



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL
SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

Línea de investigación:

Herramientas informáticas para una gestión eficiente y transparente

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración de
Turismo

Autora:

Bravo Yupanqui, Pamela Victoria

Asesora:

Aguirre Castro, Carmen Judith

ORCID: 0000-0002-4205-3915

Jurado:

Picón Chávez, Hernán

Riveros Cuellar, Alipio

Torres Suarez, Roberto

Lima - Perú

2024



LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

21 %

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	bdigital.uexternado.edu.co Fuente de Internet	2%
3	1library.co Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
9	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA
CALIDAD DEL SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

Línea de Investigación:

Herramientas informáticas para una gestión eficiente y transparente

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de
Turismo

Autora:

Bravo Yupanqui, Pamela Victoria

Asesora:

Aguirre Castro, Carmen Judith
(ORCID: 0000- 0002-4205-3915)

Jurado

Picón Chávez, Hernán
Riveros Cuellar, Alipio
Torres Suarez, Roberto

Lima – Perú
2024

DEDICATORIA

Con todo amor para mi madre que siempre ha estado apoyándome en las buenas y las malas, a toda mi familia que me dan el impulso para continuar y a mis dos mascotas que siempre alegran mis días.

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, y a toda mi familia por haberme dado la fuerza, por brindarme sus palabras de aliento en cada decisión que tomaba y no dejaban que me rinda con este sueño.

Por último, pero no menos importante, gracias a mí, por levantarme con cada caída y salir victoriosa con este gran alcance profesional.

ÍNDICE

RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Descripción y formulación del problema	1
1.2. Antecedentes	7
1.3. Objetivos	11
1.3.1 Objetivo General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4. Justificación.....	12
1.5. Hipótesis.....	13
II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Transporte de pasajeros	14
2.2. Gestión del Conocimiento	17
2.3. Calidad de Servicio	25
III. MÉTODO	34
3.1. Tipo de Investigación	34
3.2. Ámbito temporal y espacial.....	35
3.3. Variables.....	35
3.4. Población y Muestra.....	39
3.5. Instrumentos	41
3.6. Procedimiento.....	43
3.7. Análisis de Datos.....	44
IV. RESULTADOS	45
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	65
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES.....	72
VIII. REFERENCIAS.....	74
IX. ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Adecuación entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad del servicio	30
Tabla 2. Dimensiones, indicadores y escala de medición de la variable independiente.....	35
Tabla 3. Dimensiones, indicadores y escala de medición de la variable dependiente.....	36
Tabla 4. Operacionalización de variables	37
Tabla 5. Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de empatía	45
Tabla 6. Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de fiabilidad	46
Tabla 7. Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de tangibilidad	47
Tabla 8. Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de capacidad de respuesta.....	48
Tabla 9. Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de seguridad	49
Tabla 10. Correlación entre la percepción de la calidad y la calidad resultante según los diferentes factores	51
Tabla 11. Entrevista realizada al Gerente de Finanzas y Administración de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022	52
Tabla 12. Entrevista realizada al Gerente de Comercial de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022	53
Tabla 13. Entrevista realizada al Gerente de Recursos Humanos de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022	54
Tabla 14. Entrevista realizada al Gerente de Operaciones Logísticas de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022	56
Tabla 15. Tabla de acciones de mejora propuestas para fortalecer las competencias laborales enfocadas en la gestión del conocimiento sustentadas en un blog corporativo para la empresa Movil Bus Lima.....	61
Tabla 16. Tabla de cronograma de acciones de mejora enfocadas en la gestión del conocimiento sustentadas en un blog corporativo de opinión del cliente para la empresa Movil Bus Lima.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Flujograma del ciclo del transporte	15
Figura 2. Flujograma del doble ciclo de la gestión del conocimiento (Primer ciclo).....	23
Figura 3. Flujograma del doble ciclo de la gestión del conocimiento (Segundo ciclo).....	24
Figura 4. Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la empatía	45
Figura 5. Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la fiabilidad	47
Figura 6. Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la capacidad de respuesta	49
Figura 7. Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la seguridad	50

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo determinar cómo impacta la gestión del conocimiento en la calidad del servicio de la empresa Móvil Bus Lima, 2022. Ello se logró en base a un diseño no experimental, con alcance de investigación descriptiva propositiva, haciendo uso de técnicas como la guía de revisión documental, cuestionario y la guía de entrevista semiestructura. De los resultados, se determinó que la calidad del servicio respecto a la empatía y fiabilidad es considerada como “alta” y “regular” por más del 85% de clientes, no obstante, las deficiencias fueron identificadas en las dimensiones de capacidad de respuesta, seguridad y tangibilidad (38 % calificó de “regular” a “baja”), resultando grave, siendo que, son justamente estos los factores determinantes de este servicio (coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,543, 0,502 y 0,606, significativas al 1%); en paralelo se diagnosticó deficiencias en la gestión del conocimiento, tales como, ausencia de canales de comunicación, y de datos y herramientas útiles para el almacenamiento de la información; falta de interconexión entre las áreas; y poca valoración del conocimiento colectivo; ante esta situación se propuso adoptar una gestión del conocimiento soportado en un blog corporativo de opinión del cliente, apelando a la cultura organizacional de intercambio de conocimientos, para instaurar adecuadamente nuevos valores y compañerismo para que los colaboradores reconozcan el valor del aprendizaje colaborativo, tengan objetivos claros y disciplina que facilite administrar las tecnologías que sustenten a los planes estratégicos y operativos de la organización respecto a la calidad del servicio al cliente.

Palabras claves: gestión del conocimiento, calidad de servicio, seguridad, capacidad de respuesta y generación o producción de información.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine how knowledge management based on a corporate blog of customer opinion impacts the quality of service of the company Movil Bus Lima, 2022. This was achieved based on a non-experimental design, with a research scope propositive descriptive, making use of techniques such as the documentary review guide, questionnaire and the semi-structured interview guide. From the results, it was determined that the quality of customer service regarding empathy and reliability is considered "high" and "regular" by more than 85% of customers, however, deficiencies were identified in the dimensions of ability to response, security and tangibility (38% rated "regular" to "low"), which is serious, since these are precisely the determining factors of this service (Spearman's rho correlation coefficient of 0.543, 0.502 and 0.606, significant at 1%); In parallel, deficiencies in knowledge management were diagnosed, such as the absence of communication channels, and of data and useful tools for information storage; lack of interconnection between areas; and little appreciation of collective knowledge; Faced with this situation, it was proposed to adopt knowledge management supported by a corporate client opinion blog, appealing to the organizational culture of knowledge sharing, to properly establish new values and camaraderie so that employees recognize the value of collaborative learning, have goals clear rules and discipline that facilitates the administration of the technologies that support the strategic and operational plans of the organization regarding the quality of customer service.

Keywords: knowledge management, quality of service, security, response capacity and generation or production of information.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción y formulación del problema

Actualmente, las empresas dedicadas al transporte cuentan como principal finalidad ofrecer servicios de calidad a los usuarios frente a un comercio con escaso equilibrio y penalizaciones; tales como excesos de oferta, informalidad, inestabilidad del entorno económico, político y social; que amenazan la calidad del servicio y sostenibilidad de la empresa. Como respuesta ante esta problemática comenzó a difundirse y aplicarse la gestión del conocimiento, distinguiéndose por sus tres fases elementales que incluyen, generar información mediante el uso de herramientas informáticas, promover un almacenamiento de información y determinar la gestión del conocimiento como un proceso (Nazim y Mukherjee, 2016), incluyendo las tecnologías informáticas con la finalidad de mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa de transportes, donde los clientes son protagonistas y principal objetivo. La finalidad de un blog corporativo es facilitar, promover la interacción y participación de los clientes y trabajadores generando una síntesis respecto a sus necesidades y expectativas reales o intrínsecas (Rockcontent, 2019).

Alteraciones económicas globales como el desarrollo del mercado y la tecnología, involucran una mayor competitividad en el sector del transporte, por ello las empresas requieren mejorar sus servicios mediante la aplicación de gestión de conocimientos en las dimensiones de cada ámbito del análisis de calidad; como la seguridad, capacidad de respuesta, empatía, elementos tangibles y fiabilidad de la empresa y sus colaboradores. Las empresas de transporte dependen en la mayor medida del capital humano para la generación del valor, considerando que sus activos más importantes son las personas y su conocimiento (Merzthal et al., 2017). Los modelos de gestión del conocimiento en las empresas de transporte, se basan en la evaluación y mejora del conocimiento, la capacitación, tecnología y colaboración entre

trabajadores generando valor a toda la organización empresarial y que ésta redunde en beneficio de la calidad del servicio al cliente, y como consecuencia la competitividad que se genera; de este modo, la gestión del conocimiento fortalece la empresa, proporcionando orden, seguridad, corrección y calidad.

La investigación desarrollada por el McKinsey Global Institute (MGI, 2011), argumenta que las metrópolis latinoamericanas están saturadas, incorrectamente planeadas y son peligrosas; lo que dificulta que las empresas de transporte aprovechen su potencial. Tal es el caso de una ciudad en Bolivia, que destaca por la invasión y congestión de rutas, irregularidad en el servicio, escasa capacitación a los colaboradores, y sumado a ello, la inseguridad, maltrato e incomodidad, que suponen un riesgo para el usuario del servicio (Miranda, 2015), identificando deficiencias empresariales como la falta de capacitación, empatía y sensibilidad de los trabajadores hacia los clientes, manejo de tecnología inadecuada, ausencia de orden de funciones que debe ejecutar cada trabajador y escasa interacción directa con los clientes, lo cual genera brechas entre las expectativas del cliente y el servicio dado por la administración, incrementando quejas por clientes insatisfechos (Matsumoto, 2014).

Cabe mencionar la situación del transporte terrestre en Colombia, tal como refiere Camós y Concha (2020), este tipo de transporte se ha visto marcado por problemáticas en su servicio que han impedido alcanzar su consolidación efectiva y el cumplimiento de estándares de calidad que permitan ser competitivos; principalmente por falta de una adecuada calidad del servicio, sumada al crecimiento de sectores de transporte informales y un esquema de gestión centralizado; dicha estructura desde la perspectiva pública, no cuenta con las herramientas suficientes para garantizar calidad del servicio, poniendo en riesgo la sostenibilidad financiera en los términos requeridos de calidad y seguridad para los usuarios.

La implementación de estrategias de mejora para la calidad del servicio, enmarcadas en una gestión de conocimiento, incluyen un proceso de planificación, implementación de tecnologías, control y mejora continua en cada dimensión; tales como, para la dimensión empatía y fiabilidad es necesario el asesoramiento del personal de la empresa, para desarrollar la habilidad de ofrecer un servicio seguro y confiable (Matsumoto, 2014).

La gestión del conocimiento también interviene en el desarrollo y aprovechamiento de los recursos tangibles (infraestructura, materiales, maquinaria, entre otros como equipos informáticos), implicando depurar y añadir valor a los elementos tangibles mediante la evaluación de su obsolescencia, beneficio y utilidad en la empresa; enfocándose en la forma en la que el recurso tangible está inmerso en el *know how* y el aprovechamiento de las tecnologías informáticas para optimizar los procesos que estos desarrollan (Torres y Lamenta, 2015). Para la dimensión de la capacidad de respuesta, la gestión del conocimiento implica la implementación de instalaciones tecnológicas que faciliten y ayuden a la labor de los trabajadores; tales como un software con acceso a un registro rápido y simple de los datos de los pasajeros, identificando y clasificando a los pasajeros nuevos y antiguos (Matsumoto, 2014).

La gestión de conocimiento en la dimensión de la seguridad, aplica y establece procedimientos que controlan el riesgo de exposición de pasajeros, buses en servicio, distancia recorrida de cada bus, elección de rutas, estaciones de parada del bus (sectores con altos índices de criminalidad), elementos de seguridad y la capacitación de respuesta a los colaboradores ante un accidente o robo (Consejo Nacional de Normalización, 2014). Un servicio de transporte debe estar sustentado con características que verifiquen la seguridad en el servicio brindado, como el cumplimiento de horarios, recorrido, condiciones técnicas de los buses, gestión operativa de la empresa y el profesionalismo de los conductores (MGI, 2011), resultando

importante a considerar, pues representa la principal dimensión que toman en cuenta los clientes, cuestionándose la seguridad y el grado de peligrosidad de sufrir un robo o accidente dentro de las unidades, límites de velocidad, entre otros.

En el territorio nacional peruano se exponen muchas deficiencias en el transporte interprovincial, principalmente en el servicio ofrecido, la infraestructura e implementos de seguridad, mantenimiento de vehículos forjadas en una actitud reactiva, entre otros factores que posibilitan la generación de accidentes que muchas veces pueden costar vidas humanas, como lo sucedido recientemente en el terminal terrestre de Fiori en Lima (Ministerio de Transportes y Comunicaciones [MTC], 2019; El Comercio, 2019). Similarmente, la Sala Especializada en Protección al Consumidor (SPC) halló responsable a una Empresa de Transportes por incurrir en perjuicio de sus pasajeros, como el incumplimiento de la hora de salida de los buses, utilizar caracteres inferiores a los tres milímetros en los boletos de viaje (limitando el acceso a información clara del servicio) y no contar con un Libro de Reclamaciones, ratificando una multa de 14,64 UIT. Por ello, la SUTRAN efectúa operativos de fiscalización en terminales terrestres con la finalidad de verificar que las empresas de transporte cumplan con las condiciones y requisitos establecidos en los Reglamentos Nacionales (MTC, 2019).

No obstante, los cambios económicos y competitivos que se vienen efectuando en el sector del transporte interprovincial, permiten el desarrollo e inclusión de nuevas estrategias de gestión del conocimiento, con el objetivo de corregir los planes deficientes que no son completamente aplicables a los problemas de calidad de servicio, cabe señalar que, los servicios y calidad brindada por las empresas se enmarcan como una idea abstracta por sus características de inmaterialidad, inseparabilidad y heterogeneidad del servicio y consumo (Duque, 2005), por ello, la aplicación conjunta del modelo SERVQUAL en la gestión del

conocimiento se pone a prueba en la medición y corrección de deficiencias del servicio brindado por la empresa y sus colaboradores.

La Empresa de Transporte Móvil Bus SAC, es una empresa dedicada al transporte interprovincial de pasajeros, contando con 360 unidades vehiculares con servicio de transporte a 71 destinos en todo el Perú y en el ámbito organizacional tiene más de 1200 colaboradores al servicio de los clientes, siendo una de las más solicitadas en el mercado. Sin embargo, existen problemas y quejas por parte de los mismos pasajeros, quienes en muchos casos reclaman un mal servicio por lo que la empresa actualmente no está siguiendo su compromiso principal que es el de ofrecer una buena calidad de servicio a sus clientes.

La problemática se aborda de acuerdo a las dimensiones del análisis SERVQUAL, por ser un instrumento que las empresas emplean para comprender mejor las expectativas y la percepción de los clientes respecto a un servicio: en referencia a la apariencia de los elementos tangibles de la empresa, estos no se encuentran en óptimas condiciones para brindar el servicio, pues muestran deterioro y falta de mantenimiento, influyendo negativamente con la satisfacción del pasajero en la empresa interprovincial Móvil Bus SAC. Respecto a la seguridad del pasajero de llegar a salvo y a tiempo a su destino, se ve influenciado por las demoras en el embarque o desembarque, generadas por la falta de un cronograma que establezca las salidas e ingresos de cada unidad vehicular, turnos del personal o la rotación de estos, haciendo que el servicio sea deficiente. El perfil de los conductores es variado, muchos conocen claramente los destinos, cuentan la capacidad de resolver problemas y no realizan paradas durante la ruta; pero debido a la falta de gestión y comunicación para establecer cronogramas, deben realizar dobles turnos mostrando una actitud impaciente por llegar a su destino, que puede indicar un aumento de la velocidad en la ruta representando un riesgo para los pasajeros.

En relación con la empatía y capacidad de respuesta, los colaboradores no realizan una recepción hospitalaria, ni proporcionan una atención individualizada y comunicativa a sus clientes lo cual origina diversos problemas al no establecerse una conexión cliente/trabajador, lo que suscita a reclamos que luego se quedan estancados en la gerencia. Del mismo modo ocurre con la ausencia de una gestión de conocimiento con soporte en herramientas informáticas apropiadas y adecuadas a las necesidades y requerimientos de los clientes, lo que hace que la experiencia de venta para cliente sea tediosa y complicada y en muchos casos estos optan por ir a la competencia. Por ello, la empresa tiene que crear el entorno apropiado para que los trabajadores compartan sus experiencias con los clientes, tal como blogs corporativos que representen un repositorio con información de interés, con la facultad de ser accedido por los trabajadores como vía para intercambiar su conocimiento, consultar y dar solución a los inconvenientes que puedan incurrir.

Deduciendo entonces, que la empresa de transportes no tiene equipos modernos, sus instalaciones físicas y los vehículos carecen de atractivo a los clientes, derivando en un servicio poco fiable, no cuenta con una capacidad de respuesta apropiada en el servicio que ofrece, los trabajadores no muestran interés en ayudar a los clientes, ni tiempo para ocuparse de sus consultas o reclamos. Por lo que la ejecución de la gestión de conocimiento en la empresa Móvil Bus SAC se presenta como un proceso clave en su desarrollo, desde la generación y producción de información, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación de esta información como un conocimiento táctico y explícito mejorado mediante un pulimento continuo; siendo para ello es requerido que la empresa maneje una plataforma tecnológica común para que sus trabajadores tengan la capacidad de intercambiar su conocimiento, como es la aplicación de un blog corporativo, cuyo modelo establece la ejecución del ciclo de

producción del conocimiento a partir de tres componentes: personas, tecnología y procesos (Merzthal et al., 2017).

La formulación del problema general se plantea en: ¿Cómo impacta la gestión del conocimiento en la calidad del servicio, empresa Móvil Bus, Lima, 2022?, derivando a los problemas específicos: ¿Cuáles son los factores claves o determinantes de la calidad del servicio definidos por las dimensiones del modelo Servqual, según la relación entre estos y la percepción general de calidad por parte de los clientes?, ¿De qué manera se ejerce la gestión del conocimiento en la empresa, según las fases de generación o producción de la información, instrumentalización, transferencia, aplicación, evaluación, mejora, difusión y aprendizaje; y que tanto se considera los factores claves de la calidad?

1.2 Antecedentes

1.2.1 Antecedentes Internacionales

Mejía (2014), en su investigación “Propuesta de un modelo de gestión de conocimiento para el área de gestión de tecnologías de información en la empresa de transporte masivo del valle de Aburrá – Metro de Medellín”, Colombia, desarrollada mediante el método de estudio de caso tipo cualitativo. En la investigación se identificaron brechas respecto a la gestión del conocimiento, siendo las más significativas: ausencia de procesos estructurados, deficiente gestión de ideas y falta de mecanismos para el cuidado de los activos intelectuales que se generan en la empresa de transportes. Concluyendo, en la aplicación de un modelo de gestión de conocimiento PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar) basada en un plan de Tecnologías Informáticas para identificar los conocimientos que se tienen que adoptar, transmitir y mejorar con la finalidad de desarrollar habilidades para conseguir información y convertirla en conocimientos útiles que puedan incorporarse a la organización. A su vez, proponer y ejecutar soluciones tecnológicas utilizando eficazmente los recursos como bienes intelectuales y de este

modo ejecutar un modelo de gestión de conocimiento que facilite administrar las tecnologías que sustenten a los planes estratégicos y operativos de la organización.

Cano et al. (2012) en la investigación titulada “El uso del blog en la gestión del conocimiento - Cuba”, se estudiaron algunos de los componentes tecnológicos en el mundo de la llamada web 2.0. La plataforma de blog fue desarrollada sobre la versión Multi Usuario del Sistema de Gestión de Contenidos WordPress (WPMU) enfocada en optimizar el rendimiento y la velocidad en sus facultades. Se recogieron conceptos vinculados con los sistemas de blog, tratando de describir no únicamente sus características sino además analizar las posibilidades comunicativas que plantea dicha herramienta en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Finalmente se describen los servicios y facilidades que ofrece el blog en el ámbito empresarial, haciendo posible crear espacios personales e institucionales para intercambiar información y, consecuentemente, crear conocimientos basados en los resultados de la labor cotidiana, investigaciones, desarrollo productivo e intereses sociales. Resaltando su capacidad de procesar, almacenar, sintetizar, recuperar y exponer la información tanto para los colaboradores directos de los negocios como para los usuarios interesados.

Morocho y Rodríguez (2019) en su investigación “Implementación de un modelo de gestión del conocimiento para empresas de servicios” realizada en Ecuador, se enfocan en determinar la calidad de servicio de transporte, para lo cual analizaron los principales componentes que afectan la prestación del servicio, como: condiciones del vehículo, atención al cliente, seguridad y accionar del conductor. Para ello se recolectó información sobre la ejecución del transporte, aplicando encuestas a los usuarios y realizando un análisis técnico (ficha técnica) a las unidades vehiculares. Con la información obtenida se concluyó que las principales deficiencias del servicio de transporte son: trato brindado por los trabajadores y la

seguridad que representa este medio de transporte. Proponiendo alternativas de mejora a la calidad del servicio brindado, tales como: aplicación de una gestión de conocimientos a los colaboradores del servicio de transporte para optimizar la calidad de atención a los pasajeros, brindar información sobre el recorrido y velocidad de los buses mediante una plataforma web, capacitar y evaluar periódicamente a los conductores, y finalmente colocar un botón de alarma para advertir a la policía inmediatamente en caso se presente evento delictivo.

1.2.2 Antecedentes Nacionales

Acosta (2019), con la investigación “Implementación de un software de gestión de los procesos de transporte para mejorar la calidad de atención de los clientes de la empresa de Transportes & Servicios Atlantic Perú S.A.C.”, propuso aplicar un sistema que optimice la gestión de los cronogramas y la adecuada dinámica empresarial del negocio para así tener la facultad de ofrecer un servicio de calidad a los pasajeros y satisfacer los requerimientos de la empresa. La metodología empleada en el proyecto fue Scrum y la investigación tipo relacional, los instrumentos que se manejaron fueron las entrevistas con ingenieros y los colaboradores de las áreas de interés, así como la observación de los procesos de la empresa. Concluyendo, que el empleo del software es imperativo con la finalidad de mejorar los procesos actuales de la empresa, con la capacidad de mostrar reportes de control y seguimiento, cooperando con la gerencia a tomar decisiones con el fin de mejorar los procesos y gestión, asegurando el nivel de eficiencia del software como un proceso de mejora de la calidad de atención de los pasajeros, incrementar el nivel de confianza en un software de control de cronogramas y la participación cooperativa de las distintas áreas.

Colca (2015) en su investigación “El cuadro de mando integral como herramienta de gestión estratégica de una empresa interprovincial de transporte de pasajeros caso: Empresa de Transportes del Carpio- Arequipa”, se orienta en analizar y proponer un modelo de gestión que cumpla con las exigencias del mercado y la satisfacción de los clientes. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la entrevista, encuesta y análisis documental, obteniendo como resultado que, la empresa desarrolla su gestión en forma empírica sin un modelo de gestión estratégico, lo que significa que no puede llevar a cabo acciones eficaces en favor de su desarrollo, crecimiento y sostenibilidad en el mercado de servicios. Al realizar el análisis interno se determinaron falencias tales como: ausencia de un programa de planificación, descontento laboral, tecnología desactualizada y uso limitado de la información, lo que genera la falta de equilibrio en la actividad empresarial. Para que la empresa pueda crecer y sostenerse en este mercado competitivo debe desarrollar una gestión de conocimiento que permita establecer su direccionamiento estratégico adecuado hacia metas claras, constituyendo un objetivo estratégico en la creación y potenciación del conocimiento organizativo.

Aranibar et al. (2017), en su investigación “Calidad en el servicio en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú”, buscaron describir la situación de la calidad en el sector de transporte terrestre interprovincial. Los investigadores plantearon el modelo de medición de la calidad de los servicios SERVQUAL por ser el más preciso y aceptado, obteniendo como resultados que las deficiencias se encuentran en: la falta de una resolución sincera de los problemas que inciden en el pasajero, ausencia de amabilidad por parte de los trabajadores y la inseguridad que sienten los pasajeros de llevar a salvo y a tiempo a su destino. Concluyendo que la manera más eficaz de poder mitigar y eliminar las brechas es aplicando una gestión de conocimiento que ayude a administrar y gestionar las soluciones para cada deficiencia identificada, conociendo la apreciación de los pasajeros hacia el servicio, del mismo modo,

ejecutar la activación de plataformas digitales y herramientas de interacción con el consumidor y colaboradores para llegar a tener retroalimentación directa, entender y profundizar sobre sus necesidades, además de establecer un vínculo entre los trabajadores sobre las mejoras y comunicación empresarial.

