



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE COUNTER´S DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO S.A.C. TRUJILLO, 2017”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado (a) en Administración

Autores:

Br. Lizet Caterine Izquierdo Aliaga

Br. Christian Felipe Lino Zanoni

Asesor:

Mg. Javier Lezcano Zavaleta

Trujillo – Perú

2019

DEDICATORIA

A Dios por derramar sus bendiciones sobre nosotros, y ayudarnos a superar los obstáculos que se han presentado a lo largo de nuestra formación académico profesional.

A nuestros padres por el apoyo brindado, sin ellos no hubiera sido posible lo que hemos logrado.

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres, por ser pilares fundamentales en nuestra motivación por salir adelante y formarnos profesionalmente.

A nuestros docentes universitarios, quienes compartieron experiencias y lecciones contribuyendo así a nuestra formación académica profesional.

A la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC, por las facilidades que nos brindaron para lograr nuestra investigación.

A la universidad Privada del Norte, por abrirme sus puertas permitiéndome formarme profesionalmente.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
Tabla de contenidos.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Realidad problemática.....	9
1.2. Formulación del problema.....	21
1.3. Justificación.....	21
1.4. Objetivos.....	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos.....	22
1.5. Hipótesis.....	22
CAPITULO II. METODOLOGÍA.....	22
2.1. Diseño de investigación.....	23
2.2. Unidad de estudio.....	23
2.3. Población.....	23
2.4. Muestra (muestreo o selección).....	23
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	24
2.6. Procedimientos.....	25
CAPITULO III. RESULTADOS.....	26
CAPITULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES.....	39
4.1. Discusión.....	39
4.2. Conclusiones.....	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	26
Tabla 2: Nivel de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	27
Tabla 3: Distribución de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	28
Tabla 4: Nivel de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente.....	29
Tabla 5: Distribución de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC.....	30
Tabla 6: Nivel de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	31
Tabla 7: Distribución de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	32
Tabla 8 : Nivel de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	33
Tabla 9: Distribución de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	34
Tabla 10: Nivel de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	35
Tabla 11: Comparación de los niveles de la dimensión de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	36
Tabla 12: Nivel de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	27
Figura 2: Nivel de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	28
Figura 3: Distribución de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	29
Figura 4: Nivel de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	30
Figura 5: Distribución de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC.....	31
Figura 6: Nivel de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC.....	32
Figura 7: Distribución de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	33
Figura 8: Nivel de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	34
Figura 9: Distribución de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	35
Figura 10: Nivel de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	36
Figura 11: Comparación de los niveles de la dimensión de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	37
Figura 12: Nivel de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC	38

RESUMEN

La presente investigación se ha realizado con el propósito de medir el nivel de calidad de servicio en el área counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Se utilizó el diseño descriptivo, empleando la técnica de la encuesta la misma que contó con 22 ítems para la recolección de datos, validados por medio de la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach. Se consideró como población objetivo a 200 clientes, determinándose una muestra de 132 clientes de la empresa.

Los resultados han permitido medir el nivel de calidad de servicio en el área de counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. El cual se encuentra en un nivel bueno, así mismo se ha logrado describir los objetivos específicos. Cuyas descripciones nos manifiestan preocupación por las necesidades de sus clientes, dándoles la seguridad que se requiere desde inicio a fin de sus servicios.

Palabras Claves: Calidad, Servicio, Empresa.

ABSTRACT

The present research has been carried out with the objective of measuring the level of quality of service in the counter area of the interprovincial express transport company Dorado SAC. The descriptive design was used, the use of the survey technique with 22 elements for the data collection, validated by means of the application of the Cronbach's Alpha coefficient. A target population of 200 clients was identified, with a sample of 132 clients of the interprovincial express transport company Dorado SAC.

The results of the investigation allowed to measure the level of quality of service in the counter area of the interprovincial express transport company Dorado SAC. In this way, it has been achieved that the level of service quality in the counter area of the interprovincial express transport company Dorado SAC is at a good level, since the company has it concerned about the problems and doubts of its customers, as well as the customer service provided.

Keywords: Quality, Service, Company.

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El servicio al cliente ha venido tomando mayor impacto en proporción a la alta oferta requerida por la demanda actual, por tal motivo los clientes cuentan con un mayor panorama para poder elegir el servicio de transporte que requieren, es ahí donde radica la importancia de reconocer las necesidades de los pasajeros, ya que son ellos quienes cuentan con la última decisión. Los competidores se van nivelando en calidad y precio, por lo que es fundamental marcar la diferencia. Los compradores exigen cada vez más, por ende, son minuciosos al buscar, buena atención, ambientes confortables, seguridad, trato personalizado, y servicios rápidos. Actualmente el éxito de una empresa se basa en brindar servicios excelentes, asimismo, generar que sus compras sean satisfechas y atractivas en donde los resultados obtengan la fidelidad del cliente. Por tanto, es de importancia comprender que cada persona tiene percepciones diferentes de consumo, debido a diversos factores.

Los medios de transportes son necesidades inherentes a las sociedad, para ejecutar labores diarias, todos los sujetos se transportan a varios destinos, los transportes públicos por considerados las primeras opciones de transportarse y que encuentran con mayor disponibilidad, aunque podría no lograr con la expectativa que se espera, sin embargo, debe ser utilizada para llegar a sus destinos, hasta que exista la posibilidad de alcanzar a formas más rápidas, cómodas, seguras y eficientes, que cumplan no solo con la labor de dirigirlos hacia un destino sino también de satisfacción, deseo y perspectivas.

La fidelización del cliente se da en todas las organizaciones, en el caso de las empresas de transportes de pasajeros en el Perú, algunas han tomado conciencia brindando servicios más variados, los cuales van desde descuentos por cliente frecuente hasta el servicio de wi-fi. Así como la utilización de páginas web amigables. Es una verdad para el ciudadano de a pie que el transporte público en nuestro país es uno de los más ineficientes, ya que existen excesivos reclamos por

parte de ellos. El número de pasajeros que se trasladan casi siempre excede la capacidad máxima especificada; las infracciones de tránsito son reiteradas, al igual que el exceso de velocidad. Al referirse al servicio, existe “informalidad, maltrato a los pasajeros, ilegalidad e imprudencia de los transportistas y peatones.

En los últimos años el Perú, el sector transporte, ha mostrado un crecimiento notable; según el Banco Central de Reserva (BCR), pronostica que nuestro país tendrá un crecimiento económico en un 5,5% entre el periodo 2010 y 2011, posteriormente en el periodo setiembre del 2010 se había proyectado un crecimiento de 5% a 5.2%, respectivamente, según el Reporte de Inflación diciembre 2014; este dato nos da conocer que el Perú tiene un buen panorama económico. Por tal motivo las empresas deben de invertir en marketing, infraestructura, variedad de servicios para captar clientes, pero con calidad y modernidad (Banco Central de Reserva, 2015).

Para una empresa medir el nivel de calidad de servicio es prioridad, porque ayuda a reconocer a que escala está cumpliendo con satisfacer las expectativas y deseos de sus clientes, y con ello estar a la par de la competencia, además con este estudio identifica posibles debilidades en el área , inclusive se reduce o elimina los defectos que se ocasionan en el transcurso del trabajo; estableciendo puntos primordiales que se debe cumplir dentro de cada una de las áreas sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones. Se logra también con esto mejorar el clima de trabajo interno ya que los empleados no están presionados por las frecuentes quejas de los consumidores, usuarios y clientes, problemas que se detecta gracias a la investigación que se realiza. Es necesario dentro de una organización por cubrir con la satisfacción esperada para un público que en la actualidad desea salir totalmente satisfecho creando con ello una experiencia en el servicio proporcionando herramientas prácticas para una gestión integral. Hoy en día es necesario cumplir más allá de los patrones de calidad para ingresar en un mercado cada vez más exigente; además se debe buscar la mejora continua, la estandarización y control de los procesos. Así mismo hacer que los diferentes departamentos de la empresa hagan de la calidad una cualidad, definiendo los

objetivos que le corresponden buscando siempre la satisfacción del cliente y el mejoramiento constante, una excelente manera es implementar un sistema, que busque realizar evaluaciones específicas, con eficacia de todos los procesos dentro de la organización.

De acuerdo con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (M.T.C.) entre los años (2013 – 2017) se registró una tasa anual de crecimiento del 3.0% en el servicio regular de transporte terrestre por carretera a nivel nacional. En el año 2016 el número de pasajeros a nivel nacional fue de 83 299 650, La Libertad cuenta con 4 134 931 de pasajeros ocupando el quinto lugar después de Lima, Arequipa, Lambayeque, Cuzco respectivamente.

