los trabajadores de las compañías de transporte están insatisfechos con el trabajo y las condiciones laborales pues más del 57% consideran que sus percepciones son inferiores a las expectativas, los elementos peor valorados son las condiciones de trabajo y la preocupación de los dueños por mejorarlas.

#### g) Dimensión Salario y relaciones personales

En la tabla 7 aparecen los resultados de la evaluación de los trabajadores sobre la dimensión Salario y relaciones personales

**Tabla 7. Resultados de la dimensión salario y relaciones personales.**

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Su salario está acorde con el trabajo que realiza	67	31				98
Su salario le permite satisfacer sus necesidades y las de su familia	45	43	10			98

Se le reconoce por parte de los directivos cuando Ud. realiza una labor destacada	39	58	1			98
Los directivos se preocupan por sus problemas laborales	21	43	32	1		98
Los directivos tienen buenas relaciones y lo tratan con respeto		35	48	15		98
Total	172	210	91	16		490
Porcentaje	35,1	42,8	18,9	3,2		100

Esta dimensión ha sido muy mal valorada por los trabajadores, más del 77% de ellos consideran que las percepciones son muy inferiores a las expectativas que tenían sobre su salario, el reconocimiento por su labor destacada y la preocupación de los directivos por sus problemas laborales.

#### h) Dimensión Comunicación, participación en la toma de decisiones y liderazgo

En la tabla 8 aparecen los resultados de la evaluación de los trabajadores sobre la dimensión Comunicación y Liderazgo

**Tabla 8. Resultados de la dimensión Comunicación, participación en la toma de decisiones y liderazgo.**

Ítems	1	2	3	4	5	Total
Ud. conoce la misión, visión y objetivos de la empresa	47	31	20			98
Cuando necesita información de la empresa la reciben en tiempo y de forma correcta	34	42	21	1		98
Sus directivos piden información de forma permanente	8	15	39	36		98
Las relaciones con sus directivos son buenas	23	35	28	12		98
Sus directivos son ejemplos a seguir	17	51	20	10		98
Sus directivos siempre están dispuestos a ayudarle	20	49	29			98
Sus criterios y opiniones se toman en cuenta para las decisiones	61	37				98
Sus directivos le motivan para que dé sus criterios u opiniones	57	42				98

Ud. se siente parte activa de los resultados de la empresa	14	60	16	8		98
Total	281	362				882
Porcentaje	31,8	41,4	19,3	7,5		100

La valoración de esta dimensión por parte de los trabajadores es muy baja, más del 73% están insatisfechos con casi todos los ítems, desconocen elementos importantes de la empresa, consideran que los directivos no se relacionan con ellos y no les permiten aportar en la toma de decisiones.

## DISCUSIÓN

La evaluación de la calidad de los servicios permite a los decisores contar con información válida y confiable para la implementación de mejoras que contribuyan a elevar el desempeño y la excelencia de las organizaciones. Jemes, Romero, Labajos y Moreno (2019) consideran que es necesario conocer el criterio de los clientes y evaluar su satisfacción ya que son el principal mecanismo de publicidad y pueden recomendar a otros el servicio que presta la organización.

Para la evaluación de la satisfacción de los clientes externos se utilizó el cuestionario de la diferencia 5 del modelo Servqual, el cual posee cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo ofrece una alta fiabilidad y validez del cuestionario e incluye los elementos tangibles e intangibles que inciden directamente en la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes (Ganga, Alarcón y Pedraja, 2019).

En la dimensión tangibilidad el 42,5% de los clientes manifestaron su insatisfacción al considerar que sus percepciones fueron inferiores a las expectativas creadas sobre el servicio, los elementos peor valorados fueron: la modernidad de los buses y su desarrollo tecnológico, las pintura y apariencia de los buses no es atractiva y la publicidad empleada por las compañías prestadoras del servicio no es buena. Estos aspectos coinciden con el estudio desarrollado por Gaytán, Ulloa y Díaz (2020) quienes evaluaron el servicio de transportación en Trujillo.