Arriola (2021) en su tesis “Gestión del conocimiento en una empresa de transportes en Lima” observó que la ejecución de la gestión del conocimiento estaba sostenida únicamente por los conocimientos y experiencias del gerente, lo que hace que empresa sea dependiente de un trabajador bajo los riesgos que esto conlleva (renuncia o cambio de gerente), sumado a ello, la empresa maneja un alto grado de conocimiento tácito, sin embargo la transmisión y difusión de este conocimiento puede ser mal entendida, requiriendo plasmar este conocimiento en algún tipo de plataforma informática que permita ser analizado, revisado y compartido entre los colaboradores. Las herramientas empleadas fueron las entrevistas semiestructuradas, con lo que, en base a lo investigado y analizado el autor determina un sistema de gestión del conocimiento donde la empresa establezca una estrategia que permita sistematizar la adquisición, aplicación y protección del conocimiento de forma adecuada para retroalimentar y fortalecer el ecosistema de negocios propio, basando dicha estrategia en herramientas informáticas que ayuden a desarrollar una comunicación de manera efectiva y segura que facilite la interacción y resolución de problemas entre trabajadores en las distintas áreas de la empresa.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar cómo impacta la gestión del conocimiento en la calidad del servicio, empresa Movil Bus Lima, 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar la calidad de servicio definida por las dimensiones del modelo Servqual, y según los factores claves o determinantes, resultantes de la relación entre estos y la percepción general de los clientes.
- Diagnosticar la gestión del conocimiento, según las fases de generación o producción de la información, captura e instrumentalización, transferencia, aplicación, evaluación, mejora, difusión y aprendizaje.

1.4 Justificación

La investigación es conveniente para la empresa Movil Bus, puesto que, aportará con una propuesta de mejora sustentada en un enfoque de gestión del conocimiento, apostando por mejorar la calidad de servicio, al gestionar un activo intangible tan valioso como lo es el conocimiento o *know how*; aspecto que será filtrado en base a un proceso que de forma resumida consistirá en generar o producir información, compartir, aplicar, y retroalimentar lo que dará consistencia al proceso de inducción, capacitación y desarrollo del personal; debiendo esto último estar articulado con el aporte o compromiso para con la empresa, siendo indispensable a este nivel considerar al conocimiento insertado en los colaboradores como un activo fundamental para obtener la competitividad necesaria y afrontar los procesos en el servicio de transporte interprovincial de pasajeros; debido entender que, el origen de todo conocimiento que genere valor para la empresa y para los clientes, parte de la información obtenida respecto de las necesidades o expectativas de los clientes o consumidores; esto conllevará a entender la necesidad del uso de una herramienta informática como soporte de la gestión, como es el caso de un blog corporativo como medio de generación de la información que viene de los clientes.

Desde una perspectiva social, la investigación trasciende, puesto que, desde luego mejorar la calidad de servicio en la empresa, redundará en el incremento de las ventas, por la baja deserción de clientes, así como el incremento de las utilidades, producto del rendimiento de los principales activos de toda empresa, como el caso del recurso humano, del conocimiento pertinente que este debe poseer. En ese sentido, la valoración de dicho activo, desde luego redundará en el bienestar económico y desde luego emocional de los colaboradores, por un lado, por su estabilidad económica, y de otro lado, al disminuir el estrés que se pudiera generar en la atención a los clientes, al llegar a estos de forma asertiva, puesto que el conocimiento que dispondrán será congruente con las necesidades y expectativas de estos últimos.

1.5 Hipótesis

La gestión del conocimiento impacta de tal forma que genera la información necesaria para comprender los diferentes aspectos de la calidad de servicio esperada por el cliente.

La hipótesis es implícita, es decir se constituye en la premisa sobre la cual se sustenta la investigación, pero no es factible demostrarla con pruebas estadísticas, siendo de alcance descriptivo, no siendo factible establecer la relación entre variables.

II. MARCO TEÓRICO

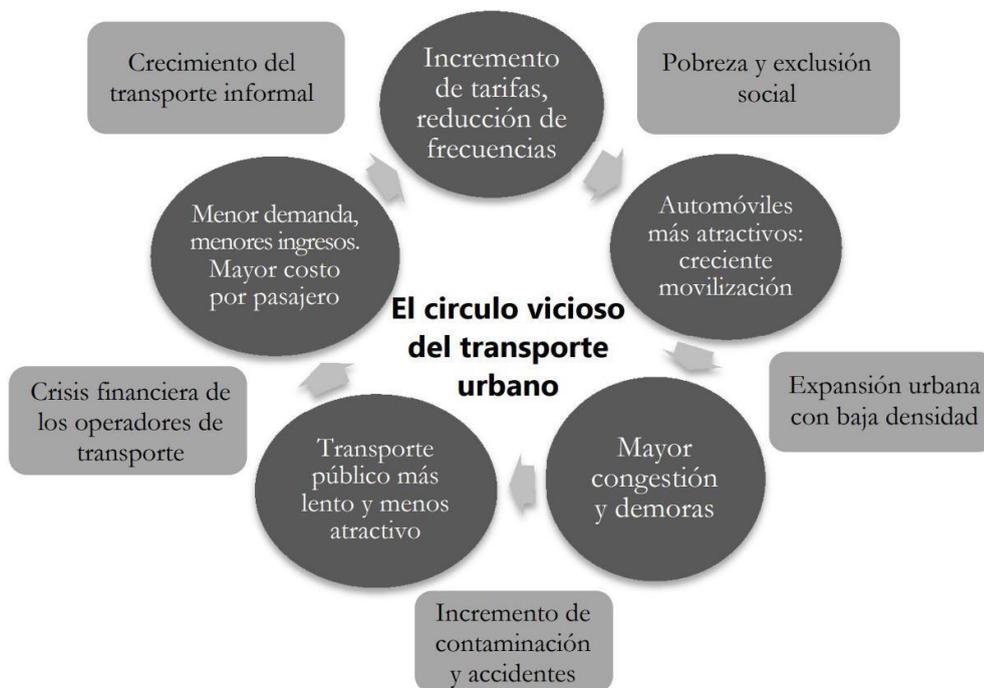
2.1 Transporte de pasajeros

Según Islas y Lelis (2007), el transporte es una de las actividades más necesarias y multiformes que realiza el ser humano, desde la perspectiva económica y productiva es el traslado de un destino a otro de personas y mercancías, motivados por la razón de estar en un lugar, pero requerirse en otro. Se presentan dos tipos de transporte: el de productos manufacturados o materias primas; y el de las personas que requieren recorrer la distancia que separa los lugares donde deben desarrollar sus respectivas actividades, razón por la cual se encuentra vinculado al desarrollo económico y social.

Citando a Sánchez (2012), el término transporte deriva del latín “trans” (al otro lado) y “portare” (llevar), por lo que literalmente es el traslado de personas o bienes de un espacio a otro. Así mismo, el transporte está integrado por tres componentes esenciales: la infraestructura, la unidad vehicular y la empresa que presta tal servicio, de tal modo que cada uno de estos componentes puede ser dispuesto de diferente forma de acuerdo al representante involucrado sea el Estado, la Municipalidad, la entidad local, la empresa o el prestador del servicio.

Según Camacho (2018), las clases de transporte se dividen según el objeto (viajeros o mercancías), el ámbito territorial (Internaciones o nacionales), la modalidad de transporte (ferrocarril o cable, terrestre, aéreo o acuático) o según su naturaleza (servicio público o privado). Ubicando al transporte como un sector económico de relevancia estratégica en expansión debido a su contribución a mejorar la competitividad del país y promover el desarrollo de las actividades productivas en otros sectores como el turismo, el comercio y la industria.

Figura 1
Flujograma del ciclo del transporte



Nota: Adaptado de “Un nuevo modelo de transporte para El Gran Santo Domingo” (p. 343), por M. Ruiz, 2016, *Ciencia y Sociedad*, 2 (41).

De acuerdo con Serna et al. (2016), el transporte de pasajeros tiene las siguientes características; operación del transporte: que está vinculado a la percepción del prestador de transporte, comprende el cumplimiento de horarios, adjudicación de roles, frecuencias, jornadas laborales, monitoreo, operación y mantenimiento de las unidades vehiculares. Servicio de transporte: referente a la manera en que el pasajero ocasional y potencial percibe el transporte. Constituye nociones como calidad y eficiencia del servicio ofrecido, información brindada, costo y tiempos de viaje. Gobernanza: Municipalidad, Distrito, ente u organización privada encargada a la administración del servicio de transportes, la cual asegura la ejecución de los contratos celebrados, penaliza las infracciones, proyecta y supervisa los servicios de transporte.

Citando a Pastor (2017), existen tres particularidades que permiten diferenciar y caracterizar los sistemas de transportes, determinado por:

Rendimiento del servicio, entendido por la manera en que se desenvuelve la modalidad de transporte y su eficiencia se evalúa mediante varias nociones como frecuencia de salidas, número de unidades vehiculares que brindan el servicio de transporte, intervalo entre unidades, velocidad de operación en las rutas (km/h), confiabilidad del servicio, regularidad y porcentaje de llegadas puntuales de las unidades a sus respectivos terminales dentro de un margen aceptable, estandarización de salidas de los vehículos, seguridad del servicio según el índice de números de accidentes por año o kilómetro y la capacidad de número máximo de pasajeros que las unidades vehiculares pueden transportar en un período de tiempo determinado.

Nivel de servicio, este alcance tiene en cuenta las funciones del servicio de transporte que influyen en el pasajero, incluyendo aspectos de rendimiento que involucran a la velocidad de manejo, confiabilidad, seguridad del sistema y tiempos de espera. Así mismo, existen aspectos sobre la calidad del servicio (en mayor porcentaje cualitativos) como: limpieza y apariencia de las unidades vehiculares, itinerarios publicados sobre salidas y llegadas de buses, información relevante convenientemente difundida sobre la empresa o ente prestador de servicios, vehículos accesibles, actitud de los conductores, servicio eficaz de los colaboradores y la confiabilidad que representa la organización prestadora del servicio de transporte. Otro aspecto que influye en el nivel de servicio brindado es el costo tarifario establecido por el proveedor o la autoridad encargada de hacer cumplir la normativa, el cual debe cumplir los requisitos del beneficio deseado por los usuarios, fuerzas de oferta y demanda; y el tipo y calidad de proceso empleado para la determinación del precio.

Impacto del servicio, es la incidencia que el servicio de transporte mantiene en su entorno y el área de servicio que abastece. Estos efectos pueden ser de corto plazo como reducción del congestionamiento de las vías, alteraciones en la emisión de contaminantes y niveles de ruido, modificación en la apariencia de las unidades vehiculares; o de largo plazo, principalmente cuando la actividad influye en el valor del suelo o modifica las actividades económicas urbanas o rurales. Impactos en el medio social tales como accesibilidad, calidad en la prestación, cobertura, confort, seguridad, entre otros.

En el territorio peruano, según la Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre (2020), la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías - SUTRAN, efectúa el monitoreo, supervisión, control, fiscalización y sanción en las vías transportes, tanto de envergadura nacional, provincial y distrital, así como las ubicadas dentro del ámbito urbano y rural. Sumado a ello la participación de los distintos actores asociados: las empresas de transporte y los usuarios de sus servicios; autoridades regionales y locales, la policía nacional, y la sociedad civil en general; para el uso y manejo consciente de las vías de transporte dentro de la normatividad vigente.

2.2 Gestión del Conocimiento

La gestión del conocimiento está definida como la suma procesos y acciones que solidifican el intercambio sistemático y significativo de información con la utilidad de acumular experiencia que mejore las actividades y procesos que favorecen la transferencia de información y habilidades adquiridas dentro de una empresa o asociación de profesionales, con la finalidad de optimizar el rendimiento organizacional o la ejecución y éxito de un proyecto (Alva y Jiménez, 2021). En consecuencia, esta acumulación y sistematización de experiencias son útiles para desarrollar una base de conocimientos compartidos con la capacidad de

optimizar la ejecución del trabajo y fomentar la innovación tecnológica.

Según Ruiz et al. (2015) define: Es un sistema de agilización de la búsqueda, sistematización, codificación y difusión de los aprendizajes individuales y colectivos de las habilidades humanas de la organización, para transformarlas en conocimiento globalizado, de entendimiento común y aplicable en la ejecución de las actividades de la misma, en la medida que favorezca el desempeño sustentable y competitivo en un ambiente dinámico de aprendizaje continuo.

Según Contreras y Tito (2013) definen: la gestión del conocimiento involucra un proceso sistemático en su ejecución y aplicación, con el objetivo de crear competencias y capacidades entre los colaboradores de las organizaciones, que les conceda tener ventajas en relación a otras organizaciones, lo que se ve traducido en la generación de productos, procesos, servicios, sistemas, entre otros; generando valor agregado en beneficio y satisfacción de los clientes.

García-Pintos et al. (2010), plantean el conocimiento organizacional como el entendimiento de las acciones que proceden y las que no, al discernir ideas mediante juicios personales, los autores nos ubican como punto fundamental lo objetivo y real, la relación y propiedades que tiene el conocimiento con el sujeto que logra captar el saber, fundado en la práctica diaria laboral. De este modo, determinar los criterios sobre la gestión de conocimientos ligado a los procesos productivos (Corcino et al., 2021) dentro del contexto de los negocios, se considera la siguiente taxonomía codificada: observable y tácita; y no observable en su utilización, siendo autónomo o sistemático, todo ello según como se expone el conocimiento y se codifica la información solicitada.

En la evolución del conocimiento organizacional podemos tomar el planteamiento de la Organización para la cooperación y el desarrollo económicos (2014) que propuso una categorización del conocimiento, basándose en almacenar la información que surge de los hechos que denominado *Know-what*, esta información luego de ser procesada, apoyada y comprobada tecnológicamente se denomina *Know-why*, el paso del potenciamiento de las capacidades y habilidades para la resolución de problemas, es decir se aplica en las empresas cuando la información consolidada requiere ser compartida para su desarrollo, a ello se denomina *know-how*, al realizarse este alcance del conocimiento en la empresa, se llega a la consolidación del empoderamiento de la información, debiendo esta estar vinculada con los procedimientos sociales expuestos en el mercado y que al ser ejecutados los resultados sean veraces y eficaces, esta etapa es denominada *Know-who*.

Con la aplicación del *know-what* y *know-why* se alcanza la adquisición y análisis de la información, a través de la observación, la práctica y la experiencia, en tanto el *know-how* se alcanza mediante la ayuda de un guía que ejecute y maneje el conocimiento encargándose de su transferencia objetiva, entendiéndose que el *know-who* surge de la dinámica social y se transmite y mejora con la práctica y aplicación de este conocimiento, fomentando así la integración de la organización empresarial con su entorno y la difusión por medio de plataformas tecnológicas formales de comunicación.

De acuerdo con Briceño (2020), la gestión del conocimiento se determina como un conjunto de actividades y procedimientos que optimizan la transferencia de información dentro de una empresa, con la finalidad de optimizar el rendimiento de la organización. Lo que sustenta EVA (2021), en su planteamiento de construcción, sistematización y dinamización del conocimiento empresarial, mediante un flujo determinado en dos ciclos; en el primer ciclo (1

– 2 – 3 - 4), el conocimiento es administrado por la organización y en el segundo ciclo (5 - 6 - 7 - 8) se conceptualiza su estructura mediante la intervención con los actores clave, concretando así el ciclo de aprendizaje, proceso que se repite continua y cíclicamente, con la finalidad de optimizar la calidad y fluidez del conocimiento. Si el primer ciclo de la gestión del conocimiento es efectuado y aplicado correctamente, da acceso al segundo ciclo, que consiste en la evaluación y normalización de su aplicación, determinando las acciones de mejora que posteriormente serán difundidas y de esta manera garantizar que la organización consolida el aprendizaje.

Respecto a generar y producir conocimiento, como lo indica Merzthal et al. (2017) las organizaciones por si solas son incapaces de generar conocimiento siendo sus colaboradores quienes establecen las nuevas percepciones y experiencias que sustentan el conocer de la empresa. Bajo este concepto, es indispensable saber dónde reside el conocimiento para administrarlo y generar valor. En relación a ello, la producción del conocimiento, según Pérez (2013), está vinculada a los centros administrativos de las empresas, interrelacionados mediante una estructura de relaciones de autoridad y funciones, debiendo tener la capacidad para sistematizar la memoria empresarial y orientar eficazmente los procesos de aprendizaje y generación de conocimiento.

Como indica Carrillo (2018), la captura e instrumentalización del conocimiento se caracteriza por su codificación, ubicándolo donde los colaboradores puedan tener un acceso rápido a un conocimiento pertinente y en el tiempo que lo requieran. Uno de los factores determinantes de la instrumentalización del conocimiento, es la facultad de navegabilidad que tendrá el colaborador en respuesta a sus requerimientos de estructurar y adquirir el conocimiento para resolver inconvenientes del servicio o mejorar su desempeño laboral, por ello es necesario emplear una plataforma tecnológica viable y de fácil interacción entre los colaboradores y la gerencia.

Según Pereira (2011), el objetivo de compartir el conocimiento es distribuir el conocimiento a las áreas donde sea requerido, en el momento apropiado y con la calidad solicitada. Por cuya razón, el conocimiento se debe transferir para que los colaboradores puedan ubicarlo y lo empleen en procesos que añadan un valor empresarial. Las herramientas que favorecen este procedimiento son la internet, la intranet, Blogs corporativos, bancos de datos, centros de documentación, teletrabajo, correo electrónico entre otras páginas web. Bajo el concepto general de jerarquiza el uso de las herramientas tecnológicas para intercambiar y aplicar el conocimiento en el desarrollo cualitativo de la organización y evaluar la ejecución de la gestión del conocimiento organizacional.

Tal como lo indica Sass et al. (2014), el conocimiento suma valor únicamente cuando se aplica en la corporación, cuando los empleados tienen acceso al conocimiento necesario y lo aplican en sus actividades laborales cotidianas, mejorando la toma de decisiones y la solución de conflictos será más eficaz. Aprovechar la conexión entre el conocimiento y la aplicación involucra distinguir y analizar como el conocimiento está suscrito, internalizado, catalogado, distribuido y entendido en la estructura organizacional.

En lo que refiere a la evaluación del conocimiento, según Pereira (2011), es fundamental revelar cómo se desarrolla el conocimiento organizacional, teniendo en cuenta los colaboradores y clientes, con la finalidad de incluir el flujo de ideas en procesos de invención y mejora, realizar la evaluación del conocimiento supone elegir las piezas del conocimiento que representan un activo de valor y deben ser difundidas y exteriorizadas en la empresa. Es importante reconocer que proceso puede ser involucrado periódicamente en cada fase el ciclo de la gestión del conocimiento, debido a la importancia de evaluar la situación actual de la

empresa, lo que funciona y lo que no, las mejoras que se han alcanzado o si se requieren replantear los objetivos empresariales, teniendo que cuenta que la información debe ser en todo momento compartida para lograr una retroalimentación.

Dalkir (2011) señala que la mejora como parte del ciclo de la gestión de conocimiento, debe sustentarse en la idea de manejar el conocimiento de manera colectiva, enfocándose en la seguridad del crecimiento y bienestar mantenido de la organización y sus integrantes. La implantación de un sistema de gestión incluye procurar buscar la mejora continuamente y adaptar el conocimiento a las nuevas circunstancias conforme estas vayan apareciendo, mantener la acción de mejora es algo que dependerá de distintos factores, tales como la existencia de un liderazgo fuerte, una estrategia de desarrollo continuo o la obtención de resultados útiles y el consiguiente apoyo de la empresa en su conjunto. Como lo fundamenta la PMK Digital Learning (2020), es primordial que la empresa haga sentir a sus trabajadores que para cada actividad siempre hay una manera de mejorar, entender que el cambio es continuo y por lo tanto la mejora es fundamental. Así mismo, debe enfatizarse a la gestión del conocimiento y su información como una forma de capacidad y desarrollo organizacional frente a otras corporaciones competitivas.

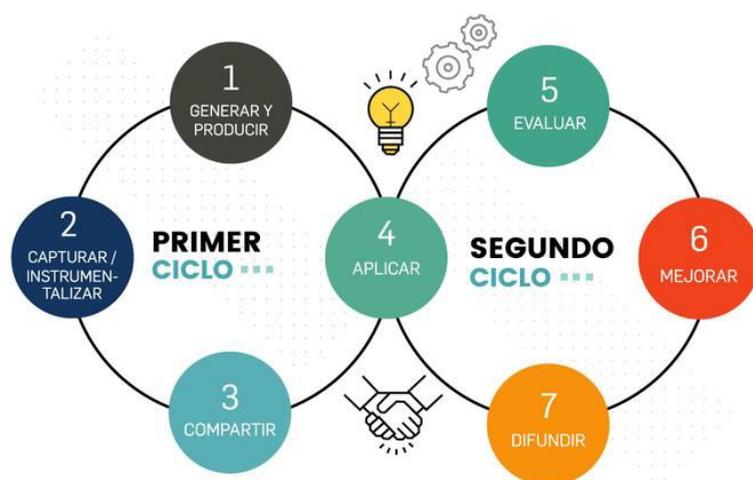
Respecto a la difusión del conocimiento, Carrillo (2018) indica que en las pequeñas empresas es más sencillo de realizar la difusión, no obstante, en grandes organizaciones con individuos con conocimientos específicos y geográficamente separados, es un procedimiento complejo que requiere ser evaluado. Por lo tanto, la gestión del conocimiento debe incentivar su aplicación mediante la distribución del conocimiento donde sea requerido, creando ambientes donde los conocimientos fluyan sin obstáculos o interrupciones, fomentando la participación e interacción de los colaboradores, denotando que el proceso de difusión del conocimiento

contribuye a un bien común. En este sentido, los blogs corporativos han demostrado una amplia capacidad de difusión, debido a sus características y posibilidades que favorecen la generación, actualización y transmisión de información.

La PMK Digital Learning (2020), en cuanto al aprendizaje en el ciclo de la gestión del conocimiento, señala que se trata de actualizar el conocimiento corporativo sobre un tema específico o bien adquirir nuevo conocimiento para desarrollar nuevas habilidades profesionales. El aprender supone consolidar el conocimiento, por ello la empresa debe incentivar una cultura de mentalidad flexible y valoración a lo intangible en sus directivos, así como tener constancia sobre lo que aprenden sus colaboradores reflejados en activos de valor económico, no deben ser erráticos sino fortalecer el desarrollo de la empresa. En función a ello se logra establecer que el conocimiento explícito se convierte a tácito al desarrollar y consolidar el aprendizaje, denominado también como formación de un conocimiento organizacional (Conde, 2020).

Figura 2

Flujograma del doble ciclo de la gestión del conocimiento (Primer ciclo).



Nota. Adaptado de Doble ciclo de Gestión [Figura], por Gobierno del cambio, 2021, Función Pública (<https://www.funcionpublica.gov.co/es/web/eva/doble-ciclo-de-gestion>).

Figura 3

Flujograma del doble ciclo de la gestión del conocimiento (Segundo ciclo).



Nota: Adaptado de Doble ciclo de Gestión [Figura], por Gobierno del cambio, 2021, Función Pública (<https://www.funcionpublica.gov.co/es/web/eva/doble-ciclo-de-gestion>).

Cano et al. (2012) indica que la evolución de la tecnología, desarrolla una función importante en la comunicación y el flujo de información, debido a su accesibilidad y el conjunto de servicios en redes tales como software y herramientas que tienen como finalidad optimizar la calidad de vida de las personas. Las tecnologías de la información y la comunicación son herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, esquematizan, recuperan y exponen información de la más diversa forma. Su aplicación representa una diversificación de la sociedad en las relaciones interpersonales y en la manera de transmitir y formar conocimientos. Mediante esta fuente se ha generado un entorno de cambios y desarrollo donde se armonizan la interactividad y la forma de difundir información.

Según Villanueva et al. (2017) un blog corporativo es un blog publicado por o con el apoyo de una empresa para lograr sus objetivos corporativos, siendo esta una herramienta tecnológica de soporte explícita o implícitamente de la organización. Es decir, se considera blog

corporativo a todo documento o información que se *bloguea* de manera oficial para la empresa, y que cuenta con el reconocimiento, revisión y aprobación de esta y cuyo vínculo se expresa explícitamente en el blog.

Citando a Navarro (2011), algunas empresas son conscientes de las ventajas de contar con un blog corporativo propio, valorando la facilidad de publicación, el bajo costo, contenido con recepción inmediata, inclusive la respuesta de los colaboradores y clientes, visibilidad e influencia, sumado a ello la capacidad para fortalecer la cultura de la organización y concentrar los conocimientos. Un blog corporativo es una herramienta que favorece el proceso y ejecución de la gestión del conocimiento, pues su exposición, la interactividad y la capacidad de distribución que proporcionan los blogs, favorecen el intercambio de información, crean un proceso de comunicación de larga duración y generan un compromiso emocional entre la empresa y sus clientes, es decir la aplicación de un blog corporativo, humaniza y conecta a las empresas con sus colaboradores y clientes.

Striedinger (2018) indica que, la principal ventaja de un blog corporativo, es la capacidad de recibir *feedback* de los colaboradores y clientes, es decir, su facilidad para fomentar la interactividad, logrando retroalimentación sobre un producto o servicio y mejorar la posición de la organización en los buscadores web, facilitar la ejecución y viabilidad de la gestión del conocimiento, constituyendo otra forma de publicar contenidos e ideas; una manera eficiente de transmitir información veraz a los clientes y favorecer la fluidez de las relaciones tecnológicas con los medios de comunicación.

2.3 Calidad de Servicio

Escudero (2014) argumenta que los servicios son acciones, procesos y prácticas que las

empresas ejercen para fidelizar a sus clientes, incluyendo a las empresas que entregan productos, pues el servicio se integra como parte de este producto, percibido en el empaque, calidad del material y la interconexión vendedor-cliente.