Tomando como datos el M.T.C. en el año 2017, se autorizaron 541 empresas que brindan el servicio de transporte de personas a nivel nacional, registrando un incremento de 52 empresas, equivalente a un crecimiento de 10,6% respecto al año 2016; La Libertad cuenta con 38 empresas de transporte de pasajeros ocupando el tercer lugar después de Lima y Arequipa. La empresa de transporte el Dorado se encuentra en el puesto número 25 en el ranking de las 541 empresas autorizadas con 18.5 frecuencia diarias de viaje, encabeza la lista del ranking la empresa de transportes Flores Hermanos que también tiene el mayor número de frecuencias diarias, quien además cuenta con 304 unidades en su flota.

Transporte el Dorado es una empresa que inicio en la ciudad de Trujillo, ha llegado a tener un importante crecimiento en el rubro, obteniendo una mayor participación a nivel nacional, por tal motivo se exige un alto nivel de sistema de control y administración en cada una de sus áreas. Sus empleados son preparados para dar asistencia a sus clientes, por ello los jefes y supervisores deben trabajar para que el servicio brindado sea totalmente bueno y los clientes queden satisfechos, sin embargo, es común que muchas veces existan inconvenientes con la atención brindada, y que se tiene un desconocimiento total del nivel de calidad de servicio que se ofrece en la empresa de transportes interprovincial el Dorado, es por ello que se desarrolla el presente estudio, con el fin de detectar los aspectos críticos

para tomar las medidas correctivas necesarias, para el mejoramiento de la calidad de servicio brindado en la dicha empresa.

En un enfoque internacional, en la tesis titulada *La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera presentado* por Benítez (2010), publicada por la Universidad de las palmas de Gran Canaria, España. El objetivo principal de la investigación fue profundizar en el estudio del nivel de calidad del servicio de los diferentes departamentos que componen el hotel en estudio. El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva de corte transversal. La población fue desconocida por lo que para la determinación de la muestra se aplicó la formula estadística de población desconocida, la misma que arrojó un resultado de 280 clientes. La recopilación de información se hizo la aplicación de una encuesta, la cual consto de 22 ítems, dirigido a los clientes. El autor concluye en que los clientes perciben el nivel de la calidad del servicio en un nivel alto lo que muestra satisfacción de estos. El antecedente presentado es preciso por lo que servirá de base para el desarrollo de la investigación.

En la investigación titulada *Desempeño laboral y calidad de servicio del personal administrativo en las universidades privadas (2009)*, publicada por la Universidad Privada Rafael Bellosó Chacín, Venezuela. Dicha investigación tuvo como objetivo determinar la asociación entre el desempeño laboral y la Calidad del servicio del personal administrativo en las universidades privadas del municipio Maracaibo del Estado-Zulia. El diseño de la investigación fue tipo correlacional, descriptiva, aplicada, y de campo, con un diseño no experimental, transaccional-correlacional. Se trabajó con un censo poblacional no probabilística a juicio del investigador. Se empleó un cuestionario, dando como resultado un alto porcentaje de 0.708 en la variable desempeño laboral la cual resulto ser confiable, en cuanto a la calidad prestada a los estudiantes por parte de los coordinadores con una confiabilidad de 0.937 el cual implica que ambas variables tienen un nivel de confiabilidad alto, se presenta un ambiente de trabajo en equipo y el supervisor es quien controla realmente todas las actividades delegadas.

En el aspecto nacional en la tesis titulada “*Calidad de Servicio en la empresa Gama Express E.I.R.L*, de Martínez (2013), publicado por la Universidad Señor de Sipán en la que se tuvo como objetivo principal determinar el nivel de calidad de servicio percibido por los clientes. El tipo de investigación utilizada fue de tipo descriptiva. La población se encontró conformada por los clientes, el cual ascendió a 1700 consumidores, para la determinación de la muestra fue mediante la aplicación de la fórmula de estadística, la misma que arrojó un resultado de 375 consumidores. El instrumento aplicado fue de elaboración propia constando de 17 ítems, luego de analizada la información obtenida el autor concluye en que existe un nivel de calidad de atención alta, pues los colaboradores suelen mostrar preocupación por los clientes, asimismo, el tiempo de atención es rápida. El antecedente apoyara directamente con el trabajo y diseñar políticas de incentivos y beneficios más efectivas para el personal, además que aporta información necesaria y completa para el desarrollo de la investigación.

Asimismo, Ibañez (2014) en su investigación titulada “*Calidad de servicio en Ingeniería S.A.C ubicada en la ciudad de Trujillo*” publicado por la universidad Privada Cesar Vallejo, Trujillo. Se extrae que el objetivo general fue Determinar el nivel de percepción que los clientes tienen de la calidad del servicio. Se utilizó como técnica de recolección de datos una encuesta aplicada. La muestra se encontró compuesta por 156 clientes. Mediante la aplicación del instrumento se reconoció que el 51% de los trabajadores de la empresa, percibe la calidad del servicio en un nivel alto, mientras que el 24% expresan percibirla en nivel medio. El antecedente contribuye a esta investigación, en que la empatía en la atención del servicio debe ser personalizado con el cliente, para así responder las necesidades de ellos y hacerles sentir especial, mostrando un trato amable y cordial con todos los clientes por parte de los trabajadores, tanto en el personal de atención y administrativo.

En la tesis titulada *El nivel de calidad del servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo SERVQUAL CASO: centro de idiomas de la universidad nacional del Callao Periodo 2011 - 2012*” de Suarez (2015) publicado por la

Universidad Mayor de San Marcos, Lima. Se tuvo como propósito determinar el nivel de calidad de servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 - 2012, mediante el modelo SERVQUAL, el cual tiene cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Para el estudio se emplearon herramientas estadísticas y de recolección de datos por fuentes primarias y secundarias, además se utilizó un cuestionario basado en el Modelo SERVQUAL, para determinar las percepciones de los usuarios con respecto a los servicios brindados por el CIUNAC y establecer el nivel de calidad del servicio. Los resultados expresaron que los usuarios se mostraban en desacuerdo con el enunciado, por lo que se propone un manual de atención al usuario para mejorar este punto.

En un entorno local en la tesis la cual lleva por título *influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus – mall de la ciudad de Trujillo – 2014*, de Vela y Zavaleta (2014), publicado por la universidad Privada Antenor Orrego en la ciudad de Trujillo. El propósito de la investigación fue determinar la influencia de la calidad del servicio en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro. Fue una investigación de diseño descriptivo correlacional de corte transversal. La población se encontró constituida por 600 clientes, para la determinación de la muestra se aplicó, la formula estadística para población finita, la misma que arrojó un resultado de 340 clientes. La recolección de información se hizo a través de un cuestionario, el cual conto con 15 ítems con escala de Likert, asimismo, se utilizó análisis documental enfocado en el reporte de ventas de los años 2013 y 2014, luego de analizada la información los autores llegaron a la conclusión que la calidad de servicio brindada en la institución objeto de estudio influye de manera directa con el nivel de ventas, es decir, a mejor calidad el nivel de ventas aumentará. El antecedente expuesto contribuye a dar un enfoque en cuán importante es brindar un buen servicio, pues este repercute en las ventas de la organización.

Calidad de servicio es definida por Fontalvo (2009) que señala que la calidad es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las

necesidades y expectativas de los clientes. El autor hace énfasis en que la calidad es propio de un servicio, ya que de alguna u otra forma esta es parte de su naturaleza.

Por otro lado Juran, (1990) concibe la calidad como “las características de un producto o servicio que le proporcionan la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes”.

Asimismo, Cuatrecasas (2010) nos dice que la calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a lo que expresan los consumidores o clientes de este.

Alcalde (2010) nos dice que cuando hablamos de calidad, estamos pensando en lo que posee un determinado producto. Hoy en día se trabaja con el concepto de calidad total, que implica llevar el concepto a todos los ámbitos de la empresa.

Los autores dan su punto de vista desde sus perspectivas, claro está que cada uno aporta diferentes conceptos, sin embargo, coinciden que la calidad es algo propio del servicio que se brinden a los consumidores.

Asimismo, Kenzelmann (2008) señala que, desde el punto de vista de la administración de empresas, la calidad del servicio es un logro en el servicio al cliente y se refleja en cada situación de compra. Los clientes forman expectativas de experiencias pasadas, boca a boca y comunicaciones de marketing. La medición de los aspectos subjetivos del servicio al cliente depende de la conformidad del beneficio esperado con el resultado percibido. Esto a su vez depende de la expectativa del cliente en términos de servicio, que podría recibir y la capacidad del proveedor y el talento para presentar lo esperado. Las empresas exitosas agregan beneficios a su oferta que no solo satisfacen a los clientes, sino

que también los sorprenden y los deleitan. Encantar a los clientes es una cuestión de exceder sus expectativas.