La dimensión fiabilidad tiene un alto nivel de insatisfacción por parte de los clientes ya que el 64,9% considera que sus percepciones fueron inferiores a sus expectativas motivado por el no cumplimiento de las promesas de las compañías prestadoras del servicio, los empleados no muestran interés por resolver los problemas de los pasajeros, no dan un buen servicio desde la primera vez, no cumplen los itinerarios y el tiempo del recorrido y cometen

muchos errores. Aspectos que coinciden con el estudio realizado por Oblitas (2019) en la ciudad de Sucre.

Los resultados de la valoración de la dimensión capacidad de respuesta es baja porque más del 45% de los clientes consideran que sus percepciones son muy inferiores o inferiores a sus expectativas, es decir, han recibido menos o mucho menos de lo esperado. Los aspectos que mayor incidencia tienen son: no se cumple el servicio en el tiempo establecido, los empleados no siempre están dispuestos a ayudar a los pasajeros y la mayoría de las veces están ocupados para atender a los clientes.

Más del 58% de los pasajeros están insatisfechos con la dimensión seguridad ya que las percepciones son inferiores a las expectativas y todos los atributos son muy mal valorados sobre todo lo relacionado con los conocimientos de los empleados para brindar el servicio, seguridad en el servicio y comportamiento confiable de los empleados.

Por último, la dimensión empatía es la más afectada ya que más del 73% de los clientes manifiestan su insatisfacción al valorar muy inferiores sus percepciones con respecto a lo esperado, los aspectos que más han incidido en esa valoración son: preocupación por los pasajeros, los empleados no conocen las necesidades de los clientes, los horarios no son convenientes y no ofrecen servicio individualizado.

La evaluación de la satisfacción de los trabajadores se realizó con la aplicación del cuestionario del Gap 6 del modelo Sevqual modificado que incluye 3 dimensiones con 7 estándares. En la primera dimensión salario y condiciones laborales los trabajadores sienten que sus percepciones son muy inferiores a sus expectativas y evidencian una insatisfacción superior al 57% motivado fundamentalmente porque consideran que su trabajo no está de acuerdo con la formación profesional y la experiencia, no son idóneas las condiciones de trabajo, no tienen todos los elementos necesarios para desarrollar su trabajo y los dueños no se preocupan por mejorar sus condiciones de trabajo.

La dimensión salario y relaciones personales también es la más afectada con más de un 77% de insatisfacción, es decir, los trabajadores han recibido menos o mucho menos de lo esperado en cuanto al salario que perciben por su trabajo, el salario no les permite satisfacer las necesidades de sus familias, no reciben reconocimientos cuando se destacan por su labor y los directivos no se preocupan por los problemas laborales de los empleados. Estos resultados confirman los alcanzados por Chaves, Grijalva, Bárcenas, Matabanchoy y Zambrano (2017) en el estudio realizado en la ciudad de Pasto Colombia.

La dimensión Comunicación, participación en la toma de decisiones y liderazgo también se ve muy afectada con más del 73% de nivel de insatisfacción, los elementos que más inciden en este resultado están asociados al desconocimiento de aspectos importantes de la empresa, la información no llega en tiempo y de forma correcta, no son buenas las relaciones con los directivos, estos no son ejemplo a seguir por parte de los trabajadores, los criterios de los trabajadores no se toman en cuenta para las decisiones y además, los directivos no motivan a los trabajadores para que den sus criterios.

## CONCLUSIONES

La satisfacción de los pasajeros con el servicio de la compañía de transporte de pasajeros BlueBus – Star es muy baja, ya que más del 60% manifiesta que sus percepciones son inferiores a sus expectativas, quiere decir que reciben menos o mucho menos de lo esperado. Los estándares más afectados son: modernidad y tecnología de los buses, los buses no tienen buena apariencia, los empleados y las compañías cometen errores en la prestación del servicio, no se cumplen las promesas realizadas a los clientes, los empleados no muestran interés por resolver los problemas de los clientes, los empleados no cumplen el tiempo de servicio y no siempre están dispuestos a ayudar, además no tienen conocimientos para desempeñar sus labores.