Según Morales (2018), parte fundamental del servicio es el contacto entre trabajador y cliente, considerando los siguientes elementos fundamentales al momento de prestar un servicio: Respeto, el cliente interpretara esta cualidad como reflejo de confidencialidad, cortesía y privacidad; comprensión de la situación del cliente, para lograr este entendimiento el colaborador debe prever sus respuestas o como va a resolver el problema; proporcionar información eficiente y completa, al brindar el servicio la información debe ser manejada con precaución y conocimiento completo, para evitar malestar o futuros reclamos; equidad, el trato debe ser igual para todos los clientes, consientes que pagan igualmente por el servicio; y la seguridad, en la que intervienen aspectos tangibles (instalaciones físicas, equipos, personal) como intangibles (conocimientos que tienen los trabajadores).

De acuerdo a Mora (2011), existen tres aspectos generales a considerar en la satisfacción de un cliente o usuario. Están; la respuesta previa e imaginarios anticipados, ya sea esta en comportamiento, emociones y cognición; una respuesta que se orienta en un aspecto particular (expectativas, producto, la experiencia durante el uso del servicio o consumo entre otras); y la respuesta final tras el consumo, tras elegir, la experiencia acumulada. Así, la experiencia temporalizada que recibe el usuario en estos tres momentos es lo que determina su satisfacción sobre los servicios y bienes obtenidos.

Según Pelaez (2005) define: la calidad de servicio es una estrategia administrativa puntual, y la diferenciación organizacional supone la ejecución efectiva por una serie de aspectos en la prestación del servicio, como la confiabilidad, la seguridad, la capacidad y el

desempeño, la cortesía, el prestigio, entre otros, y que esta conformidad sea efectivamente percibida por los usuarios del servicio.

Como señala Hernández et al. (2018), uno de los fenómenos que impulsan la calidad de servicio es el fenómeno de la globalización, que ha tenido un impacto significativo en estos sectores económicos (transporte, comercio y turismo) al introducir formas más eficientes y eficaces de gestión de sus procesos. Esta acción redundante inevitablemente en la productividad y eficiencia que brinda a sus clientes, mejora de la apariencia y continuidad, permitiendo a la empresa ser más competitiva y ofrecer un óptimo servicio, fidelizar a los clientes existentes y suscitar la atracción de otros clientes potenciales.

Pincay y Parra (2020) argumentan que la participación e interacción interna entre los colaboradores es fundamental porque impacta en la calidad del servicio que obtienen los usuarios, por esta razón, es necesario determinar adecuados criterios laborales y ejecutarlos dentro de la empresa por toda la organización, así mismo, señala los principales aspectos que permiten la interacción entre colaboradores y clientes:

Comunicación: Refiere a experiencias, percepciones y recomendaciones de los distintos clientes.

Necesidades personales: Indica la necesidad real del cliente

Experiencias anteriores: Las expectativas de los clientes están vinculadas a sus experiencias previas con el servicio, siendo necesario despertar el interés, reconocer la presencia de una necesidad, o aceptar ventajas y argumentos para luego ofrecer la toma de decisiones e implementación.

Comunicación externa: Son indicadores brindados por las organizaciones referentes a los servicios que éstas brindan a través de plataformas tecnológicas, tales como, páginas web,

blogs, Google Adwords, entre otros.

Croce (2012) refiere a los estándares de calidad como todos los requisitos fundamentales para alcanzar la mejora en la empresa, permitiendo evaluar los procesos de una organización y su estructura para optimizar su funcionamiento, resaltando en la empresa sus virtudes y fortalezas que deben ser fomentadas e implementar nuevas estrategias para su mejora corporativa. La evaluación de la calidad tiene los siguientes alcances: ser básica, objetiva y observables, que sea fácilmente comprendidos y utilizados, inspirada en ideales educativos, y basada en principios y valores que pueden ser reconocidos sobre la base de estándares internacionales, creando un desafío para los colaboradores del sistema y las organizaciones. También se muestra que la calidad se concentra en dos procesos, uno enfocado al producto o servicio capaz de satisfacer al usuario, y el segundo enfocado a la gestión, dirigiéndose a la integración de colaboradores y usuarios en la organización y control de todos sus procesos.

La mejora de la calidad en el servicio se fundamenta en su observación y medición, su objetivo es superar las expectativas del cliente a través de una perspectiva positiva hacia la calidad, resultando conveniente beneficiarse del conocimiento de los colaboradores organizacionales, los cuales perciben directamente las inquietudes del cliente, al mismo tiempo, su satisfacción laboral influye fuertemente en su comportamiento y actitud hacia los clientes (Alcántara y Vásquez, 2019).

Uno de los instrumentos más importantes utilizados por las empresas competitivas, reconociendo que la clave del éxito está en la satisfacción del cliente, Gonzales et al. (como se citó en Cahua, 2018) nos señala “El modelo Servqual de calidad de servicio”, con el objetivo principal de proporcionar herramientas para mejorar la calidad del servicio en las organizaciones. Esta herramienta incluye una métrica de respuesta múltiple diseñada para

comprender las expectativas del cliente hacia un servicio, particularmente en una herramienta que permite la mejora empresarial sobre la competencia.

El modelo conceptual SERVQUAL surge de la investigación de Zeithaml, Parasuraman y Berry (Alcántara y Vásquez, 2019), donde los clientes emplean principalmente el mismo estándar en el proceso de evaluación de la calidad del servicio, por esta razón, se llegaron a determinar diez dimensiones: Los elementos tangibles, es la apariencia de las instalaciones físicas, personal, equipos y materiales de comunicación; la fiabilidad, es ofrecer el servicio de manera segura y cuidadosa; la capacidad de respuesta, pericia de ayudar a los clientes y que el servicio se proporcione rápida y eficazmente; profesionalismo, poseer los conocimientos requeridos para brindar un servicio completo; cortesía, ser amable con el cliente; la credibilidad, refiere a la veracidad y honestidad que los clientes perciben del servicio de la empresa; la seguridad, indica falta de riesgos, peligros o dudas sobre el servicio; la accesibilidad, que el servicio y la comunicación con la empresa tenga un acceso fácil y directo; la comunicación establece tener a los clientes informados y ser atendidos sobre el servicio; la comprensión del cliente refiere al esfuerzo diario por conocer y entender mejor al cliente y lo que este espera del servicio.

Según lo señalado por los autores Zeithaml et al. (como se citó en Cahua, 2018), la calidad del servicio se divide en diez dimensiones para su evaluación (elementos tangibles; fiabilidad; la capacidad de respuesta; profesionalismo; cortesía; credibilidad; seguridad; accesibilidad; comunicación; y comprensión del cliente), las cuales analizadas y ordenadas de manera coherente y sistemática se sintetizan en cinco dimensiones (elementos tangibles; fiabilidad; capacidad de respuesta; seguridad; y empatía, estas consolidan el modelo SERVQUAL, que se utiliza como herramienta de medición de la calidad en la atención al

cliente.

Tabla 1

Adecuación entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad del servicio.

Criterios iniciales de la Calidad del Servicio	Dimensiones de SERVQUAL						
	Elementos tangibles	Fiabilidad	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Em	
Elementos tangibles							
Fiabilidad							
Capacidad de respuesta							
Profesionalismo							
Cortesía							
Credibilidad							
Seguridad							
Accesibilidad							
Comunicación							
Comprensión del usuario							

Fuente: Adaptado del libro *Calidad total en la gestión de servicios* por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) Elaboración: Propia

Tangibilidad, según Kumar (2013, citado por De la Torre, 2020) indica que los elementos tangibles son las instalaciones físicas, aspecto de los colaboradores, herramientas o equipos para ofrecer el servicio. Del mismo modo, Llanoy (2020) argumenta que la comprensión de dichos elementos tangibles de la organización va a influenciar como un impacto positivo en la calidad del servicio.

Fiabilidad, de acuerdo con Ramezani y Baharun (2012, citado por De la Torre, 2020) la conceptualiza como las habilidades para formar un servicio fiable, eficiente y cuidadoso, por lo cual señala que la organización debe cumplir eficientemente con las entregas, suministro del servicio y resolución de dudas e inconvenientes de los clientes.

Según Silva et al. (2021), la capacidad de respuesta define la voluntad y disposición

para apoyar al cliente y brindarle un servicio rápido y eficiente, vinculado a la respuesta e intuición de los colaboradores. La capacidad de respuesta se combina con la precisión y el conocimiento del cliente, tal como señala Duque y Rodríguez (2011, citado por De la Torre, 2020) manifestando que es la capacidad de generar un servicio rápido y apropiado, enfocando también los resultados de la atención y apremio al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas o solucionar problemas. Orgambidez y Almeida (2015, citado por De la Torre, 2020) sostiene también como la voluntad de apoyar a los clientes, esta dimensión acentúa la atención y la rapidez en el proceso de las solicitudes, interrogantes, quejas e inconvenientes de los clientes. La capacidad de respuesta es el tiempo que deben esperar los usuarios para recibir asistencia o atención a inconvenientes, así también esta dimensión captura el conocimiento de flexibilidad y habilidad de personalizar el servicio a los requerimientos del cliente.

Como indica Silva (2021) la dimensión de seguridad, se centra en las habilidades, conocimientos y atención demostrados por los colaboradores para reflejar la credibilidad y transmitir confianza. Lo indicado debe ser mostrado cuando los empleados que atienden al cliente expongan un amplio conocimiento sobre los reglamentos internos de la organización y en la normatividad que tiene el estado para el caso determinado de la atención, tal es la situación para el sector transporte interprovincial, el colaborador debe conocer y entender los derechos y obligaciones de los clientes, de los que tienen que ser respetados por ambas partes.

Según Sánchez et al. (2010), la empatía es la habilidad de entender los requerimientos del cliente para formar un vínculo y lograr atender adecuadamente sus necesidades. En tal sentido brinda unas premisas para que el colaborador logre desarrollarse con empatía; se debe que descubrir y conocer lo que específicamente necesita y quiere el cliente; plantearse la interrogante sobre que se conoce y desconoce del cliente, pues en algunas ocasiones los

clientes pueden tener conocimiento del procedimiento y parámetros de la empresa, otras veces no, es allí donde se involucra una labor importante de y trascendental de introducción del cliente a la empresa; así mismo, se debe demostrar que se está dispuesto al apoyo en todo momento. En esta dimensión se manifiestan las habilidades de atención que los colaboradores deben conocer, y tiene como premisa fundamental que el cliente sienta que es escuchado, para lograrlo los trabajadores deben practicar o realizar la empatía en cada área y con sus compañeros laborales, impartiendo así un amplio sentido y ambiente de armonía organizacional.

Según Tschohl (2011), las cualidades de la calidad del servicio se pueden definir en la inquietud y consideración por los clientes; demostrando cortesía, confiabilidad, integridad, disposición para ayudar, disponibilidad, eficiencia, conocimientos y profesionalismo.

Según Galviz (2011) los beneficios que representa la calidad del servicio se clasifican en; Incrementar la lealtad de los clientes, lo que refiere que la calidad genera clientes permanentes que sienten satisfacción por emplear servicios ofrecidos por la empresa; Reincidencia comercial, tiene que ver con la repetición de uso del servicio por el mismo cliente o un conjunto de clientes; Mitigar vulnerabilidad a la competencia de precios, manteniendo un nivel de precios estable y accesible; competencias y habilidades para considerar incrementar el precio sin afectar a sus clientes, dado que un mayor porcentaje de clientes tienen como principal requerimiento la calidad; costo de mercadeos inferiores, una buena calidad de servicio se difunde velozmente mediante los medios verbales de los mismos clientes, estos usuarios satisfechos refieren a la empresa a potenciales clientes; desarrollo e incremento de la participación en el mercado, esta consecuente de orden lógico: al mejorar la calidad del servicio se pueden cumplir los requerimientos de calidad asegurando la sostenibilidad de la empresa mediante la captura de más mercado.

Citando nuevamente a Galviz (2011), las propiedades de la calidad de servicio que deben vigilarse por su consecuencia en el cliente son: propiedades de búsqueda, referida al seguimiento y control que se tiene sobre lo que el cliente pueda establecer antes de adquirir o usar el servicio; los tangibles y la reputación del negocio, tales como las propiedades de búsqueda se refieren al descubrimiento del cliente sobre la compra, uso del servicio, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía; propiedades de credibilidad, hace referencia a lo que se tiene que vigilar, porque pueden ser valoradas por el cliente después del uso: la competencia profesional y la seguridad; determina si el servicio recibido tuvo valor para el cliente.

Según Ozomek (2014) el objetivo de satisfacer a cada cliente ha ido más allá de la venta o la atención al cliente, para llegar a ser una de las metas primordiales de todas las áreas funcionales de la empresa, porque si no existe, si hay unidad de acción y pensamiento, habrán o hay consistencia interna, y el cliente eventualmente discernirá la diferencia interna y expresará su desacuerdo.

Como afirma García (2011), la plena satisfacción del cliente es una condición esencial para conseguir posicionarse en la “mente” del cliente y, por tanto, en el mercado objetivo. Por esta razón, el objetivo de satisfacer a cada cliente ha transferido los límites de las áreas de marketing para convertirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas departamentales de las empresas competitivas.

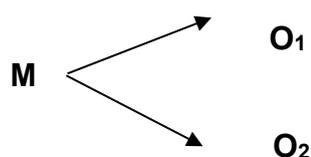
III. MÉTODO

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es aplicada, debido a que obedece a los hallazgos y adelantos de la investigación básica y se enriquece de ellos para emplearlos y aplicarlos en la realidad (Egg et al., 2011). Así mismo, en el estudio no existirá intervención de ningún tipo por parte del investigador, de manera que los datos observados y la información consignada reflejará la evolución natural de los eventos; es transversal, porque serán medidas en una sola ocasión del período 2022; se realizó un proceso de recolección y medición de la información teórica que permitió conocer y describir las causas, mediante situaciones reales, que influyen y afectan en la calidad de servicio al cliente en la Empresa de Transporte Movil Bus en la ciudad de Lima.

Según el alcance, la presente investigación, es de tipo descriptiva propositiva, siendo el objetivo describir la realidad problemática en función de las variables gestión del conocimiento y calidad de servicio, sin establecer un grado de relación entre estas, sin embargo, este tipo de investigación profundiza en la caracterización de los elementos muestrales, analizando a detalle los componentes o dimensiones de las variables (Hernández et al., 2014), de ahí que se optó por establecer correlaciones entre la medición global de la variable y sus dimensiones.

La presente investigación reúne las características de un diseño No Experimental, pues la investigación se limita a describir las características o cualidades del fenómeno objeto de estudio, es decir, se mide el estado actual de la gestión de conocimiento ejercida por la Empresa de Transportes Movil Bus, y en paralelo se mide la calidad de servicio ofrecida por la empresa, demostrando la causalidad entre la variable independiente y la variable dependiente (Hernández et al., 2014).



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de variable 1: Gestión del

conocimiento
O₂ = Observación de variable 2: Calidad de servicio

3.2 **Ámbito temporal y espacial**

La presente investigación, se desarrollará en el ámbito temporal de 2022 y el tiempo de investigación será en el ámbito espacial departamento de Lima, ciudad de Lima.

3.3 **Variables**

3.3.1 *Variable Independiente*

X= Gestión del conocimiento

Tabla 2

Dimensiones, indicadores y escala de medición de la variable independiente

Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Generar conocimiento	Adquisición y producción de conocimiento por los colaboradores mediante percepciones y experiencias	Nominal y ordinal
Capturar el conocimiento	Acceso y almacenamiento de la información generada	
Compartir el conocimiento	Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido Herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento	
Aplicar el conocimiento	<i>Empowerment</i> y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	
Evaluar el conocimiento	Seguridad del conocimiento colectivo Valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa	

Mejorar el conocimiento	Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores
Difundir el conocimiento	Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido. Creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones
Aprender del conocimiento	Desarrollo de nuevas habilidades profesionales Logros reflejados en activos de valor económico

Fuente: Propia

3.3.2 Variable Dependiente

Y= Calidad de servicio

Tabla 3

Dimensiones, indicadores y escala de medición de la variable dependiente

Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Empatía	Atención personalizada Comunicación y comprensión	Escala de Likert 1. Totalmente en desacuerdo
Fiabilidad	Utilidad del servicio suministrado Valor recibido	2. En desacuerdo
Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo
Capacidad de respuesta	Rapidez Respuesta a preguntas y reclamos	5. Totalmente de acuerdo
Seguridad	Capacidad de generar confianza Exposición de pasajeros Cumplimiento de horarios	

Fuente: Propia

Tabla 4*Operacionalización de variables*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable Independiente: Gestión del conocimiento	La gestión del conocimiento tiene tres fases elementales, generación de conocimiento mediante el uso de herramientas informáticas, promover un almacenamiento y transferencia de conocimiento y; determinarse como un proceso y conjunto de habilidades (Nazim y Mukherjee, 2016).	Gestionar las actividades que están direccionadas a la generación y producción de conocimiento, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación del conocimiento a través de la aplicación y uso de un blog corporativo.	<p>Generar conocimiento</p> <p>Capturar el conocimiento</p> <p>Compartir el conocimiento</p> <p>Aplicar el conocimiento</p> <p>Evaluar el conocimiento</p> <p>Mejorar el conocimiento</p> <p>Difundir el conocimiento</p> <p>Aprender del conocimiento</p>	<p>Adquisición y producción de conocimiento por los colaboradores mediante percepciones y experiencias</p> <p>Acceso y almacenamiento de la información generada</p> <p>Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido</p> <p>Herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento</p> <p><i>Empowerment</i> y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente</p> <p>Seguridad del conocimiento colectivo</p> <p>Valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa</p> <p>Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores</p> <p>Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido.</p> <p>Creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones</p> <p>Desarrollo de nuevas habilidades profesionales</p> <p>Logros reflejados en activos de valor</p>	Nominal y Ordinal

Variable Dependiente: Calidad de Servicio	Consiste en satisfacer las necesidades del cliente a través de conjunto de características de un servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades y expectativas que tiene el cliente (Matsumoto, 2014).	Índice de satisfacción al medir la calidad del servicio a través de la empatía, fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad que busca el cliente en el momento que consumen el producto mediante la aplicación del instrumento de medición SERVQUAL	Empatía	económico Atención personalizada Comunicación y comprensión	Escala de Likert 5. Totalmente en desacuerdo
			Fiabilidad	Utilidad del servicio suministrado Valor recibido	6. En desacuerdo
			Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal	7. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
			Capacidad de respuesta	Rapidez Respuesta a preguntas y reclamos	8. De acuerdo
			Seguridad	Capacidad de generar confianza Exposición de pasajeros Cumplimiento de horarios	9. Totalmente de acuerdo

Fuente: Propia

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

El objeto de estudio, en el que se enfoca la presente investigación, está compuesta por los colaboradores de la Empresa Movil Bus en Lima, que corresponden a un total de 13 colaboradores y los clientes del transporte interprovincial de pasajeros de la ciudad de Lima, los cuales son 3 400 clientes mensuales.

3.4.2 Muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2014), todas las muestras (bajo el enfoque cuantitativo) tienen que ser representativas de la población, por ello, en cuanto a la muestra pertinente a la Gestión del Conocimiento, se entrevistó a cuatro personas pertenecientes a las principales gerencias de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima, las cuales son:

✓ Gerente de Finanzas y Administración: El encargado de realizar las previsiones de los resultados mensuales, trimestrales y anuales, aprobar o rechazar los presupuestos, gestionar los riesgos, supervisar a un equipo de contables, asignar recursos y gestionar los flujos de caja de la filial.

✓ Gerente Comercial: El responsable de definir y dirigir la estrategia comercial, analizar e investigar potenciales mercados y analizar los productos o servicios de la agencia.

✓ Gerente de Operaciones Logísticas: El responsable de implementar los procesos y prácticas correctas para la agencia, formular estrategias, mejorar el rendimiento de los integrantes de la agencia y comprar el material, recursos y asegurar el cumplimiento de las normas aplicables.

✓ Gerente del Área de Recursos Humanos: Las personas más cercanas e involucradas al área de investigación y ser el encargado de los procesos de reclutamiento y selección del personal de la filial, desarrollar procesos de capacitación y verificar el desempeño

de funciones de los colaboradores. Siendo un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Respecto a la muestra correspondiente a la calidad de servicio que será aplicada a los usuarios del transporte de pasajeros interprovincial Movil Bus - Lima, con la aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad de servicio de acuerdo a las expectativas y percepciones del cliente mediante de sus cinco dimensiones (Tangibilidad, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía), el tipo de muestreo será probabilístico - aleatorio simple estimando una proporción para variable cualitativa, mediante la siguiente formula (López y Fachelli, 2015):

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1) \times e^2 + z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

z^2 : el número de unidades de desviación que indica el nivel de confianza adoptado, elevado al cuadrado.

e^2 : el error muestral considerado, elevado al cuadrado.

N: el tamaño de la población.

p: la proporción (obtenida de muestra

piloto)q: la proporción (obtenida de muestra

piloto)n : tamaño de la muestra

Para ello se consideró muestrear en los meses de setiembre y octubre del presente año, siendo la población de 3854 y 4012, respectivamente, teniendo en cuenta que, en cada mes, aproximadamente, el 75% de los clientes son repetidos, por lo que para el caso de octubre de los 4012, se consideró una población de 1003.

Muestra de setiembre

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.12 \times 0.88 \times 3854}{(3854 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.12 \times 0.88}$$

$$n = 156$$

Muestra de octubre

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.03 \times 0.97 \times 1003}{(1003 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.03 \times 0.97}$$

$$n = 43$$

Las encuestas fueron aplicadas a pasajeros cuyo punto inicial o final era la ciudad de Lima, obteniendo como tamaño de muestra a 199 pasajeros.

3.5 Instrumentos

El trabajo de investigación utilizó el análisis documental, entrevista, encuesta y revisiones bibliográficas.

Los instrumentos empleados en la siguiente investigación son la guía de revisión documental, el cuestionario estructurado, fichas bibliográficas y guías de entrevista; con la finalidad de recabar la información necesaria para cumplir con los objetivos de investigación, sustentar la variable independiente en las dimensiones de la gestión del conocimiento (Creación, transferencia y almacenamiento, aplicación y uso) y las dimensiones de la variable dependiente referidas a la calidad del servicio (Fiabilidad, Tangibilidad, Capacidad de respuesta, Empatía y Seguridad).

Análisis Documental/ Guía de revisión documental

La información referente a la gestión del conocimiento, blogs corporativos y definiciones de la calidad del servicio, estado actual de los sistemas de gestión y problemática del transporte interprovincial terrestre, se fue recopilando desde el inicio de la investigación que posteriormente se contrastó con las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Encuestas / Cuestionario

Se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos de la información que correspondiente a los parámetros e indicadores de interés de la investigación. En lo referente a la evaluación de calidad del servicio, este instrumento fue necesario para obtener información directa y estandarizada sobre las dimensiones de interés, es decir, la Fiabilidad, Tangibilidad, Capacidad de respuesta, Empatía y Seguridad ofrecidas en la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Las encuestas fueron aplicadas a algunos clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Revisiones bibliográficas/ fichas bibliográficas

Mediante el proceso de revisión bibliográfica se integró la información registrada de las encuestas a los trabajadores y clientes de la empresa de transportes. Del mismo modo, se analizaron documentos e informes de gestión de la empresa en cuestión y objetivos corporativos relacionados con la gestión del conocimiento.

Entrevistas/ Guías de entrevista

La entrevista semi-estructuradas fueron aplicadas a cuatro personas, específicamente a los Gerentes de Finanzas, Administración, Comercial, RR.HH y Operaciones Logísticas de la Empresa de MovilBus de Lima, por ser las personas más cercanas e involucradas al área de investigación, cabe recalcar que se recibió el consentimiento informado correspondiente, con una duración de la entrevista de 15 a 20 minutos aproximadamente.

Principalmente la validez se hará a través de expertos, pues una vez creada la guía de entrevista y el cuestionario se identificará a expertos en el tema, de los cuales nos validarán el instrumento a emplearse en la Tesis.

La confiabilidad se desarrollará a través del alfa de Cronbach y la r de Pearson.

3.6 Procedimiento

La investigación tuvo el siguiente procedimiento:

- a) Elaboración de los instrumentos orientado a caracterizar la gestión del conocimiento y medir el impacto en la calidad del servicio al cliente
- b) Validación de los instrumentos mediante el método de juicio de expertos
- c) Coordinación de la visita a campo y entrevista con los informantes
- d) Aplicación de los instrumentos
- e) Interpretación y codificación de la información
- f) Presentación y análisis de los resultados
- g) Desarrollo de la propuesta de mejora
- h) Discusión de los resultados
- i) Presentación de las conclusiones de la investigación

3.7 Análisis de Datos

En lo referente al análisis e interpretación de los datos, se utilizarán técnicas y medidas de la estadística descriptiva e inferencial. En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizó tablas de frecuencia y gráficos de barra, con la finalidad visualizar la tendencia de los niveles de calidad de servicio que le atribuyen los usuarios a la empresa Movil Bus.

En cuanto a la estadística inferencial, se utilizó la prueba de correlación rho de Spearman, con la finalidad de profundizar en el diagnóstico descriptivo de la variable calidad de servicio, buscando identificar el factor determinante.