Por otro lado Euge (2015) hace énfasis en que la imagen personal de los colaboradores de la empresa es un factor influyente en la calidad del servicio brindado, por lo mismo menciona que los colaboradores deben vestir de manera adecuada, así como también el llevar un peinado que les permita desenvolverse de manera correcta.

Así como también menciona el diario la Gestión (2014) donde se menciona la importancia de la imagen que poseen los colaboradores de una empresa.

Por otro lado la seguridad es otra de las características que sobresale de la calidad de servicio por ello la Cámara de Comercio e Industria Franco - Argentina (CCIFA) (2014) menciona que la seguridad del establecimiento donde recurren los clientes debe ser un lugar sumamente seguro, donde este se sienta en total comodidad y confianza sin preocupación que alguien pueda atentar contra su integridad física.

Asimismo, las señales de seguridad forman parte de una buena seguridad, la ley Nro 25357 (2005) publicada por el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) donde se indica que las organizaciones deben contar obligatoriamente con señales de seguridad en caso de una emergencia.

Como refiere Udiz G. (2012) “Ante los errores que tienen las organizaciones se puede actuar de dos formas básicas: en la prevención y reacción. Ambas son esenciales, pero debemos considerar que es imposible evitar todos los problemas ya que lo que realmente nos definirá como empresa son los tipos de soluciones que apliquemos”.

El control de Calidad de Gryna, Chua, & Defeo (2007) mencionan que el control de calidad es un proceso empleado, el cual mide el cumplimiento de los estándares de manera consistente, el autor menciona que este proceso sigue los siguientes pasos: Observación del desempeño actual, Comparación con algún estándar y tomar medidas

Por otro lado, Salina (2015) menciona que el control de calidad son mecanismos, los mismos que son utilizados para detectar la presencia de errores, con el fin de tomar las medidas correctivas pertinentes.

Asimismo, Jave (2013) menciona 7 mecanismos los cuales son utilizados para el control de calidad: Hoja de control, Histograma, Diagrama de Pareto, Diagrama de Causa Efecto, Estratificación, Diagrama de Scadter, Grafica de Control.

También, García (2016) menciona que la calidad del servicio o producto ofrecido es de suma importancia, ya que cada vez surgen productos y servicios más complejos es por ello que este debe ser enfrentado con total eficiencia.

Ramírez (2015) menciona los diferentes modelos de la calidad de servicio mencionándose a continuación:

Modelo Deming, fue desarrollado por la unión japonesa de científicos e ingenieros, este modelo se centra en recoger la aplicación práctica de las teorías japonesas, teniendo como principal objetivo la comprobación que mediante la implantación del control de calidad se obtienen buenos resultados. Se basa en la satisfacción del cliente y el bienestar público.

El modelo recoge diez criterios de evaluación de gestión de calidad de la organización.

1. Políticas y Objetivos
2. Organización y operativa
3. Educación y su diseminación
4. Flujo de información y su utilización

5. Calidad de productos y procesos
6. Estandarización
7. Gestión y control
8. Garantía de calidad de funciones, sistemas y métodos
9. Resultados
10. Planes para el futuro

Modelo Malcolm Baldrige, creado en Estados Unidos, su enfoque es sensibilizar al país y a las industrias, promocionando la utilización de la calidad total, se basa en siete criterios básicos:

1. Liderazgo
2. Planeamiento estratégico
3. Clientes
4. Información y análisis
5. Recurso humano
6. Proceso de la administración
7. Resultados del negocio

Modelo EFQM de Excelencia

El modelo se encuentra basado en los resultados excelentes por el rendimiento general de una organización apoyado en los siguientes criterios:

1. Liderazgo
2. Personas
3. Políticas y estrategias
4. Alianzas y recursos
5. Procesos
6. Resultados en las personas
7. Resultados en los clientes
8. Resultados en la sociedad
9. Resultados clave

Importancia de la calidad, de acuerdo con Colunga (1995): La importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como:

- a) Reducción de costos
- b) Disminución en los precios
- c) Presencia en el mercado
- d) Permanencia en el mercado
- e) Generación de empleos

Asimismo, Carmona (2015) menciona que la calidad del servicio al cliente promueve el desarrollo y crecimiento de la empresa, ya que el cliente al sentirse bien atendido vuelve.

Metodología SERVQUAL, esta metodología surge de un proceso de investigación llevado a cabo por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L Berry y auspiciada por el Marketing Science Institute (MSI) en Cambridge, Massachusetts EEUU, en donde el propósito fundamental era realizar un estudio preparatorio sobre la calidad de los servicios. En el desarrollo de la fase II de este proyecto, que consistió en un estudio empírico a gran escala centrado en el punto de vista del cliente sobre el modelo de calidad del servicio, fue desarrollada la metodología para medir la calidad del servicio que fue llamada SERVQUAL (15). Diversas investigaciones acerca de la aplicación del modelo SERVQUAL concluyen que ha sido el más utilizado para la evaluación de la calidad de los servicios públicos. En particular Bigne et al. demuestran la fiabilidad de la escala SERVQUAL frente a otras metodologías para medir la calidad, fundamentalmente en tres servicios públicos: educación superior, transporte y salud. El modelo de Parasuraman, Len Berry y Valerie Zeithaml determinó cinco dimensiones de la calidad, de las cuales solo una es visible.

En general, el modelo conceptual para la calidad del servicio SERVQUAL, está basado en medir el nivel de calidad del servicio de los clientes respecto a un servicio o producto.

Dimensiones para la calidad de servicio, Riveros (2007), los factores claves de éxito y están clasificados en: Tangibilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad:

1. Tangibilidad, es todo lo percibido en el servicio brindado estos son:
 - Instalaciones físicas
 - Apariencia del personal que atiende
 - Equipos utilizados para prestar el servicio
 - Documentos y demás elementos de apoyo al servicio
2. Seguridad: Los colaboradores de las empresas deben conocer todos los detalles de su trabajo, mostrarse amables y proyectar confianza en el servicio que ofrecen.
3. Capacidad de respuesta: Se refiere a la disposición de la empresa para responder oportunamente a los clientes y proporcionar un servicio rápido, que supere sus expectativas.
4. Empatía: Es la disposición de ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. Se manifiestan en las siguientes características:
 - Compromiso con el cliente.
 - Cortesía, trato al cliente con respeto y consideración.
 - Interés y voluntad para resolver problemas.
5. Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio prometido en el tiempo especificado de modo cuidadoso y fiable desde el principio.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio en el área de Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC Trujillo, 2017?

1.3. Justificación

La investigación tiene como finalidad conocer el nivel de calidad de servicio brindado, con el fin de tomar medidas para el mejoramiento de este. Posee una justificación teórica porque, la calidad de servicio es un aspecto que determina la competitividad de las empresas en el mundo actual.

Además, posee una justificación práctica porque ayuda a la empresa objeto de estudio a tener un conocimiento claro, del nivel actual de calidad de servicio brindado a los clientes. por ello, a través de esta investigación, se les proporciona a los representantes de la empresa, datos precisos en cuanto a los resultados obtenido sobre la calidad de servicio; así mismo el desarrollo de este trabajo también servirá como guía de referencia para los propietarios quienes pueden identificar las fortalezas y debilidades en el nivel de satisfacción del cliente, así saber dónde empezar y que acciones de mejora implementar.

La investigación posee una justificación académica, debido a que sirve como base fundamental para el desarrollo de otras investigaciones, además contiene información actualizada y validada por diferentes autores. Asimismo, provee instrumentos validados los cuales pueden ser usados para investigaciones futuras.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Medir el nivel de calidad de servicio en el área de Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC, Trujillo 2017

1.4.2. Objetivos específicos

- Describir el nivel de la dimensión tangibilidad en el área Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.
- Describir el nivel de la dimensión seguridad en el área Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.
- Describir el nivel de la dimensión capacidad de respuesta en el área Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.
- Describir el nivel de la dimensión empatía en el área Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.
- Describir el nivel de la dimensión fiabilidad en el área Counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.

1.5. Hipótesis

H1: Existe un alto nivel de calidad de servicio en el área de counter’s. de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC, Trujillo, 2017.