El estudio de la satisfacción de los trabajadores también evidenció un alto nivel de insatisfacción por encima del 60%, los trabajadores reciben menos y mucho menos de lo esperado en cuanto a: las condiciones de trabajo no son idóneas y sus jefes no se preocupan por mejorarlas, su salario no está acorde al trabajo que realizan y no les alcanza para satisfacer sus necesidades personales y familiares, cuando necesitan información no se les provee en tiempo y con la calidad requerida, sus criterios no se tienen en cuenta para la toma de decisiones y las relaciones con sus directivos no son buenas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bento, P., Murta, L., & Sáez, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. Cuadernos de Turismo, (44), 27-41: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/404721>

Caballero, J. C., Vergara, N. A., Coley, J. D., Pérez, P. A., Asprilla, I. C., & Maza, F. J. (2020). Nivel de satisfacción y factores que inciden en la elección del servicio de transporte entre estudiantes de la Universidad de Cartagena, sede Piedra de Bolívar. *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, 3(2), 84-99. <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/advalorem/article/view/3241>

Centeno, J. G. (2018). Servicio de transporte urbano en la ciudad de Lima, análisis y propuesta de mejora de la calidad, con participación de las universidades públicas y privadas. *Anales científicos*. 79(1), 49-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6479994>

Chaves, L. D., Grijalva, M. A., Bárcenas, D. R., Matabanchoy, S. M., & Zambrano, C. A. (2017). Actitudes hacia la calidad de vida laboral en trabajadores control de vía de transporte urbano. *Tendencias*, 18(2), 69-85. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/3668>

Del Carmen, J. C. (2019). Lineamientos y estrategias para mejorar la calidad de la atención en los servicios de salud. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 36, 288-295. <https://www.scielo.org/article/rpmesp/2019.v36n2/288-295/es/>

Flores, L. R. (2017). Gestión del talento humano y su incidencia en la calidad de servicio y rentabilidad de las empresas de transporte terrestre de pasajeros interregional del sur del Perú, periodo 2015-2016. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Posgrado de la UNA PUNO*, 6(4), 348-361. <http://revistas.unap.edu.pe/epg/index.php/investigaciones/article/view/130>

Ganga, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt-Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681.

Gaytán, K. L., Ulloa, B., & Díaz, S. L. M. (2020). Calidad del servicio de transporte urbano basado en percepciones de los usuarios, Trujillo - 2019. *Ingeniería: Ciencia, Tecnología e Innovación*, 7(2), 152-164. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/1499/2113>

Jemes, I. C., Romero, R. P., Labajos, M. T., & Moreno, N. (2019). Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: revisión sistemática. In *Anales de Pediatría*. 90(5), 301-309. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1695403318301802>

- Mejías, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Revista Científica Compendium*, 21(40): 1-18.: <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656>
- Oblitas, A. (2019). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 149-171: <http://www.scielo.org/bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20a12.pdf>
- Orlandini, I., & Ramos, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 144-155. [http://www.scielo.org/bo/scielo.php?pid=S2521-27372017000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org/bo/scielo.php?pid=S2521-27372017000100003&script=sci_arttext)
- Poole, E. (2021). Políticas de reorganización del transporte público en el área metropolitana de Lima durante la pandemia del covid-19. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*, 2(13), 17-37: [https://revistas.iaen.edu.ec/index.php/estado\\_comunes/article/view/224/406](https://revistas.iaen.edu.ec/index.php/estado_comunes/article/view/224/406)
- Rincon, N., Bamford, D., Mayers, M., Carrenos, J. E., & Roldan, R. F. (2020). Herramientas de transformación digital para mejorar la planificación urbana mediante el uso de la metodología de caso de negocio de transporte. *Revista Espacios*, 41(31), 296-304. <https://e-space.mmu.ac.uk/626595/1/ES%20Rincon-Garcia%20et%20al%202020%20Digital%20transformation.pdf>
- Sandoval, R., Hinojosa, J. D., & Sandoval, M. G. (2017). Calidad de los servicios logísticos. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 6(11), 54-71: <https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/89>
- Vega, O.H., Rivera, H.A., & Malaver N. (2017). Contrastación entre expectativas y percepción de la calidad de servicio del sistema de transporte público de autobuses en Bogotá. *Revista Espacios*. 38(43), 1-13: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n43/17384303.html>
- Vinasco, D. (2017). Transporte público en Cali: aspectos generales de su configuración en el siglo XX. *Revista CS*, (21), 41-67. <http://www.scielo.org/co/scielo.php?pid=S2011>