IV. RESULTADOS

Análisis de la calidad de servicio según las dimensiones del modelo SERQUAL y dado el factor determinante

Nivel de calidad de servicio según la empatía

Tabla 5

Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de empatía.

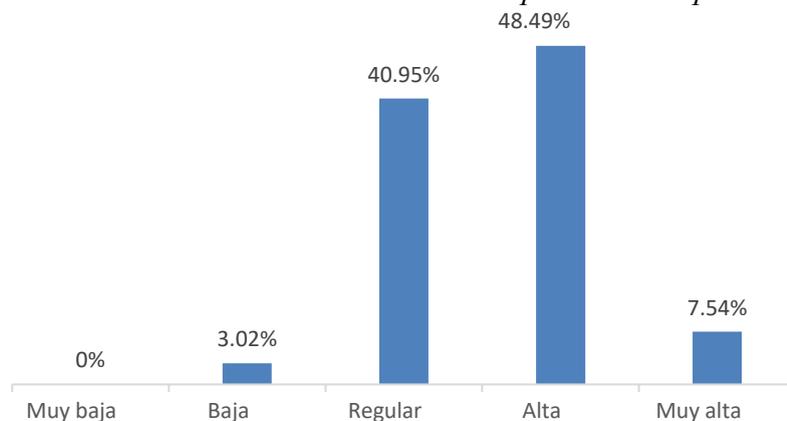
		muy baja	baja	regular	alta	muy alta	Totales
Atención personalizada	f_i	0.00	6.00	120.00	64.00	9.00	199
	%	0%	3.02%	60.30%	32.16%	4.52%	100%
Comunicación y comprensión	f_i	0.00	6.00	43.00	129.00	21.00	199
	%	0%	3%	22%	65%	11%	100%

Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa detransportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Tabla 5, se observa que, la mayoría de clientes (60.30%) que respondieron el cuestionario de la calidad de servicio respecto a la atención personalizada la califican como “regular” y solo el 4.52 % opinan que es “muy alta”. Al respecto del indicador de comunicación y comprensión, el mayor porcentaje corresponde al 65% que la considera como “alta”, lo cual califica en el trato de la empresa para brindar un servicio empático, que brinde disponibilidad de servicio y atención a las inquietudes de sus clientes para ofrecer un mejor servicio.

Figura 4

Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la empatía



Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa detransportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Figura 4, se observa, la tendencia de la calidad de servicio con respecto a la empatía, donde el 48.49% la considera como “alta” y tan solo el 3.02% como “baja”. Se logra inferir que los porcentajes mayoritarios corresponden a indicar una calidad de servicio “regular”, “alta” (mayor al 80 % de la calificación total), lo cual favorece a la empresa en calificación a la empatía expuesta por la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Nivel de calidad de servicio según la fiabilidad

Tabla 6

Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de fiabilidad

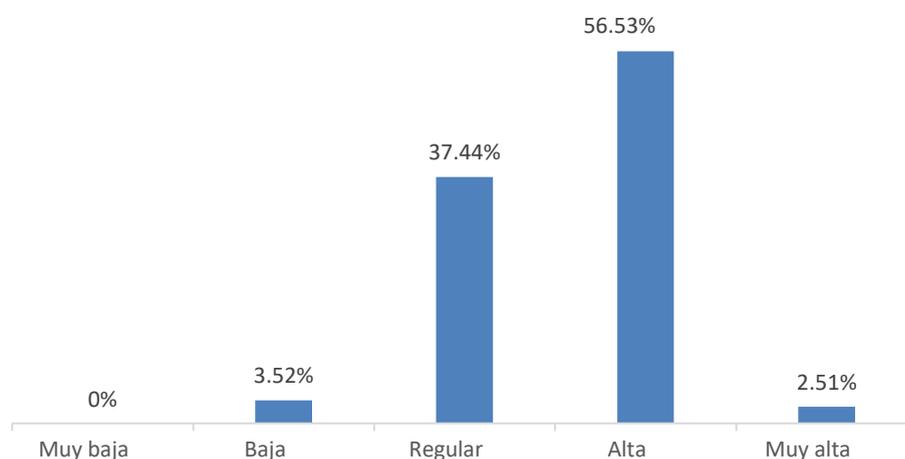
		muy baja	baja	regular	alta	muy alta	Totales
Utilidad del servicio suministrado	f_i	0.00	8.00	61.00	120.00	10.00	199
	%	0%	4.02%	30.65%	60.30%	5.03%	100%
Valor recibido	f_i	0.00	6.00	88.00	105.00	0.00	199
	%	0%	3%	44%	53%	0%	100%

Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Tabla 6, se observa que, más de la mitad de los encuestados (60.30 %) consideran que la utilidad del servicio suministrado es “alta”, mientras que ninguno (0.00 %) manifiesta que este indicador del servicio de calidad sea “muy baja”. Respecto al indicador de valor recibido el 93 % considera que es “regular” y “alta”, lo que refiere a la empresa como fiable, en relación al cumplimiento de los servicios ofrecidos, esto supone que la empresa se preocupa por solucionar los inconvenientes relacionados a la logística, seguridad y entrenamiento de los empleados.

Figura 5

Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la fiabilidad



Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Figura 5, se puede inferir que, la tendencia de la calidad de servicio con respecto a la fidelidad es valorada por el 56.53 % como “alta”, tan solo el 3.52% como “baja” y en menor proporción (2.51%) como “muy alta”. Se logra observar que los porcentajes mayoritarios corresponden a indicar una calidad de servicio “regular”, “alta” (mayor al 90% de la calificación total), lo cual favorece a la empresa en calificación a la fiabilidad expuesta por la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Nivel de calidad de servicio según la tangibilidad

Tabla 7

Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de tangibilidad

		muy baja	baja	regular	alta	muy alta	Totales
Apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal	f_i	0.00	9.00	100.00	90.00	0.00	199
	%	0%	4.52%	50.25%	45.23%	0%	100%

Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Tabla 7, se observa que, casi el total de clientes (95.48%) que respondieron el cuestionario de la calidad de servicio respecto a la apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal la califican como “regular” y “alta”, siendo las calificaciones menos representativas para “baja” con solo un 9%, lo cual califica la dimensión de tangibilidad de la empresa es valorada positivamente por los clientes, desde la visión y empleabilidad de los equipos de seguridad modernos, unidades vehiculares en buen estado, infraestructura, apariencia pulcra e identificación del personal de seguridad y colaboradores en general, que es fundamental para dar una mejor imagen con los clientes lo cual permite incrementar el nivel atractivo de la empresa en el mercado.

Nivel de calidad de servicio según la capacidad de respuesta

Tabla 8

Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de capacidad de respuesta

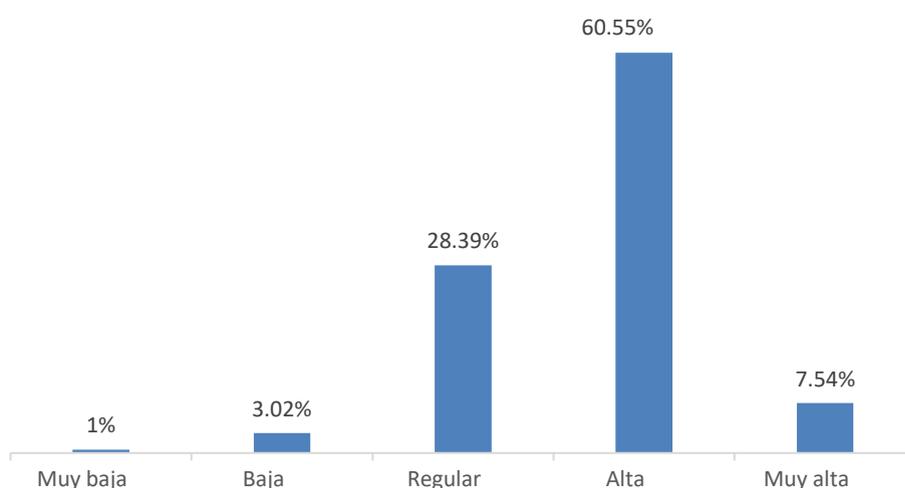
		muy baja	Baja	regular	alta	muy alta	Totales
Respuesta a preguntas y reclamos	f_i	2.00	5.00	61.00	111.00	20.00	199
	%	0%	2.51%	30.65%	55.78%	10.05%	100%
Rapidez	f_i	0.00	7.00	52.00	130.00	10.00	199
	%	0%	4%	26%	65%	5%	100%

Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa detransportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Tabla 8, se puede inferir que, más de la mitad de los encuestados (55.78 %) consideran que la respuesta a preguntas y reclamos es “alta”, mientras que ninguno (0.00 %) manifiesta que este indicador del servicio de calidad sea “muy baja”. Respecto al indicador de rapidez el 81 % considera que es “regular” y “alta”, por lo tanto, la empresa muestra un adecuado nivel de comunicación con sus clientes y rapidez en respuesta a sus preguntas y reclamos.

Figura 6

Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la capacidad de respuesta



Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa detransportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Figura 6, se infiere que, la tendencia de la calidad de servicio con respecto a la capacidad de respuesta es valorada por el 60.55 % como “alta”, tan solo el 3.02% como “baja” y en menor proporción (1%) como “muy baja”. Se logra observar que los porcentajes mayoritarios corresponden a indicar una calidad de servicio “regular”, “alta” (mayor al 88% de la calificación total), lo cual favorece a la empresa en calificación a la capacidad de respuesta expuesta por la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Nivel de calidad de servicio según la seguridad

Tabla 9

Distribución de frecuencia de la calidad de servicio según indicadores de seguridad

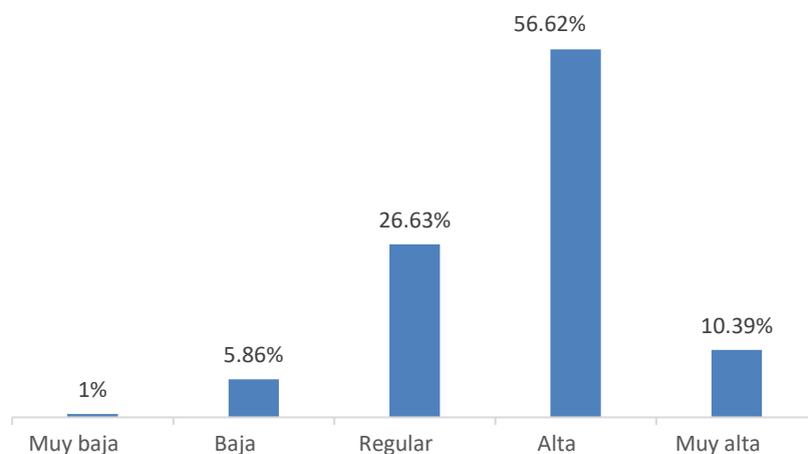
		muy baja	Baja	regular	alta	muy alta	Totales
Cumplimiento de horarios	f_i	1.00	21.00	30.00	107.00	40.00	199
	%	0%	10.55%	15.08%	53.77%	20.10%	100%
Capacidad de generar confianza	f_i	0.00	6.00	65.00	116.00	12.00	199
	%	0%	3%	33%	58%	6%	100%
Exposición de pasajeros	f_i	2.00	8.00	64.00	115.00	10.00	199
	%	1%	4%	32%	55%	5%	100%

Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Tabla 9, se puede inferir que, más de la mitad de los encuestados (53.77 %) consideran que el cumplimiento de horarios “alta”, mientras que el 1.00 % manifiesta que este indicador del servicio de calidad sea “muy baja”. Respecto al indicador de capacidad de generar confianza, se deduce que, este indicador de seguridad está relacionada a los conocimientos, comportamientos y seguridad que proyectan los colaboradores de la empresa frente a los clientes, en el caso de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022, el 91% considera que es “regular” y “alta”; finalmente, respecto al indicador de exposición de pasajeros, más de mitad de los clientes encuestados considera que es “alta” y el 5% manifiesta que es “muy alta”, entre las opciones se registraron la mayor parte de los datos relacionados al ofrecimiento de seguridad a los clientes.

Figura 7

Tendencia de la calidad de servicio con respecto a la seguridad



Fuente: Cuestionario de Calidad en el servicio y satisfacción del cliente aplicado a clientes de la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022. (Anexo 4.3)

En la Figura 7, se observa que, la tendencia de la calidad de servicio con respecto a la seguridad es valorada por el 56.62 % como “alta”, tan solo el 5.86% como “baja” y en menor

proporción (1%) como “muy baja”. Se logra observar que los porcentajes mayoritarios corresponden a indicar una calidad de servicio “regular” y “alta” (mayor al 93% de la calificación total), lo cual favorece a la empresa en calificación a la seguridad mostrada por la empresa de transportes Móvil Bus Lima, 2022.

Factores determinantes de la calidad

Tabla 10

Correlación entre la percepción de la calidad y la calidad resultante según los diferentes factores

Factores	Significancia bilateral	Coefficiente rho de Spearman
Tangibilidad	,000	,606**
(Unidad vehiculares en buen estado)	,000	,742**
(Local apropiado)	,000	,718**
(Apariencia pulcra del personal)	,000	,775**
(Identificación adecuada del personal)	,000	,798**
Capacidad de respuesta	,000	,543**
Seguridad	,000	,502**
(Elementos de seguridad en la unidad vehicular)	,000	,761**
(Capacitación del personal en respuesta a un accidente o robo)	,000	,701**
Empatía	,000	,437**
Fiabilidad	,000	,315**

Fuente: Data de la calidad de servicio en la empresa de transportes interprovincial de pasajeros Movil Bus (Anexo 4.3)

** La correlación es significativa al 1%.

De la Tabla 10, es observable que, es el factor tangibilidad como primer factor determinante de la calidad de servicio, seguido de la capacidad de respuesta y la seguridad, con coeficientes rho de Spearman de 0,606, 0,543 y 0,502 respectivamente, son significativos al 1% (sig. bilateral = ,000). En particular en cuanto al aspecto de tangibilidad, es de destacar la identificación adecuada y apariencia pulcra del personal (rho de Spearman de ,798 y ,775, significativos al 1% respectivamente), como aspectos que denotan confianza para los clientes,

lo cual está estrechamente relacionado con la seguridad; se suma a ello, lo relacionado a las condiciones seguras o buen estado de las unidades vehiculares (rho de Spearman de ,742, significativo al 1%); en complemento, esde destacar el tercer factor determinante referido a la seguridad relacionado a los riesgos en el transporte o ruta, preocupándose en primera instancia por los elementos de seguridadde la unidad vehicular en el viaje, siendo esto en específico el tercer aspecto más importante para los clientes (rho de Spearman de ,761, significativo al 1%), como último aspecto en específico se tiene a la capacitación del personal ante accidentes o robos (rho de Spearmande,701, significativo al 1%).

Diagnóstico de la gestión del conocimiento según el ciclo de producción

Tabla 11

Entrevista realizada al Gerente de Finanzas y Administración de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima - 2022

Indicador	Respuesta/ Interpretación
Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido	La Gerencia de Finanzas y Administración manifiesta que la empresa se vio en la necesidad de modernizar e implementar estrategias tecnológicas organizacionales debido a las actuales exigencias del mercado del transporte, adecuando sus necesidades a los lineamientos de TIC y capacitaciones programadas de su uso. El indicador destaca los principales factores para la gestión del conocimiento, que incluye el compromiso del equipo directivo, focalizar las implicaciones de la gestión del conocimiento y su implantación en la empresa, tal como la Gerencia de Finanzas y Administración ha venido implementando, aunque no muy satisfactoriamente (tal como se detallará en las tablas siguientes), adicional a ello la aplicación la aplicación de TIC requiere trabajar al menos a nivel de los colaboradores, equipos y organización en conjunto, considerando prioritario la implementación de estrategias tecnológicas organizacionales, los sistemas de información, la estructura organizativa, la gestión del personal y la comunicación entre áreas.

<p><i>Empowerment</i> y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente</p>	<p>La empresa de transportes Movil Bus es consciente de que la transferencia y difusión de conocimientos entre las distintas áreas de la empresa requiere mucho tiempo, pero manifiestan que las ideas de la dirección son debidamente aceptadas y los cambios se reflejan en los resultados. Al respecto el conocimiento adquirido por los colaboradores es aplicado en las labores habituales por los colaboradores, lo que permite la mejor toma de decisiones y resolución de problemas de la atención al cliente, este <i>empowerment</i> del conocimiento permite su reutilización, para ello es importante mantener un proceso estructurado para la gestión estratégica de la innovación en TIC, para asegurar que la transferencia y difusión de conocimientos sea rápida y eficaz.</p>
<p>Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido.</p>	<p>Respecto a la transferencia y distribución del conocimiento, la empresa Movil Bus indica que cuenta con recursos materiales (materias primas, servicios, equipos e instalaciones), recursos humanos (plana directriz y experiencia de los colaboradores), recursos tecnológicos (herramientas de telecomunicaciones e información al servicio de la empresa). Lo mencionado indica que el conocimiento es adquirido en mayor parte mediante la experiencia y la interacción con otros colaboradores, el uso de la tecnología aplicada facilita la interacción entre trabajadores, pero no asegura que las reuniones generen una retroalimentación que beneficie a la empresa.</p>

Fuente: Guía de entrevista dirigida al gerente de Finanzas y Administración de la empresa de Transportes Movil Bus, Lima, 2022. (Anexo 4.2)

Tabla 12

Entrevista realizada al Gerente de Comercial de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022

Indicador	Respuesta/ Interpretación
<p>Acceso y almacenamiento de la información generada</p>	<p>Al respecto de este indicador la empresa usa canales de comunicación formal escrita para transmitir la información oficial a través de correos electrónicos o WhatsApp grupal, donde los gerentes tienen la responsabilidad de transmitir las decisiones de su respectiva gerencia. Este acceso a información personalizada debería incluir a un grupo de herramientas, tales como las constituidas en un blog corporativo, como buscadores propios, directorios donde es permisible localizar a los gerentes de cada área y emplear su conocimiento para realizar mejores prácticas de atención al cliente, promoviendo el acceso a la información generada y al diálogo.</p>

Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido	La distribución del conocimiento dentro de las TIC de aplicación en el área comercial se encuentra el hardware, las redes del sistema y las bases de datos que contienen la información en sí, que permiten el intercambio electrónico de información entre las áreas de la empresa. La gestión del conocimiento también interviene en el desarrollo y aprovechamiento de los recursos tangibles (infraestructura, materiales, maquinaria, entre otros como equipos informáticos), para ello el área Comercial de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima se sustenta en tales equipos para efectuar la distribución del conocimiento enfocándose en cómo estos recursos favorecen la labor de los colaboradores y que tales TIC deben tener un software con acceso a un registro rápido y simple de los datos de los pasajeros según los requerimientos de cada área.
---	--

Fuente: Guía de entrevista dirigida al Gerente Comercial de la empresa de Transportes Movil Bus, Lima, 2022.(Anexo 4.2)

Tabla 13

Entrevista realizada al Gerente de Recursos Humanos de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022

Indicador	Respuesta/ Interpretación
Adquisición y producción de conocimiento por los colaboradores mediante percepciones y experiencias	Al respecto del indicador, la empresa Movil Bus capacita al nuevo personal de acuerdo al tipo de labor de desempeñará en su respectiva área, incluyendo técnicas visuales, auditivas y sociales. Para la formación y retroalimentación la empresa está mejorando los mecanismos de comunicación en el proceso de retroalimentación para generar un impacto tanto en el colaborador como en su equipo de trabajo que se evidenciará en el rendimiento y relación con su entorno laboral, siendo conscientes del impacto positivo para la empresa del intercambio de información en el capital intelectual. Asimismo, la empresa manifiesta que mantienen una comunicación interna corporativa que permite un correcto flujo de comunicación entre todos los empleados para transferir información relevante, realizar las actividades más rápido y mayor eficiencia en la toma de decisiones; para ello las fases del proceso de gestión que ejerce la empresa se basan en las etapas de captura y/o creación del conocimiento, difusión y/o trasmisión del conocimiento y; adquisición y aplicación del conocimiento. Se obtuvo como resultado que el conocimiento prioritariamente es producido por las experiencias o generado mediante habilidades, diferenciado del conocimiento que es posible ubicar en los documentos debido a que actualmente la empresa no cuenta con un sistema o método que le permita plasmarlo para luego ser analizado y compartido, es decir el conocimiento tácito es el que predomina en la empresa.
Acceso y almacenamiento de la información generada	Los medios de comunicación empleados por la empresa para capturar el conocimiento son el correo electrónico y WhatsApp corporativo, donde la información es transmitida entre los gerentes de otras áreas a fin de generar un consenso en la toma de decisiones.

Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido	La empresa se muestra en proceso de evaluación e implementación de TIC con la finalidad de mejorar su infraestructura organizacional y agilizar la rapidez del servicio. Esta brecha está compuesta por adquisición tecnológica incorporada al capital, que, por lo expuesto, se debe desarrollar y dar seguimiento con un plan de renovación tecnológica que este alineado con la propuesta de mejora, con lo cual se asegure el acceso a tecnología que permita incentivar la gestión del conocimiento e innovación.
Empowerment y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	Al respecto, el área se encarga de la interacción entre la dirección de talento humano y la gestión del conocimiento, siendo responsable de adquirir, transferir y aplicar conocimiento a través de las TIC en beneficio de la empresa, donde las ideas innovadoras son bien adoptadas para el bien comercial de la empresa. La evaluación del rendimiento de la tecnología en la gestión del conocimiento para la organización Movil Bus, ayuda a identificar las principales brechas y elementos que deben estar presentes y alineadas en la propuesta de mejora.
Seguridad del conocimiento colectivo	La Gerencia de Recursos Humanos no cuenta con ninguna herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento. Esta seguridad del conocimiento debe ser valorada por la empresa como activos generados a partir de la transferencia efectuada mediante los diferentes <u>mecanismos TIC instituidos con el fin de evaluar su impacto en la atención al cliente.</u>
Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores	La empresa de transportes Movil Bus, se encuentra innovando en TIC pues considera que la empleabilidad de estas mejoras la creatividad e innovación (servicio, procesos y gestión) y mejora de habilidades de sus colaboradores, mediante un aprendizaje continuo e incentivando la lealtad de los trabajadores y la popularidad de la imagen de la empresa.
Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido.	El gerente de Recursos Humanos afirma que la empresa genera innovaciones, aprendizajes colectivos y disponibilidad de estos conocimientos, de este modo se mejoran las relaciones exteriores con los clientes, proveedores y colaboradores externos a favor de la empresa. Cuentan con los recursos materiales y humanos para garantizar el circuito económico de la empresa, no obstante, consideran que están en constante aprendizaje en cuanto a la tecnología para mejorar y poder garantizar una mejor transferencia del conocimiento a sus colaboradores.

Desarrollo de nuevas habilidades profesionales	La empresa manifiesta que el <i>know how</i> es una estrategia a implementar, debido a su importancia en la aplicación de TIC y obtener ventajas competitivas. No obstante, considera que no están completamente involucrados en el intercambio de conocimientos entre sus colaboradores para optimizar la calidad de servicio, por ejemplo, la carencia de capacitaciones por falta de tiempo, falta de inversión y solo recurrir a la atención de casos cuando se observa una baja constante de ventas o demasiadas quejas. Por lo expuesto, es necesario organizar un programa de capacitación en cultura y gestión de la innovación tecnológica que permita a los empleados desarrollar su pensamiento creativo, de esta forma el personal formado podrá evaluar servicios y procesos dentro de la empresa, especialmente en el área de TIC, aplicando los conocimientos y destrezas adquiridas, explorando mediante técnicas creativas y conocimientos adquiridos nuevas y eficientes maneras de brindar servicio al cliente con mejoras significativas que permitan fortalecer las creaciones proyectándolas a necesidades de clientes y mercados.
--	--

Fuente: Guía de entrevista dirigida al Gerente de Recursos Humanos de la empresa de Transportes MovilBus, Lima, 2022. (Anexo 4.2)

Tabla 14

Entrevista realizada al Gerente de Operaciones Logísticas de la empresa de Transportes Movil Bus de Lima – 2022

Indicador	Respuesta/ Interpretación
Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido	El gerente indica que su área de Operaciones Logísticas cuenta con <i>software</i> para poder visualizar las rutas, los procesos que se deben realizar antes de cada viaje, la geolocalización de los buses en ruta. Pero no cuentan con la tecnología necesaria para lograr una distribución del conocimiento entre otros colaboradores, lo cual constituye una barrera para la correcta transferencia del conocimiento.
<i>Empowerment</i> y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	El área en cuestión interactúa directamente con los clientes, sin embargo, se encarga de visualizar las rutas y la conformidad del viaje, de esta manera logran un nexo con los embarcadores intercambiando conocimiento, no obstante, considera que no están tan compenetrados con el resto de los colaboradores ya que ellos también deberían adquirir conocimiento extra para poder desenvolverse ante cualquier duda de los clientes.
Seguridad del conocimiento colectivo	Respecto a la seguridad del conocimiento colectivo, la gerencia no cuenta con una herramienta específica para evaluar la mejora continua, siendo un limitante para avanzar, en lo cual se debería invertir. La evaluación de la correcta disposición de los activos de conocimiento concebidos, debe ser verificada, si la información está siendo depurada de acuerdo a los periodos de generación definidos y su alineación, con la finalidad de valorar si el proceso se desempeña con los objetivos establecidos en la Propuesta de mejora basada en TIC, específicamente blog Corporativo, con lo cual se puede identificar si los conocimientos críticos y deseables que se están desarrollando o contribuyen a mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido.	El gerente manifiesta que como gerencia han propuesto la creación de un departamento exclusivo para manejo de TIC para poder tener nuevos alcances y lograr un mejor posicionamiento empresarial. Como área considera que no cuenta con los recursos tecnológicos para poder transferir su conocimiento hacia las demás áreas o hacer un feedback. Resaltando la necesidad de una TIC para poder realizar un monitoreo de las flotas, ver los daños y/o mantenimientos de estos, para lograr realizar su trabajo de manera más rápida y eficiente.
Desarrollo de nuevas habilidades profesionales	El gerente indica que su personal muchas veces no está del todo unido para poder intercambiar conocimientos, siendo la principal razón la falta de disposición de tiempo para tomar acciones, el desacuerdo o desaprobación de las demás áreas. Esta cultura organizacional resistente al cambio constituye otra barrera organizacional que se debe tener presente antes de iniciar una propuesta de mejora de la Gestión de conocimiento, para instaurar adecuadamente nuevos valores y compañerismo para que los colaboradores reconozcan el valor del aprendizaje colaborativo, tener objetivos claros, disciplina y sobre todo el objetivo, porque existe el riesgo de que se quede en una intención.