CAPITULO II. METODOLOGÍA

21. Diseño de investigación

El método de investigación es cuantitativo pues los fenómenos en investigación son susceptibles de ser medidos y se ha empleado la estadística como herramienta para el análisis e interpretación de resultados (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010). Este tipo de estudio es No Experimental. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; de diseño descriptivo.

M – O

Donde:

M: Muestra a los clientes atendidos por el área de counter’s.

O: Observación de muestra sobre la calidad de servicio.

22. Unidad de estudio

Es un cliente atendido por el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC.

23. Población

Esta investigación considerò 200 clientes atendido por el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC.

24. Muestra (muestreo o selección)

El muestreo realizado es aleatorio simple aplicado solo a los clientes atendido por el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC; obteniendo una muestra de 132 clientes. Siendo un muestreo probabilístico.

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.05 * 200}{0.05^2(199) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05} = 132 \text{ Clientes}$$

n: Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo.

Es la variable que se desea determinar.

p y q: Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra, donde $p = 0.05$ y $q = 0.05$.

Z: Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto, el valor $Z = 1.96$

N: El total de la población clientes 200.

E: Representa el error estándar de la estimación, de acuerdo con la doctrina, debe ser 5%

25. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica: encuesta, es la técnica que persigue indagar la opción que tiene un sector de la población sobre determinado problema.

Instrumento: cuestionario, es el conjunto de preguntas formuladas para determinar el nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC, el cual se utilizó como base metodológica el modelo SERVQUAL de calidad percibida en los servicios propuesto por (Zeithaml V, 2004), el cual consta de 5 dimensiones (Tangibles, Seguridad, Capacidad de respuesta, Empatía y Fiabilidad), de 22 Ítems con 5 alternativas múltiples (Totalmente en desacuerdo (0), En desacuerdo (1), Indiferente (2), De acuerdo (3) y Totalmente de acuerdo (4)). (Anexo 1)

Validado por el Ing. Argomedo García Alondra Evelyn; el cual utilizò los métodos aceptados para medir la fiabilidad está el de las dos mitades o Split-half, que consiste en hallar el coeficiente de correlación de Pearson entre las dos mitades de cada factor (par e impar) de los elementos, y luego corregir los resultados según la fórmula de Spearman- Brown. Utilizando el método de las dos mitades y aplicada a 22 elementos con las mismas características de la población de estudio, el instrumento adaptado por las autoras para medir la calidad de servicio se

sometió a la prueba de confiabilidad, el resultado se presenta a continuación: un Coeficiente de dos mitades de Guttman = 0,996; y que al aplicar la Corrección de Spearman-Brow presentó los siguientes resultados: Instrumento utilizado (longitud igual) = 0,996. El cual el instrumento presenta confiabilidad Interna altamente significativa, con un alfa de Cronbach = 0,991

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.991	22

2.6. Procedimientos

Para el análisis descriptivo de los datos obtenidos se emplea estadísticos como el programa de Excel 2016 y Spss 24, la cual se encarga de recopilar y examinar la información relevante a la muestra obtenida por la población, del cuestionario de 22 ítems aplicado a la empresa, obteniendo para los resultados:

- ✓ Tablas de frecuencias
- ✓ Gráficos

Para obtener el nivel calidad de servicio en el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. y las 5 dimensiones de la calidad de servicio se tendrán en cuenta los siguientes puntajes para su evaluación:

Cuadro 1: Nivel total de la Calidad de Servicio

Puntaje	Nivel de la calidad de servicio
0 – 29	Bajo
30 – 58	Medio
59 – 88	Alto

Cuadro 2: de la calidad de servicio: Tangibilidad

Puntaje	Nivel
0 – 5	Bajo
6 – 10	Medio
11 – 16	Alto

Cuadro 3: de la calidad de servicio: Seguridad

Puntaje	Nivel
0 – 3	Bajo
4 – 6	Medio
7 - 8	Alto

Cuadro 4: de la calidad de servicio: Capacidad de respuesta

Puntaje	Nivel
0 – 5	Bajo
6 – 10	Medio
11 – 16	Alto

Cuadro 5: de la calidad de servicio: Empatía

Puntaje	Nivel
0 – 8	Bajo
9 – 16	Medio
17 – 24	Alto

Cuadro 6: de la calidad de servicio: Fiabilidad

Puntaje	Nivel
0 – 8	Bajo
9 – 16	Medio
17 – 24	Alto

CAPITULO III. RESULTADOS

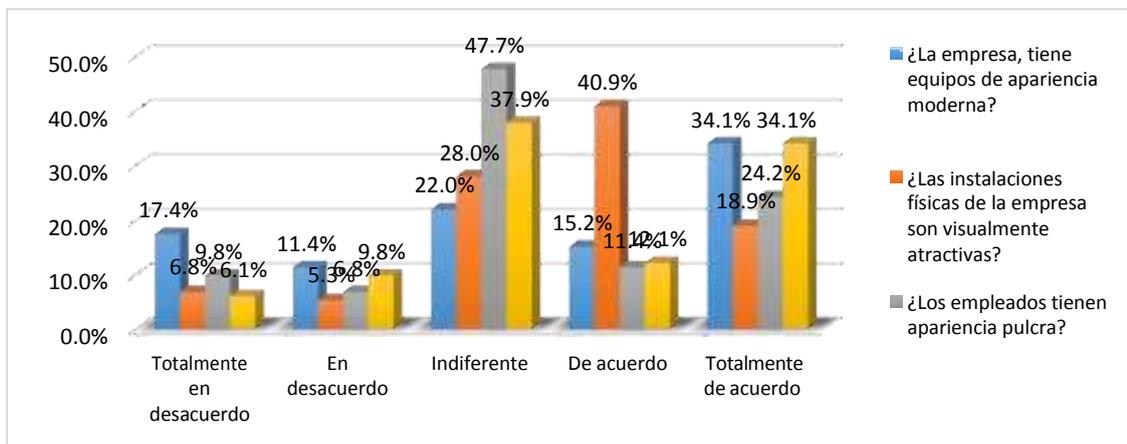
Tabla 1: Distribución de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Tangible	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%

La empresa, tiene equipos de apariencia moderna	23	17.4%	15	11.4%	29	22.0%	20	15.2%	45	34.1%
Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas	9	6.8%	7	5.3%	37	28.0%	54	40.9%	25	18.9%
Los empleados tienen apariencia pulcra	13	9.8%	9	6.8%	63	47.7%	15	11.4%	32	24.2%
Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estantes) son visualmente atractivos	8	6.1%	13	9.8%	50	37.9%	16	12.1%	45	34.1%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 1: Distribución de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°1

Interpretación: de los datos sobre las preguntas de la dimensión de tangibilidad, en la pregunta si empresa, tiene equipos de apariencia moderna el 34.1% totalmente de acuerdo y 11.4% en desacuerdo; en la pregunta si instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas el 40.9% en de acuerdo y el 5.3% en desacuerdo; en la pregunta si empleados tienen apariencia pulcra el 47.7% indiferente y el 6.8% en desacuerdo y la pregunta si los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estantes) son visualmente atractivos el 37.9% es indiferente el 6.1% totalmente en desacuerdo.

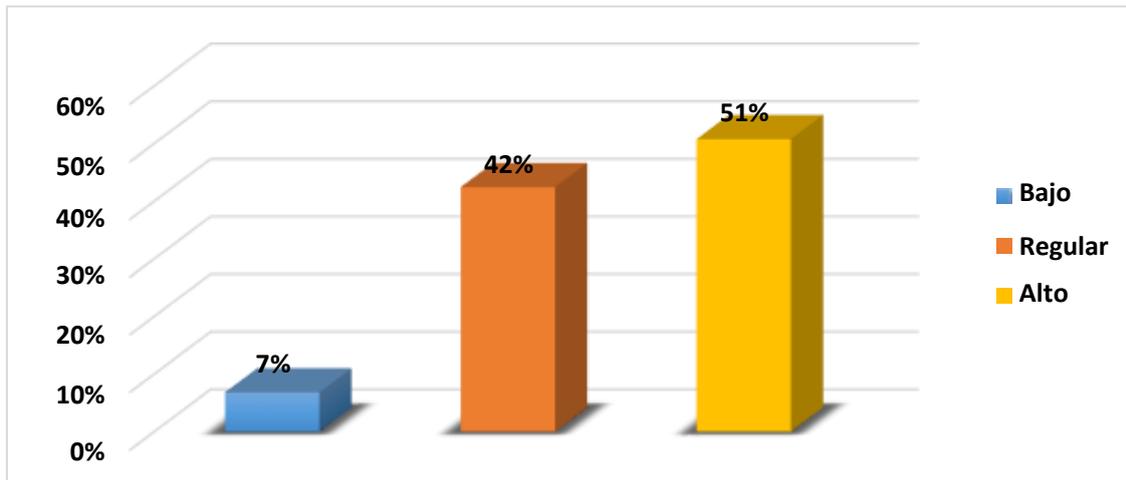
Tabla 2: Nivel de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
Bajo	9	7%
Regular	56	42%

Alto	67	51%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 2: Nivel de la dimensión de tangibilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°2

Interpretación: de los datos sobre el nivel de la dimensión de tangibilidad, se obtuvo un nivel alto de un 51%, seguidamente de un nivel regular de un 42% y por último un nivel bajo del 7%.

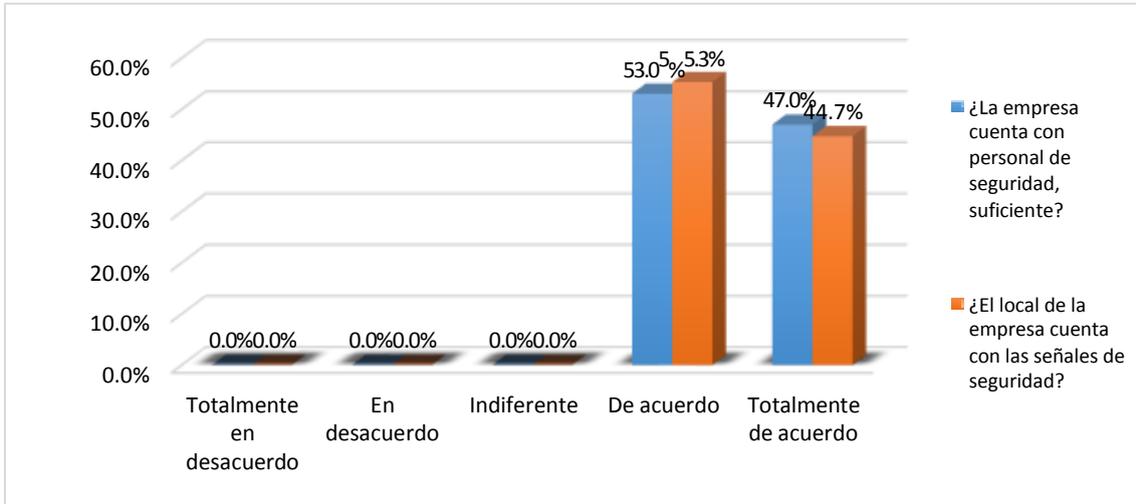
Tabla 3: Distribución de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Seguridad	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
La empresa cuenta con personal de seguridad, suficiente	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	70	53.0%	62	47.0%

El local de la empresa cuenta con las señales de seguridad	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	73	55.3%	59	44.7%
--	---	------	---	------	---	------	----	-------	----	-------

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 3: Distribución de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°3

Interpretación: de los datos sobre las preguntas de la dimensión de seguridad, en la pregunta si la empresa cuenta con personal de seguridad, suficiente el 53% en de acuerdo y el 47% totalmente de acuerdo. En la pregunta si el local de la empresa cuenta con las señales de seguridad con un 55.3% en de acuerdo y el 44.7% totalmente de acuerdo.

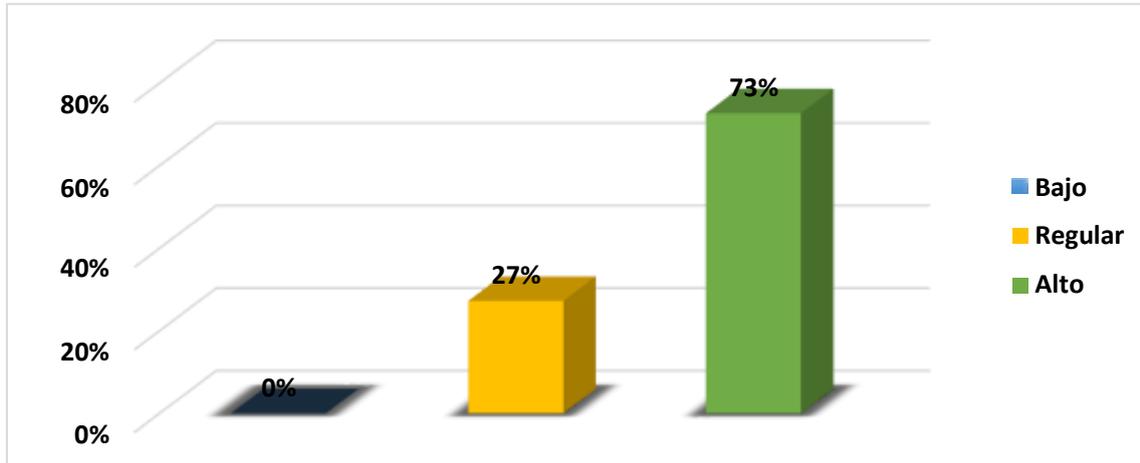
Tabla 4: Nivel de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
Bajo	0	0%

Regular	36	27%
Alto	96	73%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 4: Nivel de la dimensión de seguridad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°4

Interpretación: de los datos sobre el nivel de la dimensión de seguridad, se obtuvo un nivel alto de un 73%, seguidamente de un nivel regular de un 27%.

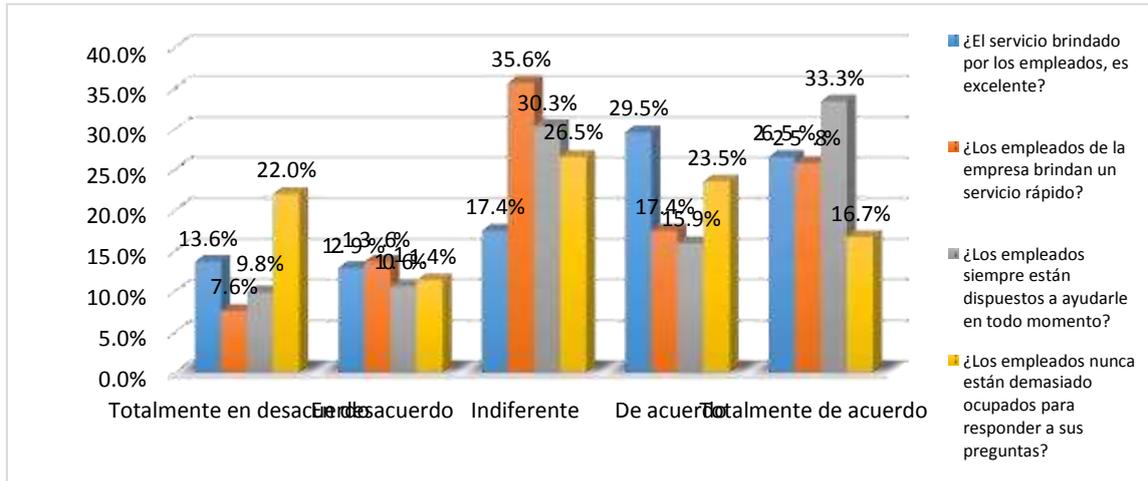
Tabla 5: Distribución de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Capacidad de respuesta	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%

El servicio brindado por los empleados, es excelente	18	13.6%	17	12.9%	23	17.4%	39	29.5%	35	26.5%
Los empleados de la empresa brindan un servicio rápido	10	7.6%	18	13.6%	47	35.6%	23	17.4%	34	25.8%
Los empleados siempre están dispuestos a ayudarle en todo momento	13	9.8%	14	10.6%	40	30.3%	21	15.9%	44	33.3%
Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	29	22.0%	15	11.4%	35	26.5%	31	23.5%	22	16.7%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 5: Distribución de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°5

Interpretación: de los datos sobre las preguntas de la dimensión de capacidad, en la pregunta si el servicio brindado por los empleados, es excelente el 29.5% en de acuerdo y el 12.9% en desacuerdo; en la pregunta si los empleados de la empresa brindan un servicio rápido el 35.6% indiferente y el 7.6% en totalmente en desacuerdo; en la pregunta si los empleados siempre están dispuestos a ayudarle en todo momento el 33.3% en totalmente de acuerdo y el 9.8% totalmente en desacuerdo y en la pregunta si los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas el 26.5% son indiferente y el 11.4% en desacuerdo.