Fuente: Guía de entrevista dirigida al Gerente de Operaciones Lógicas de la empresa de Transportes MovilBus, Lima, 2022. (Anexo 4.2)

5.1 Propuesta de mejora

La propuesta de mejora de la gestión del conocimiento se soporta en un blog corporativo de opinión del cliente, enfatizando en la generación de información relacionada con los factores determinantes de la calidad del servicio. Teniendo en cuenta las principales barreras de la aplicación reveladas en la entrevista y desarrollo de la gestión del conocimiento y la estrategia de las principales gerencias involucradas para garantizar que su funcionamiento favorezca la calidad del servicio ofrecido.

El proceso de aplicabilidad y desarrollo de un blog corporativo tiene como objetivo facilitar de forma sistemática el entorno laboral, que permita la generación, captura, distribución, aplicación, evaluación, mejora, transmisión y aprendizaje del conocimiento para que el área de Operaciones Logísticas de la empresa Movil Bus Lima pueda generar mejoras en el servicio al cliente, alineadas a sus estrategias corporativas. Sumado a ello, las tecnologías que el área gestiona como, sistemas de gestión de transporte, seguimiento y localización

(empleadas en la asignación de rutas, la programación de entregas, la gestión de flotas y conductores, monitoreo de la ubicación de los vehículos y el control de inventario), permiten alertar sobre innovaciones científicas o técnicas susceptibles de identificar, así como de oportunidades o amenazas en torno a las tecnologías que el área gestiona, como por ejemplo; el uso de técnicas avanzadas de análisis de grandes volúmenes de datos (Análisis de Big Data) permite identificar patrones, tendencias y oportunidades ocultas en la información recopilada, o el Internet de las cosas (IoT) mediante la interconexión de dispositivos a través de Internet que permite recopilar datos en tiempo real de diversas fuentes; lo cual permitirá desarrollar un plan de acceso a las fuentes de información y conocimiento compartido entre todas las áreas de la empresa.

La implementación del blog corporativo de la empresa de transportes Movil Bus Lima 2022 involucra la intervención oportuna de las distintas áreas de la Gerencia, detallándose los siguientes procedimientos estratégicos de acuerdo a las actividades y área de implicancia de cada gerencia en las fases de la gestión de conocimiento:

Gerencia Comercial: Es la parte más importante de la empresa, responsable de la gestión de departamentos, licitación y asignación de fondos de la empresa, donde se valorará la aprobación y desarrollo del blog corporativo, basándose en la seguridad del conocimiento compartido y la aplicación del mismo para optimizar la calidad de atención al cliente.

Recursos Humanos: Gerencia clave de la gestión del conocimiento para poder soportar correctamente las distintas funciones del desarrollo, aplicación del blog corporativo y evaluación del conocimiento de los empleados. Donde esta base de datos generada a partir del conocimiento de la opinión del cliente, además de gestionar a los trabajadores ya presentes en

la empresa, sirve de guía también para las potenciales incorporaciones.

Operaciones logísticas: En esta área se efectúa la publicidad del blog corporativo de la empresa de Transportes Movil Bus Lima, donde los clientes se enterarán de los beneficios, uso e implicancia del blog corporativo en su satisfacción como usuarios del servicio de transporte. Del mismo modo de la divulgación de la TIC dentro de la empresa y el correcto uso del blog corporativo por los colaboradores y gerentes para la generación, captura, distribución, aplicación, evaluación, mejora, transmisión y aprendizaje del conocimiento de la empresa Movil Bus Lima.

Finanzas y Administración: La gestión de conocimiento es esencial en esta área ya que le sirve para efectuar funciones como cumplimiento de obligaciones, planeación fiscal y emisión de reportes, al emplear el conocimiento generado mediante el blog corporativo destina los recursos económicos para la implementación de mejoras tangibles en respuesta a los requerimientos o quejas de los clientes.

Ante ello, en aspectos generales se propone que cada área de las gerencias siga acciones para el uso adecuado de las TIC, tales como; capacitación del personal para el uso adecuado del blog corporativo; incentivar a los colaboradores de cada área a cursos de actualización tecnológica según sus respectivas funciones; realizar el mantenimiento apropiado a las computadoras para un eficiente funcionamiento, rapidez y almacenamiento suficiente para toda la información de la empresa y salvaguardar la información adquirida en las distintas fases del conocimiento.

Para concretar esta propuesta se listó un conjunto de acciones concretas bajo los principales aspectos a considerar en la gestión del conocimiento, soportadas en un blog corporativo, como aspectos énfasis de deficiencia en la calidad del servicio a atender, se establecen estrategias y acciones para la implementación de un modelo de gestión del conocimiento orientado a fortalecer las competencias laborales de los colaboradores, según las fases de la gestión del conocimiento, tal como se muestra en la Tabla 15.

Tabla 15

Tabla de acciones de mejora propuestas para fortalecer las competencias laborales enfocadas en la gestión del conocimiento sustentadas en un blog corporativo para la empresa Movil Bus Lima

Fases de la gestión del conocimiento	Objetivo	Metodología	Detalle de acciones concretas
Generar conocimiento	Crear contenido informativo	Producir información relevante de los clientes mediante sus percepciones y experiencias	<ul style="list-style-type: none"> -Manejar un control actualizado del blog corporativo. -Realizar periódicamente copias de respaldo del código y base de datos del blog corporativo. -Construir bases de datos con información asociada al servicio y la opinión de la cliente conceptualizada en el blog corporativo.
Capturar el conocimiento	Establecer una plataforma virtual de almacenamiento de las habilidades, conocimientos, experiencias, incentivos y reconocimientos adquiridos por los trabajadores.	Fortalecimiento de las competencias tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> -El blog corporativo debe contar con una base de datos con la información de cada colaborador en las competencias funcionales y organizacionales definitivas por la empresa. -Registrar en el blog corporativo las acciones y actividades que permiten un desempeño sobresaliente en atención al cliente. -Documentar y mantener un archivo de lecturas semanales en el blog corporativo que aporten al conocimiento de la atención al cliente y que admitan la participación en foros y debates. -Transmitir conceptos de nueva creación y mejoramiento de habilidades, mediante la planificación y ejecución de presentaciones en la interfaz del blog corporativo accesible y simplificado para cada área.
Compartir el conocimiento	Implementación de estrategias tecnológicas organizacionales, compatibilidad entre los sistemas de información y la estructura organizativa.	Hacer uso de los canales de comunicación interna para favorecer el intercambio del conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar los temas clave que abordará en el blog corporativo, relacionados con la implementación de estrategias tecnológicas, sistemas de información, estructura organizativa, gestión del personal y comunicación entre áreas. -Analizar los sistemas y software de la empresa Movil Bus Lima y realizar verificaciones de compatibilidad previas a la implementación del blog corporativo. -Contar con un área específica de operaciones logísticas de conexión de red local para que exista conexión entre el sistema y la base de datos del blog corporativo.

			-Adecuar cuatro aspectos a las respectivas gerencias para compartir el conocimiento: transacción e inversión, integración y compañerismo, experto y mercadeo, y trabajo colaborativo.
Aplicar el conocimiento	Descentralizar la responsabilidad del conocimiento	Interacción de la estructura organizacional, la cultura, el liderazgo y las actitudes de los trabajadores	-Establecer un modelo teórico de gestión del conocimiento adaptado a cada gerencia y su involucramiento en el blog corporativo. -Contar con espacios de debate en el blog corporativo en los cuales fluyan opiniones y aportes de los gerentes y colaboradores. -Formar un entorno de trabajo donde se permita la demostración a través de la práctica de formas de realizar una actividad, y se compartan experiencias de aquellos que poseen conocimientos con respecto a una actividad.
Evaluar el conocimiento	Evaluar la correcta transferencia y disposición de los activos de conocimiento concebidos	Espiral de la interacción entre conocimiento tácito y explícito.	-Definir procesos claros y estructurados para la documentación y registro del conocimiento, asegurando que el conocimiento tácito se convierta en conocimiento explícito de manera efectiva, se debe incluir la creación de manuales, guías, bases de conocimiento o repositorios de información. -Disponer de personal y equipos de trabajo especializados en TIC, que servirán para identificar áreas de mejora y reconocer buenas prácticas. -Capacitación y asesoramiento formal del capital humano para el uso del blog corporativo. -Medir la frecuencia de interacciones, la calidad de la documentación generada, el nivel de participación de los empleados, entre otras métricas de información
Mejorar el conocimiento	Controlar el ciclo de retorno de experiencias y habilidades	Valorización de la base inicial	-Metodologías, instrumentos y biblioteca de propuestas e informes documentados de solución de problemas o quejas de los clientes plasmados en el blog corporativo. -Documentación y resúmenes de las experiencias y conocimientos adquiridos o mejorados. -Enriquecimiento de los expertos.
Difundir el conocimiento	Garantizar una mejor transferencia y retroalimentación del conocimiento a sus	Estructurar estrategias de difusión del conocimiento sin Interrupciones	-Utilizar los canales de comunicación de la empresa, como intranet, correos electrónicos o boletines informativos, para difundir el contenido del blog corporativo entre los empleados -Resumir y categorizar el conocimiento pertinente y eficaz para cada caso de conflicto

	colaboradores.		<p>en la atención al cliente, correspondiente a las competencias organizacionales y funcionales de cada área.</p> <p>-Contratar de expertos internos o externos para realizar las capacitaciones correspondientes al conocimiento transmitido en el blog corporativo (sugerencia para las gerencias en análisis con gestión humana para establecer el plan de formación y difusión)</p>
Aprender del conocimiento	Valorar y diagnosticar objetivamente la gestión del conocimiento	Evaluación del conocimiento e indicadores generales relacionados a la gestión del conocimiento en asesoramiento y participación de colaboradores	<p>-Estructurar estrategias de aprendizaje de los colaboradores en sus respectivas áreas de atención.</p> <p>-Promover actividades de aprendizaje como la síntesis de lectura de artículos del blog corporativo donde se expresen conocimientos de las expectativas y percepciones del cliente y como optimizar la atención de estas.</p> <p>-Establecer una línea base y evaluar mediante comparaciones de resultados.</p> <p>-Registro mensual del conocimiento referido a las competencias funcionales y organizacionales gestionadas por los gerentes y colaboradores a partir del blog corporativo de opinión del cliente, se propone la elaboración del registro bajo los siguientes indicadores: cantidad de asistencias solicitadas/ cantidad de asistencias solucionadas; cantidad de buenas prácticas en servicio al cliente detectadas o compartidas / cantidad de buenas prácticas de servicio al cliente comunicadas y reconocidas; cantidad de registros de artículos compartidos referentes a la calidad del servicio/ cantidad de artículos analizados y sintetizados en el blog corporativo; cantidad de conocimientos nuevos compartidas/cantidad de conocimientos desarrollados; inversión en asesoramiento/ incremento de productividad; cantidad de registros de conocimientos nuevos/cantidad de conocimientos aplicados.</p>

Fuente: propia

La gestión del conocimiento basado en un blog corporativo de opinión del cliente se propone como proceso holístico y circular que no se muestra por etapas exigentes de gestión, por ello, se sugiere que la revisión mensual de gestión permanezca y se logren establecer en otros procesos de la organización corporativa, de acuerdo a los programas que se tienen establecidos en el cronograma (Tabla 16)

Tabla 16

Tabla de cronograma de acciones de mejora enfocadas en la gestión del conocimiento sustentadas en un blog corporativo de opinión del cliente para la empresa Movil Bus Lima

Propuesta de intervención	Meses de trabajo									
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	
Incorporación a la gestión del conocimiento sustentada en un blog corporativo de opinión del cliente, caracterización de los colaboradores, diseño de estrategias y cultura organizacional y asignación de roles.										
F a s e s										
d e										
l a										
G C										
Aprendizaje del conocimiento										

Fuente: elaboración propia

Una vez se implementan las actividades anteriores, se podrá generar un resultado de la intervención del blog corporativo que influye en la generación de valor para la empresa Movil Bus Lima, de tal manera que pueda mejorar las deficiencias halladas en la calidad de servicio brindada por la empresa.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El análisis de la calidad del servicio estuvo definido por las dimensiones del modelo Servqual valorados de acuerdo a la escala de Likert y según los factores claves o determinantes, resultantes de la relación entre estos y la percepción general de los clientes, que, de acuerdo con Aranibar et al. (2017), brindó resultados sobre las deficiencias en la calidad del servicio en cada dimensión, fueron identificadas como la falta de una rápida resolución de preguntas y reclamos que inciden en el pasajero (33% de encuestados la califica como “regular” a “baja”), la inseguridad que sienten los pasajeros de llevar a salvo y a tiempo a su destino (26% de encuestados la califica como “regular” a “baja”) y la apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal (55% de encuestados la califica como “regular” a “baja”) respecto a las dimensiones de capacidad de respuesta, seguridad y tangibilidad respectivamente; no obstante, en lo referente a la dimensión de empatía y fiabilidad, en contraste con la investigación de Aranibar et al. (2017), se obtuvieron resultados favorecedores en la atención brindada, siendo considerada como “alta” (48.49% para empatía y 60.30 % para fiabilidad). Ante ello, se ratifica lo argumentado por Morocho y Rodríguez (2019) respecto a la propuesta de mejora a la calidad del servicio mediante la aplicación de una gestión de conocimientos a los colaboradores del servicio de transporte para optimizar el servicio brindado a los pasajeros basado en un blog corporativo de opinión al cliente.

A partir de los hallazgos encontrados empleando la gestión de conocimiento se evidenció que la eficacia del servicio de calidad al cliente está asociada con la ausencia de procesos de gestión de conocimiento estructurados, deficiente gestión de ideas y falta de mecanismos para el cuidado de los activos intelectuales que se generan en la empresa de transportes, tal como lo argumentó Mejía (2014), actividades que se ven reflejadas en la calidad de atención al cliente, lo cual limita a la Empresa de Transportes Movil Bus para incrementar

sus ventas (por la deserción de clientes y la insatisfacción por el servicio recibido) y reducción de utilidades resultante del bajo rendimiento de los principales activos de toda empresa (recursos humanos y sus conocimientos).

Para realizar un análisis sobre la adquisición y producción de conocimiento por los colaboradores mediante percepciones y experiencias se realizaron entrevistas a los gerentes de las principales áreas de la empresa de transportes Movil Bus, donde se realizan capacitaciones al personal de ingreso acorde a las actividades que desempeñará, incluyendo técnicas visuales, auditivas y sociales, como lo indica Mejía (2014), mediante la aplicación de un blog corporativo basado en la opinión del cliente estos conocimientos se adoptan, transmiten, mejoran y retroalimentan las habilidades de obtener información para luego incorporarla a la empresa.

En lo que respecta al acceso y almacenamiento de la información generada, la entrevista demostró lo argumentado por Cano et. al (2012), donde los resultados de la investigación indican que la aplicación de canales de comunicación son responsabilidad de las gerencias, y que dicho acceso debe contar con herramientas, tales como las constituidas en un blog corporativo, como buscadores propios, directorios donde es permisible localizar a los gerentes de cada área y emplear su conocimiento para realizar mejores prácticas de atención al cliente y generar un consenso en la toma de decisiones.

Respecto a la distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y las herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento, a partir de los resultados se evidenciaron que la eficacia de la gestión del conocimiento está asociada con las posibilidades comunicativas que plantea el blog corporativo en los procesos de enseñanza-aprendizaje haciendo posible crear espacios institucionales para transmitir información y, consecuentemente, crear conocimientos basados en los resultados de la labor

cotidiana, investigaciones, desarrollo productivo e intereses sociales, por lo que, resultó necesario proponer el uso de un blog corporativo de opinión del cliente, tal como lo refiere Cano et. al (2012) y Acosta (2019), pues una adecuada herramienta tecnológica permite establecer el direccionamiento estratégico adecuado hacia metas claras de la empresa, constituyendo una transferencia de conocimientos organizativos. Adicional a ello, el indicador destaca los principales factores para la gestión del conocimiento, como el compromiso del equipo directivo en focalizar las implicaciones de la gestión del conocimiento y su implantación en la empresa, desarrollo, innovación y aprovechamiento de los recursos tangibles (infraestructura, materiales, maquinaria, entre otros como equipos informáticos) enfocándose en cómo estos recursos favorecen la labor de los colaboradores y que tales TIC deben tener un software con acceso a un registro rápido y simple de los datos de los pasajeros según los requerimientos de cada área.

Como lo hace notar Acosta (2019), el *empowerment* y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente de la empresa Movil Bus es aplicado en las labores habituales de los colaboradores, lo que permite la mejor toma de decisiones y resolución de problemas de la atención al cliente, este *empowerment* del conocimiento permite su reutilización, para ello es importante mantener un proceso estructurado para la gestión del conocimiento de la innovación en TIC, no obstante, algunas áreas no están tan compenetradas con el resto de los colaboradores, como el área de logística, que se encarga de visualizar las rutas y la conformidad del viaje, para lo cual se propone el uso del blog corporativo para sustentar el intercambio de comunicación entre todas las áreas y así, los colaboradores de interacción directa con el cliente logren desenvolverse ante cualquier duda de los clientes aplicando en conocimiento transmitido por las otras áreas.

Los resultados, además exponen, un bajo nivel de seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa de transportes Movil Bus, ello debido a la ausencia de herramientas tecnológicas específicas para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento y mejora continua, siendo un limitante para avanzar en la mejora de atención al cliente. Para una mejor comprensión de la eficacia de la gestión del conocimiento basado en la integración de un blog corporativo se planteó la valoración de los activos generados mediante el establecimiento de una línea base y evaluarla mediante comparaciones de resultados, así como un registro mensual del conocimiento referido a las competencias funcionales y organizacionales gestionadas por los gerentes y colaboradores a partir del blog corporativo de opinión del cliente, tal como lo sustentado por Arriola (2021).

Respecto a la transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido; y la creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones, la empresa Movil Bus cuenta con recursos materiales (materias primas, servicios, equipos e instalaciones), recursos humanos (plana directriz y experiencia de los colaboradores), recursos tecnológicos (herramientas de telecomunicaciones e información al servicio de la empresa), lo cual coincide con lo mencionado por Arriola (2021), que el conocimiento es adquirido principalmente mediante la experiencia y la interacción con otros colaboradores, donde el uso de la tecnología aplicada (blog corporativo de opinión del cliente) facilita la interacción entre trabajadores.

De acuerdo con los resultados sobre el desarrollo de nuevas habilidades profesionales, estos guardan relación con lo que sostienen Cano et. al (2012) y Acosta (2019), donde señalan que implementar gestión de conocimientos en una organización tiene mucho que ver con el nivel de servicio brindado, por ello se establece la propuesta de mejora para llevar el *know how* como

una estrategia corporativa, no obstante, es necesario el involucramiento en el intercambio de conocimientos entre sus colaboradores para optimizar la calidad de servicio, y mitigar futuros inconvenientes por falta de compromiso, como la carencia de capacitaciones por falta de tiempo, falta de inversión y solo recurrir a la atención de casos cuando se observa una baja constante de ventas o demasiadas quejas.

La propuesta del uso de un blog corporativo de opinión del cliente como sustento de la gestión del conocimiento, permitirá la comunicación de los usuarios de la misma red en tiempo real con los colaboradores, además de compartir, socializar e intercambiar la información, como lo argumenta Aranibar et. al (2017) y Colca (2015), en la plataforma del blog corporativo es posible mejorar los complementos utilizados y se desarrollaron otros que se ajustarán a las necesidades del cliente, no solo como un medio de comunicación sino también como fuente de conocimientos y recursos para el aprendizaje de percepciones y expectativas que en muchos casos serán consultadas y la constante actualización sobre todo lo que sucede en lo relacionado a la atención del cliente.

VI. CONCLUSIONES

✓ La calidad del servicio al cliente de la empresa de transportes Movil Bus Lima 2022, evaluada según las dimensiones del estado Servqual y valoradas de acuerdo a la escala de Likert demostraron que la calidad de servicio respecto a la empatía es considerada como “alta” y “regular” por más del 80%; lo referente a la dimensión de fiabilidad mostró que los porcentajes mayoritarios fueron de “regular”, “alta” (mayor al 90% de la calificación total); en cuanto a la dimensión de tangibilidad casi el total de clientes (95.48%) la calificó como “regular” y “alta”; la dimensión de capacidad de respuesta fue valorada por el 56.62 % como “alta”; y para la dimensión de seguridad fue valorada por el 56.62 % como “alta”. No obstante, las deficiencias determinantes en la calidad del servicio en cada dimensión, fueron identificadas como la falta de una rápida resolución de preguntas y reclamos que inciden en el pasajero (33% de encuestados la califica como “regular” a “baja”), la inseguridad que sienten los pasajeros de llevar a salvo y a tiempo a su destino (26% de encuestados la califica como “regular” a “baja”) y la apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal (55% de encuestados la califica como “regular” a “baja”) respecto a las dimensiones de capacidad de respuesta, seguridad y tangibilidad respectivamente.

✓ Se logró evidenciar, mediante entrevistas, que la empresa de transporte Movil bus Lima 2022, expone principales deficiencias en la gestión del conocimiento en las fases de: captura del conocimiento debido a la ausencia de canales de comunicación, bases de datos y herramientas útiles para el almacenamiento de la información; aplicación del conocimiento, dado que no todas las áreas están interconectadas con el resto de los colaboradores, como el área de logística, que se encarga de visualizar las rutas y la conformidad del viaje, evitando que los colaboradores de interacción directa con el cliente logren desenvolverse ante cualquier duda

de los clientes; evaluación del conocimiento, mostrando un bajo nivel seguridad y valoración del conocimiento colectivo, ello debido a la ausencia de herramientas tecnológicas específicas para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento y mejora continua; y el aprender del conocimiento, donde el involucramiento en el intercambio de conocimientos entre sus colaboradores muestra falta de compromiso, carencia de capacitaciones por falta de tiempo, falta de inversión y el recurrir a la atención de casos únicamente cuando se observa una baja constante de ventas o demasiadas quejas.

✓ Por lo expuesto, en la propuesta de mejora de la gestión del conocimiento soportado en un blog corporativo de opinión del cliente, fue necesario organizar un programa de capacitación en cultura y gestión de la innovación tecnológica que permita a los gerentes y empleados desarrollar su pensamiento creativo, de esta forma el personal formado podrá evaluar servicios y procesos dentro de la empresa de acuerdo a las percepciones y expectativas del cliente; aplicando los conocimientos y destrezas adquiridas; eficientes maneras de brindar servicio al cliente con mejoras significativas que permitan fortalecer el servicio proyectándolo a las necesidades de clientes y mercados. La gestión del conocimiento planteada apela a la cultura organizacional de intercambio de conocimientos, para instaurar adecuadamente nuevos valores y compañerismo para que los colaboradores reconozcan el valor del aprendizaje colaborativo, tengan objetivos claros y disciplina que facilite administrar las tecnologías que sustenten a los planes estratégicos y operativos de la organización respecto a la calidad de servicio al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

✓ Se recomienda a la Empresa de Transportes Móvil Bus Lima aplicar y analizar de manera más profunda el modelo SERVQUAL de evaluación de calidad del servicio al cliente, teniendo como base el presente diagnóstico e implementar una mejora continua en sus dimensiones; convirtiendo las deficiencias en fortalezas ante los competidores formales e informales. Dado que los consumidores prevén que la empresa vele por sus intereses y percepciones, se recomienda que la organización fomente y forme a su personal para que interactúe con los clientes e informe con claridad sus responsabilidades y roles a desempeñar, del mismo modo motivarlos mediante la aplicación de la Gestión del conocimiento con capacitaciones continuas a cargo de expertos y gerentes de la empresa, incluyendo jornadas de integración y programas de incentivo, reconocimientos y recompensas; para mitigar las brechas actuales en la dimensión de seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

✓ Se recomienda a la gerencia adoptar las acciones de la gestión del conocimiento y transmitir las en la empresa, es decir fomentar la generación de conocimiento luego asegurar que este sea capturado y compartido, para que distribuirse en la empresa brindando facilidades para que sea aplicado y por último evaluado y mejorado como un bien importante de la organización para posteriormente hacer uso de este y poder optimizarlo como una metodología de trabajo y fomentar la colaboración entre sus miembros.