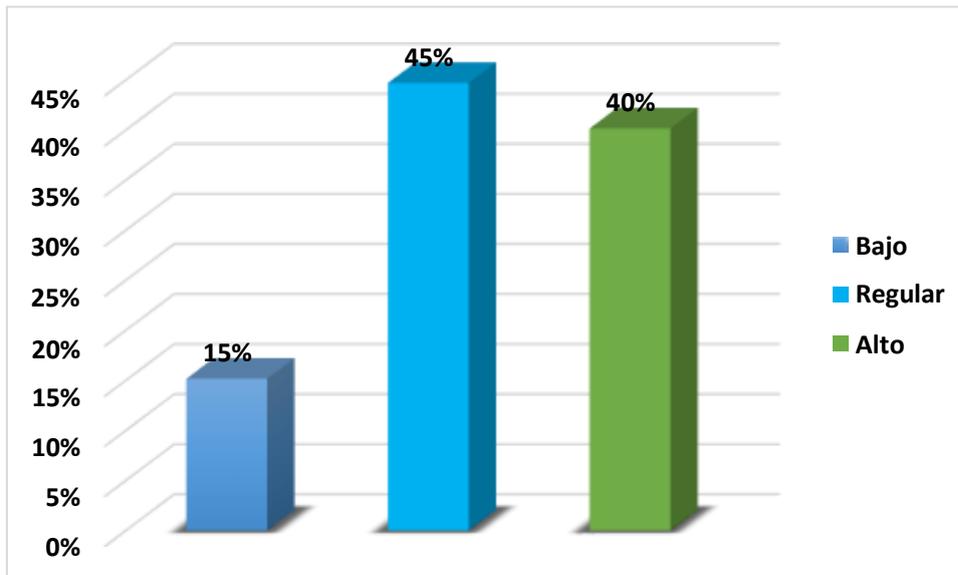
Tabla 6: Nivel de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
---------	----	---

Bajo	20	15%
Regular	59	45%
Alto	53	40%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 6: Nivel de la dimensión de capacidad de respuesta del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°6

Interpretación: de los datos sobre el nivel de la dimensión de capacidad, se obtuvo un nivel regular con un 45%, seguidamente de un nivel alto con un 40% y por último un nivel bajo de un 15%.

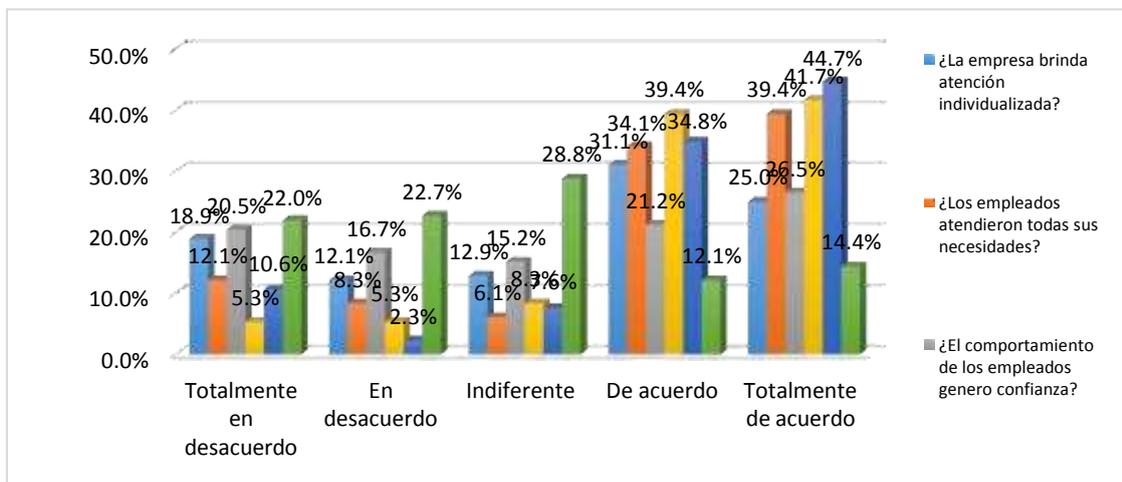
Tabla 7: Distribución de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Empatía	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%

La empresa brinda atención individualizada	25	18.9%	16	12.1%	17	12.9%	41	31.1%	33	25.0%
Los empleados atendieron todas sus necesidades	16	12.1%	11	8.3%	8	6.1%	45	34.1%	52	39.4%
El comportamiento de los empleados genero confianza	27	20.5%	22	16.7%	20	15.2%	28	21.2%	35	26.5%
La empresa tiene un horario de atención conveniente	7	5.3%	7	5.3%	11	8.3%	52	39.4%	55	41.7%
Los empleados demuestran cortesía todo el tiempo	14	10.6%	3	2.3%	10	7.6%	46	34.8%	59	44.7%
Los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas	29	22.0%	30	22.7%	38	28.8%	16	12.1%	19	14.4%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 7: Distribución de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°7

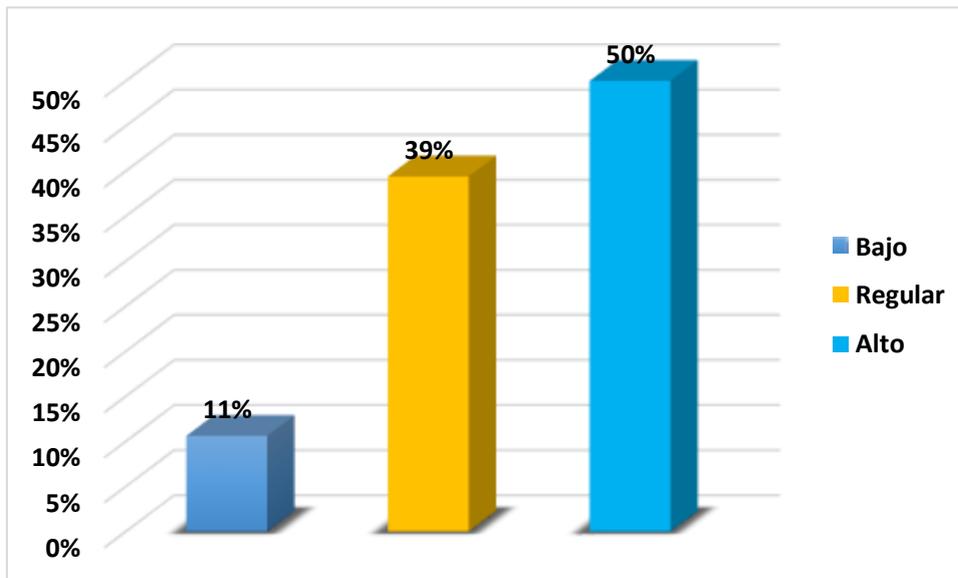
Interpretación: de los datos sobre las preguntas de la dimensión de empatía, en la pregunta si la empresa brinda atención individualizada el 31.1% en de acuerdo y el 12.1% en desacuerdo; en la pregunta si los empleados atendieron todas sus necesidades el 39.4% totalmente de acuerdo y el 6.1% son indiferente; en la pregunta si el comportamiento de los empleados genero confianza el 26.5% totalmente de acuerdo y el 15.2% es indiferente; en la pregunta si la empresa tiene un horario de atención conveniente el 41.7% totalmente de acuerdo y el 5.3% en totalmente desacuerdo; en la pregunta si los empleados demuestran cortesía todo el tiempo el 44.7% totalmente de acuerdo y el 2.3% en desacuerdo y en la pregunta si los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas el 28.8% es indiferente y el 12.1% en de acuerdo.

Tabla 8: Nivel de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
Bajo	14	11%
Regular	52	39%
Alto	66	50%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 8: Nivel de la dimensión de empatía del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°8

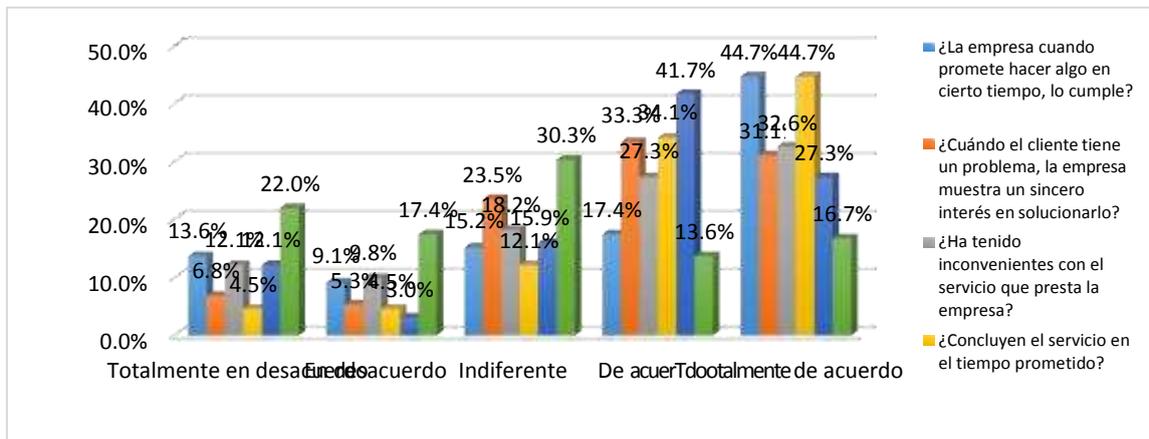
Interpretación: de los datos sobre el nivel de la dimensión de empatía, se obtuvo un nivel alto con un 50%, seguidamente de un nivel regular de un 39% y por último un nivel bajo de un 11%.

Tabla 9: Distribución de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Fiabilidad	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
La empresa cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	18	13.6%	12	9.1%	20	15.2%	23	17.4%	59	44.7%
Cuándo el cliente tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo	9	6.8%	7	5.3%	31	23.5%	44	33.3%	41	31.1%
Ha tenido inconvenientes con el servicio que presta la empresa	16	12.1%	13	9.8%	24	18.2%	36	27.3%	43	32.6%
Concluyen el servicio en el tiempo prometido	6	4.5%	6	4.5%	16	12.1%	45	34.1%	59	44.7%
Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes	16	12.1%	4	3.0%	21	15.9%	55	41.7%	36	27.3%
Los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio	29	22.0%	23	17.4%	40	30.3%	18	13.6%	22	16.7%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 9: Distribución de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°9

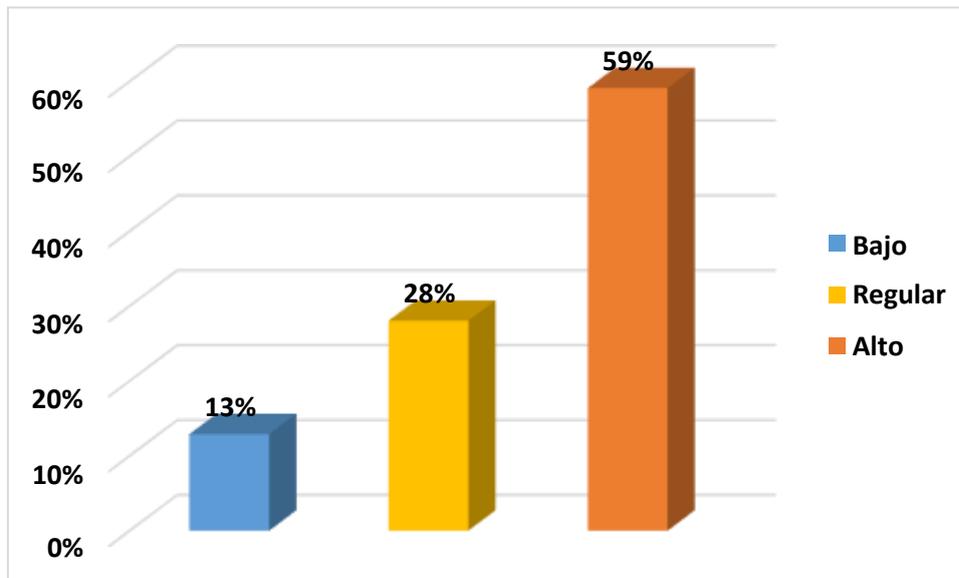
Interpretación: de los datos sobre las preguntas de la dimensión de fiabilidad, en la pregunta si la empresa cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple el 44.7% totalmente de acuerdo y el 9.1% en desacuerdo; en la pregunta si el cliente tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo el 33.3% en de acuerdo y el 5.3% en desacuerdo; en la pregunta si ha tenido inconvenientes con el servicio que presta la empresa el 32.6% totalmente de acuerdo y el 9.8% en desacuerdo; en la pregunta si concluyo el servicio en el tiempo prometido el 44.7% totalmente de acuerdo y el 4.5% en totalmente en desacuerdo; en la pregunta si los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes el 41.7% en de acuerdo y el 3% en desacuerdo y en la pregunta si los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio el 30.3% es indiferente y el 13.6% en acuerdo.

Tabla 10: Nivel de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
Bajo	17	13%
Regular	37	28%
Alto	78	59%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 10: Nivel de la dimensión de fiabilidad del nivel de calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°10

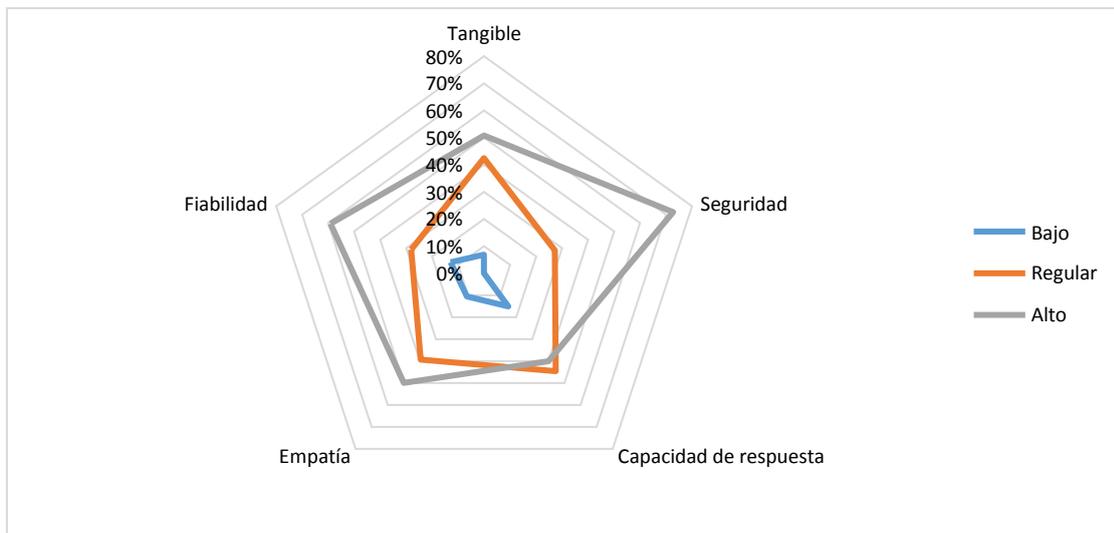
Interpretación: de los datos sobre el nivel de la dimensión de fiabilidad, se obtuvo un nivel alto con un 59%, seguidamente de un nivel regular de un 28% y por último un nivel bajo de un 13%.

Tabla 11: Comparación de los niveles de la dimensión de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	Tangible		Seguridad		Capacidad de respuesta		Empatía		Fiabilidad	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	9	7%	0	0%	20	15%	14	11%	17	13%
Regular	56	42%	36	27%	59	45%	52	39%	37	28%
Alto	67	51%	96	73%	53	40%	66	50%	78	59%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 11: Comparación de los niveles de la dimensión de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°11

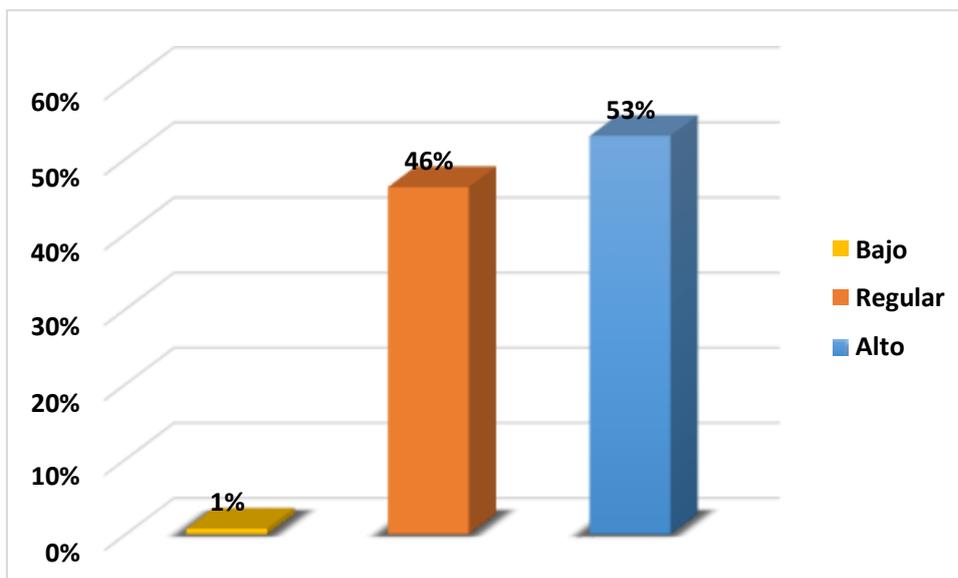
Interpretación: de los datos sobre en la encuesta en las dimensiones del nivel calidad de servicio del cliente en un nivel alto destaca la dimensión de seguridad con un 73%, en un nivel regular el que destaca es la dimensión capacidad de repuesta con un 45% y con un nivel bajo la dimensión de capacidad de respuesta con un 15%.