✓ La gerencia debe entender y transmitir la importancia de la gestión del conocimiento dentro de la empresa, para que de este modo se proponga dentro de sus metas implementar el blog corporativo de opinión del cliente que acceda a un correcto desempeño laboral, que si bien presenta un costo en la implementación debe considerarse como una inversión más no un gasto.

✓ Considerar la activación del blog corporativo como una herramienta práctica y asequible para adquirir retroalimentación directa, entender y profundizar sobre las preferencias y necesidades del usuario, tal como el establecimiento de una conexión para que se comprenda la evolución de los negocios, mejoras en el servicio y comunicación de la organización en general. De igual manera, se recomienda efectuar indagaciones continuamente en busca de nuevas y más actualizadas TIC que permitan a la empresa priorizar sus actividades de mejora.

VIII. REFERENCIAS

- Acosta, P. (2019). *Implementación de un software de gestión de los procesos de transporte para mejorar la calidad de atención de los clientes de la empresa de Transportes & Servicios Atlantic Peru S.A.C.* [Tesis para Bachiller, Universidad Científica del Sur]. Repositorio de la Universidad Científica del Sur. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/1005>
- Alba, J. y Jiménez, O. (2021). Estrategias y métodos para la gestión del conocimiento de acuerdo con los requisitos NTC-ISO 30401:2019. *SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(2), 72- 76. <https://doi.org/10.15332/24631140.6672>
- Alcantara, M. y Vasquez, N. (2019). *Modelo Servqual para la calidad de servicio en la empresa de transportes línea S.A – Cajamarca, 2019.* [Tesis de titulación, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/976/TESIS%20MOD ELO%20SERVQUAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Antúnez, V. (15 de enero de 2014). El 77% del transporte interprovincial es informal. El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/peru/77-transporte-interprovincial-informal-165058-noticia/>
- Briceño, B., Strand, K. y Marshall, M. (20 de febrero de 2020). La gestión del conocimiento: recursos y oportunidades. <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/gestion-conocimiento-recursos/>
- Cahua, A. (2018). *Calidad del servicio y fidelización del cliente en la empresa de transportes flores hermanos S.R.L. cercado de lima. 2018.* [Tesis de titulación, Universidad Privada TELESUP]. Repositorio de la Universidad TELESUP. <https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/51/1/CAHUA%20ORTIZ%20ALAN%20YEN.pdf>

- Camacho, M. (2018). *Transportes turísticos*. StuDocu.
<https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-3111.pdf>
- Cano, D., Guzmán, D., Dieguez, Y. y Matías, Y. (2012). El uso del blog en la gestión del conocimiento. *RCCi*, 3(6), 1994-1536.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=378343678007>
- Carrillo, M. (2018). *Gestión de conocimiento*. [Tesis de maestría, Instituto Tecnológico de Orizaba]. Gestionpolis. <https://www.gestiopolis.com/el-ciclo-de-la-gestion-del-conocimiento/>
- Chávez, C., Quezada, R. y Tello, D. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú*. [Tesis para Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9587/C_HAVEZ_QUEZADA_CALIDAD_INTERPROVINCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Colca, J. (2019). *El Cuadro de mando integral como herramienta de gestión estratégica de una empresa interprovincial de transporte de pasajeros Caso: Empresa De Transportes Del Carpio S.R.L.* [Tesis para Título, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNSA.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2178/COcopijc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comisión de Transportes y Comunicaciones. (2019). *Evaluación de la problemática de los terminales terrestres informales para identificar los vacíos legales que permiten su funcionamiento*. <https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2018/Transportes/files/24sesionordinaria/informeterminales.pdf>
- Concha, J. (9 de abril de 2020). *El transporte público en Colombia: estos son sus retos para*

ser exitoso. <https://blogs.iadb.org/transporte/es/el-transporte-publico-en-colombia-estos-son-sus-retos-para-ser-exitoso/>

Conde, Y. (2020). *Gestión del conocimiento y su influencia en la creación del valor compartido*, Comas, 2017. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Federico Villareal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/4563/CONDE%20BELTRAN%20YURI%20VANESSA%2020DOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Corcino-Barrueta, F., Chamoli-Falcom, A., Otalora-Martinez, C. y Melgarejo-Figueroa, M. (2021). El modelo sistémico de aprendizaje y enseñanza, como apoyo en la inserción laboral, *Investigación Valdizana*, 15(1). https://www.redalyc.org/journal/5860/586066115004/html/#redalyc_586066115004_ref53

Croce, A. (2012). *Los estándares de Calidad Organizacional*. Fundacion SES, 1. <https://www.yumpu.com/es/document/read/12469205/estandares-de-calidad-organizacional-fundacion-ses>

Dalkir, K. (4 de marzo de 2011). *La gestión del conocimiento en teoría y práctica*. Triple AD. <https://triplead.blog/2017/05/24/fases-del-ciclo-de-gestion-del-conocimiento-de-dalkir-en-60-segundos/>

Duque, J., y Rodríguez, C. (2011). Perceived service quality in electronic commerce: An application. *INNOVAR*, 89-98.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512011000400008

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 0121-5051. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Egg, A. y Hernandez, S. (19 de noviembre de 2011). *Tipos de Investigación. Según: Ander-Egg, Hernández y otros.* Tesis de investigación.

<https://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/11/tipos-de-investigacion-segun-ander-egg.html>

Elementos de seguridad en el autobús. (3 de diciembre de 2015). Industri- Equipamientos de

Trenes y Autocares. <https://www.industri-sl.com/blog/elementos-seguridad-autobus/>

Escudero, M. (2012). *Comunicación y Atención al cliente*. Paraninfo S.A. <https://libros.vip/comunicacion-y-atencion-al-cliente/>

EVA. (2021). Gestión del conocimiento. <https://www.funcionpublica.gov.co/es/web/eva/doble-ciclo-de-gestion>

Galviz, G. (2011). Calidad en la Gestión de Servicios. Vereda del Lago. <https://studylib.es/doc/6105871/calidad-en-la-gesti%C3%B3n-de-servicios>

García, M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. ProQuest. https://www.academia.edu/36240717/Gesti%C3%B3n_de_la_atenci%C3%B3n_al_cliente_consumidor_UF00_Pg_90_101_

García-Pintos, A., García. J. y Piñeiro, P. (2006). Incidencia de las Políticas de Recursos Humanos en la transferencia de conocimiento y su efecto sobre la innovación. *European Academy*, 16(1), 149-163. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120089007.pdf>

Hernández, H., Barrios, I., y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 184. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6ta ed.). Interamericana Editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Islas, V. y Lelis, M. (2007). Análisis de los sistemas de transporte. *IMT*, 1(307), 0188- 7297. <https://www.imt.mx/archivos/publicaciones/publicaciontecnica/pt307.pdf>

Jimenez, W. y De La torre, C. (2020). *Calidad del servicio para la satisfacción del cliente de la*

- empresa Efpervig Cía. Ltda.* [Tesis de titulación, Universidad Técnica de Ambato].
Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31166>
- Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre LEY N° 27181(6 de
septiembre del 2020). Congreso de la República. [https://www.sutran.gob.pe/wp-
content/uploads/2020/06/Ley-N-27181-Ley-General-de-Transporte-y-
Tr%C3%A1nsito-Terrestre.pdf](https://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2020/06/Ley-N-27181-Ley-General-de-Transporte-y-Tr%C3%A1nsito-Terrestre.pdf)
- LLantoy, V. (2020). *Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte público de pasajeros: caso empresa Chasqui Expres S.R.L del distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2019.* [Tesis de Bachiller, Universidad Católica los Angeles Chimbote]. Repositorio Institucional Uladech.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19666>
- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Edición Digital, Creative Commons.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, (34), 1994- 3733.
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- McKinsey Global Institute. (Agosto de 2011). *Construyendo ciudades competitivas: La clave para el crecimiento en América Latina.* StudyLib.
[https://studylib.es/doc/5916970/construyendo-ciudades-competitivas--la-clave-para-
el-crec](https://studylib.es/doc/5916970/construyendo-ciudades-competitivas--la-clave-para-el-crec)
- Merzthal, J., Wakabayashi, J. y Talledo, H. (2017). Capital Humano y Generación de Valor en la Empresa. *GECONTEC*, 5(1).

<https://www.upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/2792/pdf>

Merzthal, J., Wakabayashi, J. y Talledo, H. (2017). Capital Humano y Generación de Valor en la Empresa. *GECONTEC Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, (1), 2255-564.

<https://www.upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/2792/pdf>

Mora, C. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Remark*.10(2), 145-148.

https://www.researchgate.net/publication/271266656_La_Calidad_del_Servicio_y_la_Satisfaccion_del_Consumidor

Morocho, H. y Rodríguez, J. (2019). *La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues*. [Tesis de Titulación, Universidad Politécnica Salesiana]. Archivo digital.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>

Narro, C. (2011). Los blogs corporativos en las empresas españolas. uso y papel que desempeñan en la estrategia comunicativa ante la irrupción de las redes sociales. *Redmarka*, 3(7).

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4126648.pdf&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Nichols Miranda, P. (2015). Inseguridad y victimización en el transporte público urbano. *Temas Sociales*, (36), 413-5720.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152015000100002&lng=es&nrm=iso

Norma Técnica Guatemalteca. (4 de julio 2014). Comisión Guatemalteca de Normas Ministerio de Economía.27-32.<http://onset.transito.gob.gt/index.php/biblioteca-virtual/Biblioteca/NORMA%20ISO%2039001/04%20NTG-ISO-IEC%2039001->

2012%20SEGURIDAD%20VIAL.pdf/detail

Palaes Leon, O. (2005). *Hacia la calidad de los servicios de las empresas contratistas de Telefónica del Perú*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2722>

Pastor, G. (2017). *Medios De Transporte Urbano*. Uncuyo. <https://ingenieria.uncuyo.edu.ar/catedras/u1-medios-de-transporte-urbano.pdf>

Pereira, H. (2011). Implementación de la Gestión del Conocimiento en la empresa. *Éxito Empresarial* (135), 1-6. https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_135_310111_es.pdf

Perez, M. (2013). La producción del conocimiento. *Enlace*, 10(1), 21-30. <https://www.redalyc.org/pdf/823/82326270003.pdf>

Pincay-Morales, Y. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3). <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/viewFile/1341/2340>

PMK Digital Learning. (10 de diciembre de 2020). *La Gestión del Conocimiento como ventaja competitiva organizacional*. <https://pmkvirtual.com/blog/gestion-del-conocimiento/>

Redator Rock Content. (21 de julio de 2019). *Blog corporativo: descubre cómo utilizar esa poderosa herramienta a tu favor*. <https://rockcontent.com/es/blog/blog-corporativo/>

Rodriguez, P., Aibar, B. y Lima, L. (2012). El Cuadro de Mando Integral como Herramienta de Gestión Estratégica del Conocimiento. *PG&C*. 2(1) https://www.researchgate.net/publication/276949771_El_Cuadro_de_Mando_Integral_como_Herramienta_de_Gestion_Estrategica_del_Conocimiento

- Ruiz, E., Martínez, N. y Galindo, R. (2015). *Cuerpo académico “Interacciones y Aprendizajes Colaborativos en Ambientes Virtuales” con registro UDG-CA- 718*. Cenid AC. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/652184.pdf&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- San Martín de Porres: 17 muertos por incendio de bus en terminal informal Fiori*. (1 de abril de 2019). El Comercio. <https://elcomercio.pe/lima/accidentes/fiori-san-martin-porres-17-muertos-incendio-bus-terminal-informal-noticia-nndc-622084-noticia/#:~:text=Siete%20personas%20heridas%20fueron%20llevadas%20a%20hospital.&text=El%20incendio%20de%20un%20bus,17%20muertos%20y%207%20heridos>.
- Sánchez, G., Chávez, C., Quezada, R. y Tello, D. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú [Tesis para Titulación, Universidad Politécnica Salesiana]*. Repositorio Institucional. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3420/1/UPS-ST000922.pdf>
- Sass de Haro, C., Gonçalves, J., Rastrollo, M. y Savi, T. (2014). *Las Etapas de la Gestión del Conocimiento: perspectivas relacionadas a las cadenas hoteleras*. Rosa dos Ventos, 6(I), 34-51. <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547039004.pdf>
- Saussois, J. (2014). *Reflections on OECD Studies on Knowledge Management and Related Issues: Implications for Schooling for Tomorrow*. OECD. <https://www.oecd.org/education/ceri/35393928.pdf>
- Serna-Uran, C., García-Castrillón, J. y Flórez-Londoño, O. (2016). *Análisis de Rutas de Transporte de Pasajeros Mediante la Herramienta Network Analyst de Arcgis. Caso Aplicado en la Ciudad de Medellín*. Ingenierías USBMed, 7(2). <http://revistas.usbbog.edu.co/index.php/IngUSBmed/article/view/2631/2389>
- Silva-Treviño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, E. y Delgado-Rivas, J. (2021). *La relación*

- entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.
- Striedinger, M. (2018). El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 14(27).
<https://www.redalyc.org/journal/4096/409658132001/html/>
- Tito, P. y Contreras, F. (2013). *La gestión del conocimiento y las políticas públicas*. Colegio de Economistas del Callao. <https://core.ac.uk/download/pdf/20057455.pdf>
- Torres, K y Lamenta, P. (2015). La gestión del conocimiento y los sistemas de información en las organizaciones. *Negotium*, 11(32), 3-20.
<https://www.redalyc.org/pdf/782/78246590001.pdf>
- Tschohl, J. (2011). *Servicio al cliente*. Service Quality Institute.
<http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Universidad de San Martín de Porres (2020). *Régimen del Transporte Terrestre Urbano e Interprovincial*. http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/REGIMEN_TRANSPORTE_TERRESTRE_URBANO_INTERPROVINCIAL.pdf
- Villanueva, J. (2017). *Los Blogs corporativos: una opción, no una obligación*. Center PwC & IESE. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-56.pdf>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. The Free Press.
https://www.academia.edu/29423776/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_GESTION_DE_SERVICIOS

IX. ANEXOS

ANEXO A PROBLEMA	OBETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Problema Principal ¿Cómo impacta la gestión del conocimiento en la calidad del servicio, empresa Móvil Bus, Lima, 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuáles son los factores claves o determinantes de la calidad del servicio definidos por las dimensiones del modelo Servqual, según la relación entre estos y la percepción general de calidad por parte de los clientes? ¿En qué medida se ejerce la gestión del conocimiento en la empresa, según las fases de generación</p>	<p>Objetivo General Determinar cómo impacta la gestión del conocimiento en la calidad del servicio, empresa Móvil Bus, Lima, 2022</p> <p>Objetivos específicos Analizar la calidad del servicio definida por las dimensiones del modelo Servqual, y según los factores claves o determinantes, resultantes de la relación entre estos y la percepción general de los clientes.</p> <p>Diagnosticar la gestión del conocimiento, según las fases de generación o producción de la información, instrumentalización, transferencia, aplicación, evaluación, mejora, difusión y aprendizaje.</p>	<p>La gestión del conocimiento basada en un blog corporativo impacta de tal forma que genera la información necesaria para comprender los diferentes aspectos de la calidad de servicio esperada por el cliente.</p>	<p>(X) Gestión del conocimiento</p> <p>(Y) Calidad de servicio</p>	<p>DE VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</p> <p>Generar conocimiento Capturar el conocimiento Compartir el conocimiento Aplicar el conocimiento Evaluar el conocimiento Mejorar el conocimiento Difundir el conocimiento</p> <p>Aprender del conocimiento</p>	<p>Gestión del conocimiento = X</p> <p>Generar conocimiento (X) Adquisición y producción de conocimiento por los colaboradores mediante percepciones y experiencias</p> <p>Capturar el conocimiento (X) Acceso y almacenamiento de la información generada</p> <p>Compartir el conocimiento (X) Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido</p> <p>Herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento</p> <p>Aplicar le conocimiento (X) <i>Empowerment</i> y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente</p> <p>Evaluar el conocimiento (X) Seguridad del conocimiento colectivo Valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa</p> <p>Mejorar el conocimiento (X) Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores</p> <p>Difundir el conocimiento (X) Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido. Creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones</p> <p>Aprender el conocimiento (X) Desarrollo de nuevas habilidades profesionales Logros reflejados en activos de valor económico</p>

<p>o producción de la información, instrumentalización, transferencia, aplicación, evaluación, mejora, difusión y aprendizaje; y que tanto se considera los factores claves de la calidad?</p>	<p>DE VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</p> <p>Empatía Fiabilidad Tangibilidad Capacidad de respuesta Seguridad</p>	<p>Calidad de servicio(Y)</p> <p>Empatía (Y) Atención personalizada Comunicación y comprensión</p> <p>Fiabilidad (Y) Utilidad del servicio suministrado Valor recibido</p> <p>Tangibilidad(Y) Apariencia de las instalaciones, unidades vehiculares, equipos y personal</p> <p>Capacidad de respuesta (Y) Rapidez Respuesta a preguntas y reclamos</p> <p>Seguridad (Y) Capacidad de generar confianza Exposición de pasajeros Cumplimiento de horarios</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO B.- Guía de entrevistas a los gerentes y jefe de área de Recursos Humanos de la empresa de transportes Movil Bus - Lima

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES MOVIL BUS, LIMA

TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

GENERALIDADES: Esta información será utilizada en forma confidencial, anónima y acumulativa; por lo que le agradezco proporcionar información veraz, solo así serán realmente útiles para la investigación.

Al respecto, se espera respuestas abiertas, sin restricciones, tenga en cuenta que, no hay respuesta buena ni mala, lo que prevalecerá es su punto de vista, opinión, manifiesto o comentarios en general con respecto a la pregunta.

Para fines de codificación y análisis de la información, la entrevista será grabada, en consideración del documento de consentimiento informado de participación que usted firmó.

Indicadores: Adquisición y producción de información

1. ¿Su gerencia cuenta con un proceso de comunicación estructurado que fomente la generación de nuevas ideas, según su fuente de procedencia?

Indicadores: Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento

2. ¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto a finanzas y administración de la empresa?

3. ¿En qué tipos de *software* (TIC's) ha invertido la empresa a favor de su gerencia?

Indicadores: Empowerment y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente

4. ¿Cree que las ideas procedentes de su gerencia son acogidas adecuadamente para generar cambios positivos en la empresa?

Indicadores: Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa

5. ¿Con qué frecuencia tiene que reprocesar la información y cuáles son las causas?

Indicadores: Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores

6. En relación a la difusión del conocimiento apoyada en herramientas informáticas, considera que:

Indicadores: Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido y creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones

7. ¿Diría usted que las fuentes de información están disponibles y accesibles para su uso?

8. ¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y distribución de conocimiento desde y hacia su área de gestión?

La ejecución de la gestión de conocimiento es un proceso clave en el desarrollo corporativo, desde la generación y producción de conocimiento, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación de este; siendo necesario que la empresa maneje una plataforma tecnológica común para que sus trabajadores tengan la capacidad de intercambiar su conocimiento, como es la aplicación de un blog corporativo, con la capacidad de recibir *feedback* de los colaboradores y clientes, logrando retroalimentación sobre el servicio ofrecido, promover la interacción y participación de los clientes y trabajadores generando una síntesis respecto a sus necesidades y expectativas reales o intrínsecas, facilitar la ejecución y viabilidad de la gestión del conocimiento, constituyendo otra forma de publicar contenidos e ideas; una manera eficiente de transmitir información veraz a los clientes y favorecer la fluidez de las relaciones tecnológicas con los medios de comunicación. Respecto a su gerencia, la aplicación de un blog corporativo aseguraría el buen uso del presupuesto corporativo en mejorar la calidad del servicio desde las expectativas y percepciones del cliente, ayudando a diseñar y controlar las estrategias financieras con un enfoque de mejora continua. ¿Qué opina usted sobre la implementación de un blog corporativo en la empresa como beneficio para su gerencia?

Fin de la encuesta. MUCHAS GRACIAS.

**GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE COMERCIAL DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTES MOVIL BUS, LIMA**

*TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO,
EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022*

GENERALIDADES: Esta información será utilizada en forma confidencial, anónima y acumulativa; por lo que le agradezco proporcionar información veraz, solo así serán realmente útiles para la investigación.

Al respecto, se espera respuestas abiertas, sin restricciones, tenga en cuenta que, no hay respuesta buena ni mala, lo que prevalecerá es su punto de vista, opinión, manifiesto o comentarios en general con respecto a la pregunta.

Para fines de codificación y análisis de la información, la entrevista será grabada, en consideración del documento de consentimiento informado de participación que usted firmó.

Indicadores: Adquisición y producción de información

1. ¿Cuenta la empresa con formación y retroalimentación a sus colaboradores sobre administración, coordinación, recursos humanos y seguridad de la empresa?

Indicadores: Acceso y almacenamiento de la información generada

2. ¿Qué medio de comunicación usan para informar sobre cambios, requerimientos o situaciones excepcionales de su gerencia hacia la empresa?

3. ¿Los conocimientos generados se comparten a personas clave (administradores o gerentes de otras áreas) que tomen determinaciones en cómo se conduce la empresa?

Indicadores: Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento

4. ¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto al área comercial, que incluye administradores, coordinadores, área de limpieza, recursos humanos y seguridad de la empresa?

5. ¿En qué tipos de *software* (TIC's) ha invertido la empresa a favor de su gerencia?

Indicadores: Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa

6. ¿Su gerencia cuenta con una herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento enfocados en el servicio y mejora continua?

Indicadores: Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores

7. En relación a la difusión del conocimiento apoyada en herramientas informáticas, considera que:

8. En su opinión, ¿está la empresa en constante proceso de aprendizaje?

Indicadores: Desarrollo de nuevas habilidades profesionales y logros reflejados en activos de valor económico

9. En cuanto al *know how* de la empresa, ¿se considera una estrategia tecnológica de la Gestión del Conocimiento?

La ejecución de la gestión de conocimiento es un proceso clave en el desarrollo corporativo, desde la generación y producción de conocimiento, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación de este; siendo necesario que la empresa maneje una plataforma tecnológica común para que sus trabajadores tengan la capacidad de intercambiar su conocimiento, como es la aplicación de un blog corporativo, con la capacidad de recibir *feedback* de los colaboradores y clientes, logrando retroalimentación sobre el servicio ofrecido, promover la interacción y participación de los clientes y trabajadores generando una síntesis respecto a sus necesidades y expectativas reales o intrínsecas, facilitar la ejecución y viabilidad de la gestión del conocimiento, constituyendo otra forma de publicar contenidos e ideas; una manera eficiente de transmitir información veraz a los clientes y favorecer la fluidez de las relaciones tecnológicas con los medios de comunicación. Respecto a su gerencia, la aplicación de un blog corporativo aseguraría el control de las operaciones relacionadas con la comercialización y la adecuada exhibición de servicios que ofrece la empresa, optimizar la administración del personal de ventas, atender las quejas de los usuarios y proporcionar soluciones a conflictos relacionados con un enfoque de mejora continua. ¿Qué opina usted sobre la implementación de un blog corporativo en la empresa como beneficio para su gerencia?

Fin de la encuesta. MUCHAS GRACIAS.

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES MOVIL BUS, LIMA

TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

GENERALIDADES: Esta información será utilizada en forma confidencial, anónima y acumulativa; por lo que le agradezco proporcionar información veraz, solo así serán realmente útiles para la investigación.

Al respecto, se espera respuestas abiertas, sin restricciones, tenga en cuenta que, no hay respuesta buena ni mala, lo que prevalecerá es su punto de vista, opinión, manifiesto o comentarios en general con respecto a la pregunta.

Para fines de codificación y análisis de la información, la entrevista será grabada, en consideración del documento de consentimiento informado de participación que usted firmó.

Indicadores: Adquisición y producción de información

1. ¿Qué tipo de entrenamiento brinda la empresa al reclutar nuevos colaboradores para su área y demás gerencias?
2. ¿Cuenta la empresa con formación y retroalimentación a sus colaboradores sobre administración, coordinación, recursos humanos y seguridad de la empresa?
3. ¿Se genera conocimiento, a partir del intercambio de información entre colaboradores, que potencialmente puede aumentar el valor a la empresa?
4. ¿La empresa cuenta con un proceso de comunicación estructurado que fomente la generación de nuevas ideas, según la fuente de procedencia de los colaboradores?
5. ¿Cómo se ejerce la gestión del conocimiento? (describa las fases del proceso de gestión)

Indicadores: Acceso y almacenamiento de la información generada

6. ¿Qué medio de comunicación usan para informar sobre cambios, requerimientos o situaciones excepcionales de su gerencia hacia la empresa?
7. ¿Los conocimientos que los colaboradores generan son recogidos por la empresa por alguna plataforma tecnológica?
8. ¿Los conocimientos generados se comparten a personas clave (administradores o gerentes de otras áreas) que tomen determinaciones en cómo se conduce la empresa?

Indicadores: Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento

9. ¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto al área comercial, que incluye administradores, coordinadores, área de limpieza, recursos humanos y seguridad de la empresa?

10. ¿En qué tipos de *software* (TIC's) ha invertido la empresa a favor de su área y colaboradores?

Indicadores: *Empowerment* y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente

11. ¿De qué manera interactúa su área entre los colaboradores para el desarrollo de la gestión del conocimiento apoyado en herramientas informáticas?
12. ¿Cree que las ideas procedentes de su área son acogidas adecuadamente para generar cambios positivos en la empresa?

Indicadores: Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa

13. ¿Su gerencia cuenta con una herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento enfocados en el servicio y mejora continua?

Indicadores: Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores

14. ¿La empresa ha evaluado nuevas posibilidades de comunicación a partir de las tecnologías de información?
15. En relación a la difusión del conocimiento apoyada en herramientas informáticas, considera que:
16. En su opinión, ¿está la empresa en constante proceso de aprendizaje?

Indicadores: Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido y creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones

17. ¿Los conocimientos que la empresa capta de su área se aplican y generan un cambio o innovación o alguna oportunidad de mejora en la empresa?
18. ¿Diría usted que las fuentes de información están disponibles para el uso de los colaboradores?
19. ¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y distribución de conocimiento desde y hacia su área de Recursos Humanos?

Indicadores: Desarrollo de nuevas habilidades profesionales y logros reflejados en activos de valor económico

20. ¿El personal correspondiente a su área se preocupa por intercambiar conocimientos o acciones de mejora concretas de la calidad de servicio y desempeño de funciones, deficiencia en los procesos, elevados tiempos de espera, reclamos de clientes, deserción de clientes, entre otros?

DE SER AFIRMATIVA: precisar ¿Cuáles son los principales conocimientos o acciones de mejora y como se realiza dicha interacción?, si no son tomados en cuenta, ¿Por qué?

DE SER NEGATIVA: explicar ¿Por qué no se intercambian conocimientos o acciones concretas de mejora?

La ejecución de la gestión de conocimiento es un proceso clave en el desarrollo corporativo, desde la generación y producción de conocimiento, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación de este; siendo necesario que la empresa maneje una plataforma tecnológica común para que sus trabajadores tengan la capacidad de intercambiar su conocimiento, como es la aplicación de un blog corporativo, con la capacidad de recibir *feedback* de los colaboradores y clientes, logrando retroalimentación sobre el servicio ofrecido, promover la interacción y participación de los clientes y trabajadores generando una síntesis respecto a sus necesidades y expectativas reales o intrínsecas, facilitar la ejecución y viabilidad de la gestión del conocimiento, constituyendo otra forma de publicar contenidos e ideas; una manera eficiente de transmitir información veraz a los clientes y favorecer la fluidez de las relaciones tecnológicas con los medios de comunicación. Respecto a su área responsable, la aplicación de un blog corporativo aseguraría el adecuado reclutamiento y selección del personal de la sede promoviendo el desarrollo de procesos de capacitación y desempeño de funciones, brindaría una fácil opción de seguimiento a los trabajadores y sus conocimientos sobre las percepciones y expectativas del cliente. ¿Qué opina usted sobre la implementación de un blog corporativo en la empresa como beneficio para su gerencia?

Fin de la encuesta. MUCHAS GRACIAS.

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE OPERACIONES LOGÍSTICAS DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES MOVIL BUS, LIMA

TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

GENERALIDADES: Esta información será utilizada en forma confidencial, anónima y acumulativa; por lo que le agradezco proporcionar información veraz, solo así serán realmente útiles para la investigación.

Al respecto, se espera respuestas abiertas, sin restricciones, tenga en cuenta que, no hay respuesta buena ni mala, lo que prevalecerá es su punto de vista, opinión, manifiesto o comentarios en general con respecto a la pregunta.

Para fines de codificación y análisis de la información, la entrevista será grabada, en consideración del documento de consentimiento informado de participación que usted firmó.

Indicadores: Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento

1. ¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto a operaciones logísticas de la empresa?

2. ¿En qué tipos de *software* (TIC's) ha invertido la empresa a favor de su gerencia?

Indicadores: *Empowerment* y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente

3. ¿De qué manera interactúa su gerencia, con los clientes y colaboradores en el desarrollo de la gestión del conocimiento?

Indicadores: Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa

4. ¿Su gerencia cuenta con una herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento enfocados en el servicio y mejora continua?

Indicadores: Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores

5. ¿La empresa ha evaluado nuevas posibilidades de comunicación a partir de las tecnologías de información?

6. En relación a la difusión del conocimiento apoyada en herramientas informáticas, considera que:

Indicadores: Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa

donde sea requerido y creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones

7. ¿La empresa ha invertido en el desarrollo e implementación de un departamento en Tecnologías Informáticas en beneficio de la gestión del conocimiento?
8. ¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y distribución de conocimiento desde y hacia su área de gestión?

Indicadores: Desarrollo de nuevas habilidades profesionales y logros reflejados en activos de valor económico

9. ¿El personal correspondiente a su área se preocupa por intercambiar conocimientos o acciones de mejora concretas de la calidad de servicio, sustentando dicha mejora en la existencia de indicadores como evaluación de las rutas de distribución, gestión de transporte, condiciones físicas de las flotas de vehículos o equipos de prueba y el orden, mantenimiento, reparaciones o reemplazos, etc.?

DE SER AFIRMATIVA: precisar ¿Cuáles son los principales conocimientos o acciones de mejora y como se realiza dicha interacción?, si no son tomados en cuenta, ¿Por qué?

DE SER NEGATIVA: explicar ¿Por qué no se intercambian conocimientos o acciones concretas de mejora?

La ejecución de la gestión de conocimiento es un proceso clave en el desarrollo corporativo, desde la generación y producción de conocimiento, distribución y acceso, aplicación y retroalimentación de este; siendo necesario que la empresa maneje una plataforma tecnológica común para que sus trabajadores tengan la capacidad de intercambiar su conocimiento, como es la aplicación de un blog corporativo, con la capacidad de recibir *feedback* de los colaboradores y clientes, logrando retroalimentación sobre el servicio ofrecido, promover la interacción y participación de los clientes y trabajadores generando una síntesis respecto a sus necesidades y expectativas reales o intrínsecas, facilitar la ejecución y viabilidad de la gestión del conocimiento, constituyendo otra forma de publicar contenidos e ideas; una manera eficiente de transmitir información veraz a los clientes y favorecer la fluidez de las relaciones tecnológicas con los medios de comunicación. Respecto a su gerencia, la aplicación de un blog corporativo aseguraría el control y administración de los procesos logísticos internos, cumplimiento total de las metas propuestas, correcta gestión de los recursos físicos de la organización, reducción de costos en los procesos de los operadores logísticos y procuración de un entorno laboral óptimo para el desarrollo de las actividades de la empresa en coordinación con el departamento de recursos humanos. ¿Qué opina usted sobre la implementación de un blog corporativo en la empresa como beneficio para su gerencia?

Fin de la encuesta. MUCHAS GRACIAS.

ANEXO C.- Cuestionario Calidad en el Servicio y Satisfacción del Cliente
CUESTIONARIO CALIDAD EN EL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO,
EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

Sr./ Sra./ Srta.: La presente escala de actitud es parte de una investigación cuyo objetivo es determinar la calidad de servicio que brinda la Empresa de Transporte Móvil Bus. La información que se proporcione se utilizará para fines de la investigación y será estrictamente confidencial. Basado en su experiencia como consumidor de servicios de transporte terrestre interprovincial. Por favor, muestre en qué medida considera que la empresa de transporte debe tener cada característica que se describe en cada declaración; mediante el empleo de la escala SERVQUAL; consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (dimensión tangibilidad = 4 preguntas; dimensión fiabilidad = 5 preguntas; dimensión empatía = 4 preguntas; dimensión capacidad de respuesta = 4 preguntas; y dimensión seguridad = 5 preguntas), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De acuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo). No hay respuestas correctas o incorrectas; todo lo que nos interesa es un número que realmente refleje sus sentimientos con respecto a las empresas que ofrecerían una excelente calidad de servicio.

¿Ha realizado un viaje terrestre interprovincial en los últimos 6 meses? Sí() NO()

Lugar de residencia: Lima y Callao() Otra provincia()

Instrucciones: Encierre la opción de su preferencia, una sola respuesta por pregunta por favor, asegúrese que no quede ninguna pregunta sin responder.

EXPECTATIVAS		Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo
Fiabilidad	1 ¿Ud. esperaba que los choferes y empleados de la empresa de transporte realicen bien su trabajo?	1	2	3	4	5	
	2 ¿Ud. esperaba que, cuando tenga un problema, la empresa de transporte muestre un sincero interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5	
	3 ¿Ud. esperaba que los choferes y empleados de la empresa de transporte demuestren transparencia e integridad?	1	2	3	4	5	
	4 ¿Ud. esperaba que las empresas de transporte concluyan su servicio en el tiempo prometido?	1	2	3	4	5	
	5 ¿Ud. esperaba que las empresas de transporte se identifiquen correctamente y entreguen boletos de viaje?	1	2	3	4	5	
Capacidad de respuesta	6 ¿Ud. esperaba que los empleados de las empresas de transporte estén capacitados para solucionar problemas?	1	2	3	4	5	
	7 ¿Ud. esperaba que los empleados de la empresa de transporte le ofrezcan un servicio rápido?	1	2	3	4	5	
	8 ¿Ud. esperaba que los empleados de la empresa de transporte nunca se muestren demasiado ocupados para responder a sus preguntas?	1	2	3	4	5	
	9 ¿Ud. esperaba que los empleados de la empresa de transporte siempre estén dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5	
Seguridad	10 ¿Ud. esperaba sentir seguridad en el cumplimiento de horarios y recorrido de la empresa de transporte?	1	2	3	4	5	
	11 ¿Ud. esperaba que los empleados de la empresa de transporte le transmitan confianza?	1	2	3	4	5	

	12	¿Ud. esperaría que el bus cuente con elementos de seguridad (cinturones de seguridad, ventanillas, sistema antibloqueo de frenos, entre otros)?	1	2	3	4	5
	13	¿Ud. esperaría que los empleados de la empresa de transporte demuestren seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?	1	2	3	4	5
	14	¿Ud. esperaría que los empleados de la empresa de transporte estén capacitados en respuesta ante un accidente o robo?	1	2	3	4	5
Empatía	15	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte le ofrezca un atención personalizada?	1	2	3	4	5
	16	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte esté disponible en horarios convenientes?	1	2	3	4	5
	17	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte se muestren atentas a las inquietudes de sus clientes?	1	2	3	4	5
	18	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte se preocupen por los intereses de sus clientes?	1	2	3	4	5
Tangibilidad	19	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte cuente con unidades vehiculares en buen estado?	1	2	3	4	5
	20	¿Ud. esperaría que la empresa de transporte cuenten con un local apropiado y atractivo?	1	2	3	4	5
	21	¿Ud. esperaría que los empleados de la empresa de transporte mantengan una apariencia pulcra?	1	2	3	4	5
	22	Ud. esperaría que los empleados de la empresa de transporte estén adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc.)?	1	2	3	4	5

El siguiente grupo de afirmaciones se relacionan con su percepción sobre el servicio de transporte terrestre interprovincial de la empresa Móvil Bus. Para cada afirmación, señale en qué medida usted cree que la empresa de transporte posee la característica descrita en la afirmación. Tome en cuenta que el número 1 significa que usted está en “Total Desacuerdo” con que la empresa de transportes posee esa característica y, si marca el número 5, significa que está “Totalmente de Acuerdo”. Puede marcar cualquiera de los números en el centro que muestran lo fuertes que son sus sentimientos. No hay respuestas correctas o incorrectas; todo lo que nos interesa es un número que mejor muestra sus percepciones acerca del servicio de transporte de la empresa Móvil Bus.

PERCEPCIONES		Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo
Fiabilidad	1	Los choferes, cobradores y empleados de la empresa de transporte realizaron bien su trabajo.	1	2	3	4	5
	2	Cuando Ud. tuvo un problema, la empresa de transporte mostró un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
	3	Los cobradores, choferes y empleados de la empresa de transporte demostraron transparencia e integridad.	1	2	3	4	5
	4	La empresa de transporte concluyó su servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
	5	La empresa de transporte se identificó correctamente y entregó boletos de viaje.	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta	6	Los empleados de la empresa de transporte demostraron estar capacitados para solucionar problemas.	1	2	3	4	5
	7	Los empleados de la empresa de transporte le ofrecieron un servicio rápido.	1	2	3	4	5
	8	Los empleados de la empresa de transporte nunca se mostraron demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5
	9	Los empleados de la empresa de transporte					

	siempre estuvieron dispuestos a ayudarlo.	1	2	3	4	5
Seguridad	10 Sintió seguridad en el cumplimiento de horario y recorrido de la empresa de transporte.	1	2	3	4	5
	11 Los empleados de la empresa de transporte le transmitieron confianza.	1	2	3	4	5
	12 El bus contó con elementos de seguridad (cinturones de seguridad, ventanillas, sistema antibloqueo de frenos, entre otros).	1	2	3	4	5
	13 Los empleados de la empresa de transporte demostraron seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo.	1	2	3	4	5
	14. Los empleados de la empresa de transporte estuvieron capacitados en respuesta ante un accidente o robo	1	2	3	4	5
Empatía	15 La empresa de transporte le ofreció una atención personalizada.	1	2	3	4	5
	16 La empresa de transporte estuvo disponible en horarios convenientes.	1	2	3	4	5
	17 La empresa de transporte se mostró atenta a las inquietudes de sus clientes.	1	2	3	4	5
	18 La empresa de transporte se preocupó por los intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5
Tangibilidad	19 La empresa de transporte contó con unidades vehiculares en buen estado.	1	2	3	4	5
	20 La empresa de transporte contó con un local apropiado y atractivo.	1	2	3	4	5
	21 Los empleados de la empresa de transporte mantuvieron una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
	22 Los empleados de la empresa de transporte estuvieron adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc.).	1	2	3	4	5

Fin de la encuesta. MUCHAS GRACIAS.

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Anco LLasa kathia Lucero

Apellidos y nombres del juez validador: **DNI:**
45638698

Título profesional: **Lic. Turismo y Hotelería** **Rubro o cargo:**

Docente de Educación Superior Universitaria.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 26 de setiembre de 2022

Firma de experto validador

ANEXO D.- Data diferencia entre la percepción y la expectativa

Encuestado	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19	item 20	item 21	item 22	Total
1	1	1	1	2	0	3	1	2	1	2	1	-1	0	1	0	1	2	2	0	0	0	2	22
2	1	2	1	2	1	1	1	0	2	3	1	0	3	1	3	2	3	2	2	3	1	3	38
3	2	1	-1	0	-1	0	1	2	1	2	2	1	3	2	-1	1	2	1	2	1	-1	2	22
4	3	1	0	2	2	2	1	2	3	0	-1	0	1	1	1	2	3	3	1	1	0	2	30
5	0	0	-1	1	0	1	1	-1	1	2	0	2	3	2	3	0	2	2	2	2	-1	1	22
6	1	2	1	3	2	2	3	1	2	1	0	0	4	2	1	3	2	3	2	2	2	3	42
7	2	1	-2	2	1	4	-1	3	2	1	0	3	2	-2	1	2	2	2	1	1	2	3	30
8	1	1	0	3	-1	2	1	1	2	4	1	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	0	36
9	2	2	1	1	0	2	3	1	3	3	0	0	0	2	4	1	3	3	1	3	0	0	35
10	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	0	3	2	3	2	4	2	1	1	2	1	1	44
11	2	2	3	-1	0	0	2	1	0	3	3	3	2	1	0	3	0	0	0	2	1	3	30
12	3	-2	0	1	-1	1	-1	1	0	2	1	3	2	2	1	2	-1	2	1	0	2	1	20
13	1	3	1	1	-1	1	-1	-1	1	1	-1	1	1	1	0	1	3	3	3	-1	1	1	19
14	0	1	-2	1	-1	0	1	2	2	3	2	0	3	3	2	2	2	1	2	1	1	-1	25
15	2	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	4	3	1	3	3	0	1	0	-1	0	2	25
16	-2	-1	1	0	3	1	2	2	2	0	0	3	1	2	0	2	2	1	3	-1	3	2	26
17	4	2	0	2	2	2	0	1	2	1	1	2	-1	2	1	2	2	2	1	2	3	4	37
18	0	3	2	1	1	2	2	3	3	1	1	-1	2	2	3	2	0	1	3	1	2	2	36
19	0	1	2	0	3	2	2	0	1	-1	1	0	2	1	2	1	1	3	3	0	0	2	26
20	0	4	-1	0	-1	1	1	1	0	0	-1	1	1	1	3	-1	1	1	3	0	-2	2	14
21	3	2	2	-1	2	3	2	3	2	2	-1	3	4	3	3	2	-1	0	2	2	3	3	43
22	0	0	1	3	2	-1	0	2	1	0	-1	2	2	2	-1	1	1	2	0	2	1	1	20
23	0	2	2	2	0	-3	0	-1	1	-1	4	1	2	2	3	0	0	2	2	2	1	-1	20
24	2	0	-1	2	-1	3	2	2	1	3	0	1	2	3	3	2	3	1	0	0	-2	1	27
25	-1	1	1	3	1	0	2	3	2	0	2	2	3	2	1	2	1	0	0	2	0	3	30
26	2	4	1	2	3	2	1	3	2	2	-1	0	3	1	1	0	2	1	0	0	3	3	35
27	1	3	2	0	0	0	2	1	1	2	0	1	2	2	1	2	3	0	0	2	2	-1	26
28	3	4	2	0	2	3	0	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	0	46

29	1	3	1	-1	0	2	2	1	1	2	1	1	3	1	2	3	2	1	2	1	1	3	33
30	-2	0	-1	3	3	2	2	1	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	0	0	2	35
31	1	2	2	3	1	0	1	4	0	1	2	1	2	2	0	3	3	2	-1	1	2	-1	31
32	2	3	2	4	1	1	-1	2	1	3	3	3	3	4	1	3	3	3	1	0	1	1	44
33	1	1	0	3	0	2	3	0	2	1	3	0	1	3	2	3	0	3	3	1	1	2	35
34	3	3	1	2	2	3	3	2	1	1	1	-1	1	3	1	2	3	2	3	2	2	2	42
35	1	3	0	2	1	3	2	3	-1	2	3	3	2	3	0	2	3	2	4	3	3	1	45
36	1	-1	2	2	2	2	3	-1	0	0	2	2	2	1	-1	2	2	1	1	3	2	3	30
37	2	0	1	1	3	-1	1	2	2	1	0	2	3	2	3	4	0	1	4	2	4	3	40
38	0	0	0	-2	-1	2	4	0	2	0	3	0	1	4	3	3	2	3	3	0	0	4	31
39	2	3	0	2	0	2	2	2	2	1	2	2	-1	2	0	3	4	0	3	-1	0	3	33
40	0	3	1	2	2	1	3	2	2	2	4	2	2	2	1	1	1	2	3	3	1	3	43
41	1	2	2	0	2	3	2	2	3	1	2	1	-1	0	2	1	0	1	1	1	2	1	29
42	2	1	1	3	0	1	2	-2	1	0	0	3	1	2	2	0	2	1	1	0	1	1	23
43	3	3	0	1	-1	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	2	1	2	3	3	1	2	44
44	0	3	-1	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	1	3	-1	1	0	-1	-1	32
45	1	3	1	3	1	2	1	3	1	2	0	-1	2	1	0	4	2	2	2	2	3	1	36
46	3	1	2	3	-1	4	3	2	0	1	2	-1	3	-1	2	0	1	2	2	2	3	-1	32
47	3	2	2	3	0	0	2	3	4	2	3	3	2	2	1	3	2	1	3	2	2	4	49
48	2	1	1	3	-2	2	1	3	2	2	2	3	2	1	-2	3	2	3	2	2	0	1	34
49	1	2	2	3	0	2	2	-1	3	1	1	3	3	-1	2	2	2	4	3	1	0	1	36
50	0	2	0	2	2	-1	2	2	2	2	2	2	4	3	-1	4	3	3	1	3	0	1	38
51	2	2	1	0	0	-1	1	0	2	-1	-1	1	3	3	0	2	3	3	1	0	1	0	22
52	2	1	1	2	1	2	3	1	1	2	2	-1	3	1	1	3	3	2	0	3	-2	-2	29
53	0	1	-1	2	3	3	2	4	1	3	2	2	3	2	1	2	-1	2	1	2	2	3	39
54	-1	2	-1	4	-2	3	-2	3	2	2	0	1	1	1	2	1	3	1	-1	1	2	0	22
55	-2	1	0	2	0	3	3	2	2	1	3	-2	1	-1	1	1	2	2	1	4	3	2	29
56	1	4	-1	0	0	-1	3	2	2	2	-1	0	2	-1	3	3	2	3	0	2	0	0	25
57	-1	2	0	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	1	1	2	1	-1	1	2	-2	2	32
58	0	3	0	3	-1	3	3	3	3	-1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	0	2	38
59	3	3	0	3	2	3	0	0	0	1	1	0	0	2	3	2	2	-1	-1	2	-1	3	27

60	2	3	1	3	3	0	1	1	1	1	2	2	1	2	0	1	2	0	2	3	-2	1	30
61	1	1	2	1	2	-1	1	1	3	0	0	1	1	-1	1	2	2	3	0	0	0	-1	19
62	2	2	0	1	3	0	2	1	2	0	2	1	3	-1	2	2	0	-1	2	-1	0	2	24
63	3	2	-1	2	0	1	2	0	2	1	0	0	2	1	1	0	2	2	1	3	0	-1	23
64	-1	-1	2	3	3	2	2	-1	1	0	2	2	-1	0	0	2	1	2	2	1	1	2	24
65	1	2	0	4	0	2	2	1	2	2	3	1	3	2	1	1	3	2	1	3	-1	0	35
66	-2	2	-2	3	2	3	2	3	1	-1	3	3	2	1	3	2	4	-1	0	2	1	-1	30
67	3	1	2	3	2	3	0	3	4	1	1	4	1	2	4	1	3	-1	0	0	2	2	41
68	2	2	-3	1	1	2	1	1	2	2	1	0	1	1	1	1	2	2	3	1	1	4	29
69	2	2	0	2	2	1	0	2	3	1	1	2	2	3	2	3	1	1	0	1	2	1	34
70	1	0	2	0	1	0	2	-1	2	2	0	1	2	1	2	2	2	-2	3	2	3	2	27
71	0	0	1	1	3	3	2	3	4	3	3	2	1	0	1	2	3	3	2	-1	1	2	39
72	1	2	1	3	3	1	3	-1	2	1	2	1	3	3	3	2	2	0	0	2	-1	1	34
73	2	2	3	0	4	-1	0	0	3	1	2	2	0	3	2	0	0	2	0	1	1	-1	26
74	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	3	3	0	1	1	1	0	1	-2	1	2	0	21
75	3	2	2	2	1	1	3	1	1	3	0	3	4	2	1	1	4	3	0	0	-1	0	36
76	1	2	1	0	2	1	3	1	0	4	2	0	2	1	2	3	4	0	2	3	2	0	36
77	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	3	0	2	0	3	39
78	2	2	0	3	0	4	3	3	4	1	2	0	1	3	3	2	0	2	4	0	1	3	43
79	2	4	2	3	2	2	0	3	2	-1	-1	0	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	44
80	-1	2	2	4	-1	3	1	2	2	1	1	1	-2	0	-2	1	-1	2	-1	-1	0	2	15
81	2	2	3	3	2	4	2	4	0	-1	4	2	2	2	2	4	1	0	1	0	-1	1	39
82	1	2	1	0	2	4	2	3	2	2	0	2	-2	2	-1	0	2	2	1	2	1	0	28
83	3	1	0	2	3	0	1	0	3	3	3	3	2	1	3	2	0	4	0	1	3	3	41
84	3	3	1	-1	0	2	2	2	2	2	0	4	1	3	1	3	3	1	0	0	0	1	33
85	2	2	0	2	3	3	1	0	3	0	3	0	0	1	3	1	3	3	3	1	-1	2	35
86	2	2	2	1	4	1	1	2	3	2	3	2	2	3	3	1	4	1	1	2	1	1	44
87	2	3	-1	3	2	0	2	1	2	3	2	1	2	0	2	2	2	2	3	2	2	2	39
88	2	2	1	3	2	2	0	-2	1	3	2	1	1	4	1	0	2	2	2	2	0	3	34
89	2	2	0	1	3	2	1	3	1	3	3	2	1	1	2	2	0	2	0	3	2	1	37
90	3	0	2	4	2	2	1	0	2	1	2	0	-1	2	1	1	2	2	2	-1	1	2	30

91	1	0	2	2	2	-1	1	0	-1	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	1	35
92	3	2	3	3	-2	2	1	2	2	3	1	-2	2	0	2	1	3	3	2	1	2	1	35
93	1	2	3	2	1	3	3	1	3	1	1	2	1	3	2	2	2	0	0	2	0	-1	34
94	4	0	0	2	-1	1	1	4	0	3	0	2	2	0	0	4	2	3	2	2	0	1	32
95	3	2	2	0	-1	2	0	2	1	0	2	2	3	2	3	3	3	-1	0	1	0	-1	28
96	0	2	-2	0	1	0	2	3	2	0	1	1	3	-1	3	2	2	1	1	0	2	2	25
97	4	2	0	3	0	2	1	3	2	1	4	1	3	3	1	2	3	1	1	-2	2	1	38
98	1	3	2	0	3	2	0	1	4	2	3	1	1	2	1	3	3	2	1	1	2	0	38
99	1	-1	-1	2	1	3	3	0	0	-2	1	0	1	1	1	0	-1	2	2	1	3	2	19
100	-1	1	2	3	2	2	2	2	1	3	0	2	0	1	3	2	1	3	1	0	0	1	31
101	2	1	2	2	3	2	0	2	3	3	2	3	3	2	1	0	1	1	-2	2	2	0	35
102	2	1	1	1	-1	0	1	2	0	3	1	2	3	3	2	3	3	1	-1	1	2	-1	29
103	4	2	2	0	1	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	0	2	1	2	2	0	1	41
104	4	0	1	3	0	1	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	-1	2	47
105	3	3	3	-1	2	2	2	2	0	1	3	0	3	1	0	0	2	0	2	0	3	1	32
106	1	-1	4	1	2	2	1	2	3	3	1	3	1	1	2	3	2	2	1	3	2	3	42
107	3	3	2	3	0	3	2	2	0	1	2	3	1	3	2	1	2	3	4	2	2	1	45
108	2	2	0	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	1	3	4	3	2	-1	0	3	-1	35
109	2	2	-2	0	1	-1	2	1	0	3	0	1	0	2	-1	-1	0	3	0	2	0	1	15
110	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	2	1	-1	2	0	1	37
111	1	1	2	1	1	-2	1	1	0	0	3	0	1	2	-1	2	3	3	0	2	-1	1	21
112	2	3	2	1	4	2	4	2	3	1	2	2	2	0	3	2	2	1	2	1	3	2	46
113	1	2	3	0	1	2	2	0	3	2	1	0	0	2	1	3	2	2	1	2	-1	0	29
114	-1	0	3	-1	0	2	0	2	2	2	2	1	2	1	0	3	0	2	3	2	2	0	27
115	3	3	0	2	2	3	1	1	-1	2	0	3	2	3	3	0	1	2	1	2	1	0	34
116	2	2	3	3	1	3	2	0	2	4	-1	1	-2	1	1	2	1	0	0	1	2	0	28
117	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	3	1	0	1	1	3	1	3	3	2	42
118	0	2	2	3	2	3	2	0	3	3	0	4	3	2	0	0	3	2	3	2	1	1	41
119	0	3	3	4	2	1	0	-1	3	2	1	3	1	0	0	2	3	2	3	2	2	2	38
120	-1	4	0	2	0	3	3	2	1	1	3	1	3	2	0	2	1	4	1	0	4	2	38
121	0	0	2	4	1	2	3	2	3	3	3	3	4	2	1	0	1	3	3	2	2	2	46

122	1	2	0	2	0	3	0	2	1	3	2	1	3	4	-1	3	2	3	1	3	3	3	41
123	0	1	3	3	1	3	2	4	3	1	4	-1	1	2	3	4	1	2	1	3	0	-1	40
124	2	-1	1	4	0	1	4	2	2	1	2	2	0	3	1	4	1	0	0	2	2	3	36
125	0	2	3	2	3	3	3	1	2	2	4	2	0	2	1	2	2	-2	2	2	1	0	37
126	3	0	1	0	1	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	0	2	-1	2	34
127	0	3	2	0	3	3	4	1	2	2	2	1	1	2	3	-1	1	2	2	3	3	0	39
128	0	2	2	2	4	2	0	2	0	0	4	2	4	3	3	1	3	3	3	0	3	3	46
129	4	2	0	0	2	2	3	0	2	2	-1	2	2	1	1	2	2	2	1	3	0	2	34
130	2	1	0	2	4	2	3	2	2	0	2	-1	0	3	2	3	3	3	-1	2	1	2	37
131	-1	1	2	2	1	2	2	4	2	2	3	1	1	0	-1	2	3	3	3	2	1	3	38
132	2	3	1	3	2	2	0	1	4	1	2	1	3	4	2	2	2	3	3	2	0	2	45
133	3	3	0	2	3	0	2	2	3	3	2	1	2	3	0	3	2	2	1	0	3	2	42
134	3	1	0	2	2	3	3	3	3	0	1	0	0	3	2	-1	3	1	3	2	1	3	38
135	0	1	1	1	1	1	-1	1	1	1	2	3	2	1	0	2	3	3	3	0	1	1	28
136	2	1	2	1	0	3	2	0	3	1	-1	1	2	2	1	3	1	3	3	2	3	2	37
137	1	-1	0	1	1	0	4	2	0	2	2	1	0	0	2	2	3	3	0	2	3	0	28
138	2	2	1	2	2	3	2	2	2	4	4	2	2	2	3	2	3	1	3	1	2	2	49
139	0	2	1	3	3	4	1	1	1	2	0	1	3	4	2	1	2	1	0	1	0	2	35
140	2	1	2	1	-1	1	2	0	1	-1	2	1	0	3	0	2	2	2	1	-2	4	2	25
141	-1	2	2	-1	1	2	1	2	3	1	2	1	0	0	2	2	2	1	1	2	1	2	28
142	-1	2	-1	3	2	0	3	1	1	0	2	0	2	2	0	0	3	2	3	2	1	1	28
143	2	2	-1	0	1	3	0	2	0	0	4	1	1	2	2	0	2	-1	2	3	2	-1	26
144	2	0	2	1	1	4	2	3	0	2	2	0	3	2	2	2	3	2	1	1	-1	3	37
145	2	1	2	0	-2	3	2	2	3	2	2	1	2	4	1	2	2	2	2	1	0	3	37
146	0	3	-1	1	2	0	2	-1	1	0	2	0	0	0	-1	2	1	2	3	2	2	1	21
147	0	1	0	4	1	2	0	2	2	2	1	0	2	2	3	1	3	1	0	4	1	0	32
148	1	2	3	1	1	2	2	0	2	2	2	0	1	3	1	2	2	1	2	2	3	0	35
149	-1	2	2	0	3	1	0	0	1	3	3	1	3	-1	2	0	3	2	2	2	3	2	33
150	2	1	0	2	3	3	2	1	1	2	2	2	0	2	0	-2	0	1	1	0	3	1	27
151	0	3	4	2	0	3	1	1	1	4	-1	0	2	0	1	1	2	2	4	2	0	4	36
152	2	1	3	2	3	3	3	1	1	2	1	0	2	2	3	0	1	3	3	1	2	2	41

153	3	0	2	4	2	3	0	4	0	1	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	43
154	2	0	0	1	1	0	3	2	2	3	-1	0	0	1	1	3	2	2	1	3	2	1	29
155	0	2	2	2	2	2	0	2	-1	3	2	-1	2	4	2	3	2	3	4	1	1	0	37
156	1	2	0	2	1	3	2	3	2	1	1	0	2	1	-1	0	3	3	1	1	1	3	32
157	2	0	0	2	3	0	0	1	2	2	1	2	1	1	1	3	2	1	1	0	2	-1	26
158	1	1	-1	3	3	1	2	1	-2	1	3	1	2	2	0	2	0	-1	1	3	0	2	25
159	2	0	1	4	3	2	1	1	1	-1	0	1	0	0	-1	2	1	2	1	3	1	2	26
160	3	2	1	3	3	0	1	2	1	0	0	1	2	3	0	1	-1	4	3	1	3	-1	32
161	1	1	-1	1	3	2	3	4	-2	0	0	-1	2	-1	1	3	3	1	0	2	1	-1	22
162	3	2	0	3	3	0	3	2	2	3	2	0	1	0	0	4	2	1	1	0	3	2	37
163	1	2	1	3	1	2	2	2	-1	1	0	0	2	2	-1	3	3	2	3	-1	3	0	30
164	2	2	-1	3	1	-2	2	2	-1	-3	3	1	1	2	-1	3	1	4	1	1	0	0	21
165	3	1	2	0	2	-1	-1	1	1	-2	3	1	0	0	3	3	3	2	-1	0	0	0	20
166	2	2	1	2	2	3	-1	3	4	2	2	2	1	3	3	1	3	0	2	0	3	3	43
167	3	-1	1	1	2	2	2	2	0	2	2	0	3	3	0	1	2	0	2	0	1	3	31
168	0	-1	0	2	1	4	2	0	0	1	2	-1	3	1	0	0	2	3	-1	0	4	0	22
169	1	3	0	-1	3	2	0	3	2	0	-1	2	1	3	0	0	1	1	3	-1	2	1	25
170	4	1	2	-1	2	-1	2	1	2	3	0	4	0	1	4	2	-2	0	0	3	0	2	29
171	1	-1	-1	1	3	1	1	3	3	-1	1	1	1	3	1	3	-1	-1	2	2	-2	0	20
172	3	0	1	1	2	0	1	0	0	-1	3	3	2	3	-1	-1	3	0	-1	-1	2	2	21
173	-1	0	2	1	3	-1	3	3	0	-2	0	1	4	1	-1	1	-2	0	0	3	-1	0	14
174	3	2	0	3	0	1	1	1	2	1	-3	-1	0	1	0	3	2	0	2	3	1	3	25
175	2	2	-1	0	3	2	0	0	2	2	2	-1	1	-3	0	2	2	2	-3	0	3	1	18
176	-1	1	-1	3	3	-1	0	1	-1	2	1	2	-1	-3	3	2	2	2	2	1	0	2	19
177	-1	3	2	3	-2	-1	2	2	-1	1	2	-3	-1	2	2	1	1	2	1	3	-2	0	16
178	0	1	-1	1	0	1	-2	-1	3	-1	-2	-3	3	-2	0	1	2	4	2	1	2	-4	5
179	3	0	1	1	3	0	-2	1	0	1	0	3	0	-1	1	0	-1	1	1	1	2	2	17
180	-2	3	1	3	1	2	2	2	-2	-2	0	3	-1	3	2	0	1	2	-1	1	0	1	19
181	0	3	2	3	3	0	1	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	-1	2	0	2	1	23
182	2	2	4	2	0	-1	-1	2	-1	2	1	-1	3	-2	-2	0	3	-1	2	3	1	-1	17
183	-2	1	2	2	2	1	-1	1	2	3	3	3	-2	-2	2	0	3	2	1	0	2	-2	21

184	1	2	2	0	2	3	1	2	1	-2	1	-1	-1	1	3	0	3	2	2	1	0	4	27
185	0	1	2	2	0	2	1	-2	1	2	2	1	-1	-1	-3	3	1	2	2	3	0	2	20
186	3	3	3	-1	2	0	1	3	-3	2	0	3	1	1	-1	3	3	2	0	1	2	-1	27
187	-1	1	2	1	-1	2	2	3	1	2	1	1	2	-1	1	1	1	2	1	3	1	2	27
188	2	3	0	3	0	-1	-1	-4	1	-1	1	3	-1	-1	-1	3	2	1	-1	2	2	-1	11
189	3	1	0	3	1	1	2	0	2	0	3	2	3	1	-2	3	1	2	1	2	-1	-3	25
190	0	2	0	1	3	1	0	0	4	0	1	2	1	2	2	3	3	1	2	-1	-4	1	24
191	0	0	3	2	3	2	2	4	2	-1	-1	4	1	0	-2	1	2	0	2	-1	2	3	28
192	-3	2	1	1	1	2	-2	2	2	2	0	2	-1	2	2	-1	2	1	1	1	1	0	18
193	0	-1	-1	2	0	2	2	1	2	2	3	1	1	0	3	1	1	3	1	3	-2	2	26
194	2	-1	3	3	-1	-2	1	2	4	-1	3	2	1	2	0	1	3	3	1	1	1	1	29
195	3	1	0	3	2	0	1	4	3	1	3	3	3	2	4	1	0	0	0	2	-2	-2	32
196	-1	2	3	1	2	3	3	2	0	0	0	2	0	1	2	0	1	3	3	0	1	2	30
197	2	1	1	3	1	3	1	-1	1	0	3	1	0	0	-1	3	3	1	3	-1	0	-2	22
198	1	-1	3	2	2	1	-2	2	-1	0	2	2	0	1	1	3	1	0	-3	0	-2	2	14
199	-1	3	0	0	1	3	1	1	2	-2	1	1	3	0	-1	3	1	0	3	3	2	4	28
Total	1.26	1.53	0.96	1.72	1.30	1.55	1.43	1.49	1.53	1.31	1.43	1.28	1.52	1.48	1.21	1.73	1.82	1.61	1.34	1.35	1.06	1.23	619 9

Fuente: Cuestionario Calidad en el Servicio y Satisfacción del Cliente

CONSTANCIA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA DE LA GESTIÓN DE CONOCIMIENTO DIRIGIDA AL GERENTE DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN, GERENTE COMERCIAL, JEFE DE RECURSOS HUMANOS Y EL GERENTE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA DE LA EMPRESA MOVIL BUS, LIMA

TESIS: LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO, EMPRESA MOVIL BUS, LIMA, 2022

N°	Indicadores	Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
01	Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento	¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional (TIC's) adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto a finanzas y administración de la empresa?	X		X		X		
02	Empowerment y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	¿Cree que las ideas procedentes de su gerencia son acogidas adecuadamente para generar cambios positivos en la empresa?	X		X		X		
03	Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido y creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones	¿Diría usted que las fuentes de información están disponibles y accesibles para su uso?	X			X	X		
04	Acceso y almacenamiento de la información generada	¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y distribución de conocimiento desde y hacia su área de gestión?	X		X		X		
05	Acceso y almacenamiento de la información generada	¿Qué medio de comunicación usan para informar sobre cambios, requerimientos o situaciones excepcionales de su gerencia hacia la empresa?	X		X		X		
06	Acceso y almacenamiento de la información generada	¿Los conocimientos generados se comparten a personas clave (administradores o gerentes de otras áreas) que tomen determinaciones en cómo se conduce la empresa?	X		X		X		
07	Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento	¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional (TIC's) adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto al área comercial, que incluye administradores, coordinadores, área de limpieza, recursos humanos y seguridad de la empresa?	X		X		X		

08	Adquisición y producción de información	¿Qué tipo de entrenamiento brinda la empresa al reclutar nuevos colaboradores para su área y demás gerencias?	X		X		X		
09		¿Cuenta la empresa con formación y retroalimentación a sus colaboradores sobre administración, coordinación, recursos humanos y seguridad de la empresa?	X		X		X		
10		¿Se genera conocimiento, a partir del intercambio de información entre colaboradores, que potencialmente puede aumentar el valor a la empresa?	X		X		X		
11		¿La empresa cuenta con un proceso de comunicación estructurado que fomente la generación de nuevas ideas, según la fuente de procedencia de los colaboradores?	X		X		X		
12		¿Cómo se ejerce la gestión del conocimiento? (describa las fases del proceso de gestión)	X		X		X		
13	Acceso y almacenamiento de la información generada	¿Qué medio de comunicación usan para informar sobre cambios, requerimientos o situaciones excepcionales de su gerencia hacia la empresa?	X		X		X		
14		¿Los conocimientos que los colaboradores generan son recogidos por la empresa por alguna plataforma tecnológica?	X		X		X		
15	Acceso y almacenamiento de la información generada	¿Los conocimientos generados se comparten a personas clave (administradores o gerentes de otras áreas) que tomen determinaciones en cómo se conduce la empresa?	X		X		X		
16	Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento	¿Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto al área comercial, que incluye administradores, coordinadores, área de limpieza, recursos humanos y seguridad de la empresa?	X		X		X		
17		¿En qué tipos de <i>software</i> (TIC's) ha invertido la empresa a favor de su área y colaboradores?	X		X		X		
18	Empowerment y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	¿De qué manera interactúa su área entre los colaboradores para el desarrollo de la gestión del conocimiento apoyado en herramientas informáticas?	X	X			X		
19		¿Cree que las ideas procedentes de su área son acogidas adecuadamente para generar cambios positivos en la empresa?	X		X		X		
20	Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa	¿Su gerencia cuenta con una herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento enfocados en el servicio y mejora continua?	X		X		X		

21	Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores	¿La empresa ha evaluado nuevas posibilidades de comunicación a partir de las tecnologías de información?	X	X			X		
22		En relación a la difusión del conocimiento apoyada en herramientas informáticas, considera que:	X	X			X		
23	Actualización, adaptación y manejo del conocimiento por los colaboradores	En su opinión, ¿está la empresa en constante proceso de aprendizaje?	X	X			X		
24	Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido y creación de ambientes donde el conocimiento sea difundido sin interrupciones	¿Los conocimientos que la empresa capta de su área se aplican y generan un cambio o innovación o alguna oportunidad de mejora en la empresa?	X	X			X		
25		¿Diría usted que las fuentes de información están disponibles para el uso de los colaboradores?	X		X		X		
26		¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y distribución de conocimiento desde y hacia su área de Recursos Humanos?	X		X		X		
27	Desarrollo de nuevas habilidades profesionales y logros reflejados en activos de valor económico	En cuanto al <i>know how</i> de la empresa, ¿ se considera una estrategia tecnológica de la Gestión del Conocimiento?	X		X		X		
28		¿El personal correspondiente a su área se preocupa por intercambiar conocimientos o acciones de mejora concretas de la calidad de servicio y desempeño de funciones, deficiencia en los procesos, elevados tiempos de espera, reclamos de clientes, deserción de clientes, entre otros? DE SER AFIRMATIVA: precisar ¿Cuáles son los principales conocimientos o acciones de mejora y como se realiza dicha interacción? si no son tomados en cuenta, ¿Por qué? DE SER NEGATIVA: explicar ¿Por qué no se intercambian conocimientos o acciones concretas de mejora?	X		X		X		
29	Distribución del conocimiento a áreas donde sea requerido y herramientas tecnológicas empleadas para favorecer el intercambio del conocimiento	Se dispone de los recursos e infraestructura organizacional (TIC's) adecuada para la distribución e intercambio del conocimiento respecto a operaciones logísticas de la empresa?	X		X		X		
30	Empowerment y empleo del conocimiento en toma de decisiones de mejora a la atención al cliente	¿De qué manera interactúa su gerencia, con los clientes y colaboradores en el desarrollo de la gestión del conocimiento?	X		X		X		
31	Seguridad del conocimiento colectivo y valoración del conocimiento que supone un activo de valor en la empresa	¿Su gerencia cuenta con una herramienta para evaluar los resultados de la aplicación de la gestión del conocimiento enfocados en el servicio y mejora continua?	X		X		X		
32	Transferencia y distribución del conocimiento a todas las áreas y locales de la empresa donde sea requerido y creación de ambientes donde el	¿La empresa ha invertido en el desarrollo e implementación de un departamento en Tecnologías Informáticas en beneficio de la gestión del conocimiento?	X		X		X		
33		¿Se cuentan con todos los recursos (materiales, tecnológicos y humanos) necesarios para garantizar la transferencia y	X		X		X		

ANEXO E.- Ficha bibliográfica

Nombre	Autor	Año	Concepto	Edición	Link
Un nuevo modelo de transporte para el gran santo domingo	Ruiz Montañez, Miguel	2016	Flujograma del ciclo del transporte	Primera	https://www.redalyc.org/pdf/870/87046120005.pdf
Análisis de Rutas de Transporte de Pasajeros Mediante la Herramienta Network Analyst de Arcgis. Caso Aplicado en la Ciudad de Medellín	Conrado Augusto Serna-Uran, Jorge Alberto García-Castrillón, Ossman Flórez-Londoño	2016	Características del transporte de pasajeros; Operación del transporte: que está vinculado a la percepción del prestador de transporte, comprende el cumplimiento de horarios, adjudicación de roles, frecuencias, jornadas laborales, monitoreo, operación y mantenimiento de las unidades vehiculares.	Segunda	http://revistas.usbbog.edu.co/index.php/IngUSBmed/article/view/2631/2389
Medios de transporte urbano	Gustavo Luis Pastor.	2017	Diferenciación y caracterización de los sistemas de transportes	Primera	https://www.coursehero.com/file/39737316/u1-medios-de-transporte-urbanopdf/
DECRETO SUPREMO N° 016-2009-MTC	Régimen del Transporte Terrestre Urbano e Interprovincial	2020	Régimen del Transporte Terrestre Urbano e Interprovincial (2020), la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías - SUTRAN, efectúa el monitoreo, supervisión, control, fiscalización y sanción en las vías transportes, tanto de envergadura nacional, provincial y distrital, así como las ubicadas dentro del ámbito urbano y rural	Primera	https://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2020/06/Ley-N-27181-Ley-General-de-Transporte-y-Tr%C3%A1nsito-Terrestre.pdf
El aprendizaje colaborativo en ambientes virtuales	Edith Inés Ruíz Aguirre, Leticia Galindo González, Nadia Livier Martínez de la Cruz, Rosa María Galindo González	2015	Sobre Gestión del Conocimiento: Es un sistema de agilización de la búsqueda, sistematización, codificación y difusión de los aprendizajes individuales y colectivos de las habilidades humanas de la organización, para transformarlas en conocimiento globalizado, de entendimiento común y aplicable en la ejecución de las actividades	Segunda	Dialnet-ElAprendizajeColaborativoEnAmbientesVirtuales-652184.pdf
El modelo sistémico de aprendizaje y enseñanza, como apoyo en la inserción laboral	Corcino, Chamoli y Otorala	2021	Criterios sobre la gestión de conocimientos ligado a los procesos productivos dentro del contexto de los negocios, se considera la siguiente taxonomía codificada: observable y tácita; y no observable en su utilización, siendo autónomo o sistemático, todo ello según como se expone el conocimiento y se codifica la información solicitada.	Primera	https://www.redalyc.org/journal/5860/586066115004/html/#redalyc_586066115004_ref53
Reflections on OECD Studies on Knowledge Management and Related Issues: Implications for Schooling for Tomorrow	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos	2014	Categorización del conocimiento, <i>Know-what, Know-why, know-how</i> y <i>Know-who</i> .	Primera	https://www.oecd.org/education/ceri/35393928.pdf
Gestión del Conocimiento	EVA	2021	Sustenta EVA la construcción, sistematización y dinamización del conocimiento empresarial, mediante un flujo determinado en dos ciclos; en el primer ciclo (1 - 2 - 3 - 4), el conocimiento es administrado por la organización y en el segundo ciclo (5 - 6 - 7 - 8) se conceptualiza su estructura mediante la intervención con los actores clave, concretando así el ciclo de aprendizaje, proceso que se repite continua y cíclicamente, con la finalidad de optimizar la calidad y fluidez del conocimiento	-	https://www.funcionpublica.gov.co/es/web/eva/doble-ciclo-de-gestion

Human Capital and Generation of Value in the Company	Merzthal, Wakabayash y Talledo	2017	Generar y Producir conocimiento, donde las organizaciones por si solas son incapaces de generar conocimiento siendo sus colaboradores quienes establecen las nuevas percepciones y experiencias que sustentan el conocer de la empresa	Primera	https://www.upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/2792/pdf
El ciclo de la Gestión del Conocimiento	Mary Itzel Carrillo Osorio	2018	La captura e instrumentalización del conocimiento se caracteriza por su codificación	-	https://www.gestiopolis.com/el-ciclo-de-la-gestion-del-conocimiento/
Implementación de la Gestión del Conocimiento en la empresa	Humberto Pereira Alfaro	2011	Compartir el conocimiento es distribuir el conocimiento a las áreas donde sea requerido, en el momento apropiado y con la calidad solicitada	Segunda	https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_135_310111_es.pdf
Implementación de la Gestión del Conocimiento en la empresa	Humberto Pereira Alfaro	2012	Evaluación del Conocimiento	Segunda	https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_135_310111_es.pdf
La gestión del conocimiento como ventaja competitiva organizacional	PMK Digital Learning	2020	Aprendizaje en el ciclo de la Gestión del Conocimiento, señala que se trata de actualizar el conocimiento corporativo sobre un tema específico o bien adquirir nuevo conocimiento para desarrollar nuevas habilidades profesionales.	Segunda	https://pmkvirtual.com/blog/gestion-del-conocimiento/
Gestión del Conocimiento	EVA	2022	Flujograma del doble ciclo de la Gestión del Conocimiento	Primera	https://www.funcionpublica.gov.co/es/web/eva/doble-ciclo-de-gestion
El Marketing Digital Transforma La Gestión De Pymes En Colombia	Martha Patricia Striedinger Meléndez	2018	La principal ventaja de un blog corporativo, es la capacidad de recibir <i>feedback</i> de los colaboradores y clientes	Segunda	https://www.redalyc.org/journal/4096/409658132001/html/
La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor	César Enrique Mora Contreras	2011	Tres aspectos generales a considerar en la satisfacción de un cliente o usuario	Segunda	https://www.researchgate.net/publication/271266656_La_Calidad_del_Servicio_y_la_Satisfaccion_del_Consumidor
Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras.	Yolanda Martha Pincay-Morales y Cecilia Parra-Feríé	2020	Participación e interacción interna entre los colaboradores es fundamental porque impacta en la calidad del servicio que obtienen los usuarios	Primera	https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4669
Calidad Del Servicio Y Fidelización Del Cliente En La Empresa De Transportes Flores Hermanos S.R.L. Cercado De Lima.	CAHUA ORTIZ ALAN YEN	2018	“El modelo Servqual de Calidad de Servicio”, con el objetivo principal de proporcionar herramientas para mejorar la calidad del servicio en las organizaciones.	Primera	https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/51/1/CAHUA%20ORTIZ%20ALAN%20YEN.pdf
Calidad total en la gestión de servicios	Zeithaml, Parasuraman y Berry	1993	Adecuación entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad del servicio.	Primera	https://www.academia.edu/29423776/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_GESTION_DE_SERVICIOS