Tabla 12: Nivel de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Niveles	N°	%
Bajo	1	1%
Regular	61	46%
Alto	70	53%
Total	132	100%

Fuente: datos obtenidos de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC

Figura 12: Nivel de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC



Fuente: datos obtenidos de la tabla N°12

Interpretación: de los datos sobre el nivel sobre el nivel de la calidad de servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC; fue de un nivel alto con un 53%; seguidamente de un nivel regular de un 46% y un nivel bajo del 1%.

CAPITULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La investigación tuvo como propósito fundamental medir el nivel de calidad de servicio en el área de Counter’s de la empresa de transportes Expreso Interprovincial Dorado SAC, Trujillo 2017, para ello se aplicó un cuestionario el mismo que contó con 22 ítems.

La información obtenida mediante el instrumento ya mencionado indica que el nivel de la calidad del servicio del cliente en el área de counter’s de la empresa de transporte Expreso Interprovincial Dorado SAC. fue de un nivel alto con un 53%; seguidamente de un nivel regular de un 46% y un nivel bajo del 1%, por ello se afirma que la calidad del servicio brindado al cliente es buena. La calidad del servicio es inherente a este tal como indica Fontalvo (2009) asimismo, Carmona (2015) indica que el tener una buena calidad de servicio contribuye en alto grado al crecimiento y desarrollo de la organización, por ello el autor lo califica como uno de los puntos primordiales que toda organización debe tener, buscando siempre cumplir con las expectativas de los clientes.

En su dimensión Tangible fue percibida en un nivel alto por el 51% de los encuestados, mientras que 42% lo percibió en un nivel regular, asimismo el 7% lo percibió en un nivel bajo, pues los clientes afirmaron que la empresa cuenta con equipos modernos, así como también con infraestructura atractiva, sin embargo, mencionaron que los empleados de la organización no carecen de apariencia pulcra, siendo este uno de los puntos en los cuales la organización debe enfocarse en mejorar, pues la apariencia que se proyecta es más que una imagen visual así lo señala Euge (2015). Por otro lado, el diario Gestión (2014) señala que el poseer una buena imagen proyecta seguridad y credibilidad. Los encuestados también mencionaron que también se carecía de atracción en los materiales relacionados con la organización.

En cuanto a la dimensión seguridad, el 73% de los clientes expresaron percibirla en un nivel alto, mientras que el 27% de los mismos lo percibe en un nivel regular. La seguridad es un aspecto fundamental en la organización, pues se tiene que velar por el bienestar de la integridad física de los clientes (CIFFA, 2014). Los clientes expresaron que la organización cuenta con personal de seguridad suficiente, así como también con las señales de seguridad exigidas, tal y como lo indica la ley 25357 norma técnica peruana (2005) publicada por INDECI la cual indica las señales de seguridad que se deben utilizar en la organización.

Por otro lado, en la dimensión capacidad de respuesta, el 45% de los clientes expresaron que la perciben en un nivel regular, mientras que el 40% lo percibe en un nivel alto, y el 15% de los mismos expresó percibirlo en un nivel bajo. Los clientes mencionaron que el servicio brindado por el personal de la organización es bueno, sin embargo, expresaron que era un poco lento. Como refiere Udiz. G (2012) “Ante los errores que tienen las organizaciones se puede actuar de dos formas básicas: en la prevención y reacción. Ambas son esenciales, pero debemos considerar que es imposible evitar todos los problemas ya que lo que realmente nos definirá como empresa son los tipos de soluciones que apliquemos”.

En la dimensión empatía fue percibida en un nivel alto por el 50% de los clientes, mientras que el 39% expreso en un nivel regular, seguido del 11% que expreso percibir la dimensión en un nivel bajo. Pues los clientes expresaron que la atención que se brinda es individualizada, lo que a ellos les hace sentir bien, además aseguraron que todas sus necesidades fueron atendidas adecuadamente, además que les causo total confianza el comportamiento de los empleados por los que fueron atendidos, sin embargo, rescataron que a pesar de la buena atención no contaban con el conocimiento necesario para aclarar todas las dudas. En esta dimensión se hace obvia la falta de capacitación que existe, pues los empleados demuestran la falta de conocimiento.

En cuanto a la dimensión fiabilidad, esta fue percibida en un nivel alto por 59%, mientras que el 28% de los encuestados expreso percibirla en un nivel regular,

asimismo, seguido de un 13% de nivel bajo. Los clientes expresaron estar totalmente de acuerdo en cuanto a las promesas hechas por la organización, pues esta cumple todo lo prometido, asimismo, indicaron que la organización muestra su preocupación en solucionar los problemas que tengan, sin embargo, señalaron que a pesar de la buena atención han presentado inconvenientes.

La organización en estudio cuenta con una buena calidad de servicio al cliente, sin embargo, aún existen aspectos en los cuales se debe mejorar, resultados similares fueron obtenidos en investigaciones realizadas por otros autores, los mismos que son citados debidamente en la presente investigación.

Como en la tesis titulada “*Calidad de Servicio en la empresa Gama Express E.I.R.L.*”, de Martínez (2013), donde se tuvo como objetivo principal determinar el nivel de calidad de servicio percibido por los clientes. Luego de analizada la información el autor concluye en que existe un nivel de calidad de atención alta, pues los colaboradores suelen mostrar preocupación por los clientes, asimismo, el tiempo de atención es rápida.

Por otro lado también se tiene a Ibañez (2014) en su investigación titulada “*Calidad de servicio en Ingeniería S.A.C ubicada en la ciudad de Trujillo*” publicado por la universidad Privada Cesar Vallejo, Trujillo. Donde el objetivo general fue Determinar el nivel de percepción que los clientes tienen de la calidad del servicio. Se utilizó como técnica de recolección de datos una encuesta aplicada. Mediante la aplicación del instrumento se reconoció que el 51% de los trabajadores de la empresa, percibirla la calidad del servicio en un nivel alto, mientras que el 24% expresan percibirla en nivel medio. El antecedente contribuye a esta investigación, en que la atención en la empatía del servicio; el trato debe ser personalizado con el cliente, para así responder las necesidades de ellos y hacerles sentir especial, mostrando un trato amable y cordial con todos los clientes por parte de los trabajadores, tanto en el personal de atención y administrativo.

4.2. Conclusiones

1. Se determinó que el nivel de calidad de servicio a los clientes en el área de counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. es percibida por estos en un 53% en un nivel alto, mientras que el 46% expresó percibirlo en un nivel regular, asimismo, el 1% señaló percibirlo en un nivel bajo.
2. La dimensión fiabilidad es percibida en un nivel alto por el 59% de los clientes, mientras que el 28% de los mismos la percibe en un nivel regular, el 13% de los encuestados expresó percibirlo en un nivel bajo, pues los clientes señalaron que la empresa solía cumplir lo que prometía y cumplir el servicio en el tiempo establecido, además mencionaron que la empresa suele mostrar preocupación en los problemas que tengan sus clientes, mostrando así interés en solucionarlos.
3. El 51% de los encuestados expresaron percibir la dimensión tangibilidad en un nivel alto, mientras que el 42% señaló percibirla en un nivel regular, así mismo el 7% indicó percibirlo en un nivel bajo. Los clientes señalaron que la empresa cuenta con equipos modernos que facilitan la atención, así como la atracción física de las instalaciones, sin embargo, mencionaron que los empleados de la empresa carecían de una apariencia pulcra.
4. En la dimensión empatía, los clientes la perciben en un nivel alto pues así lo expresó el 50%, mientras que el 39% señaló percibirlo en un nivel regular, el 11% indicó percibirlo en un nivel bajo, los clientes de la empresa expresaron su satisfacción ya que se les brindaba un servicio individualizado, así como también la amabilidad en atender a todas las necesidades, sin embargo, mencionaron que carecían de

conocimiento, el mismo que fue impedimento para que se puedan aclarar las dudas de los clientes.

5. La dimensión seguridad es percibida en un nivel alto por el 73% de los encuestados, mientras que el 27% de los mismos indicaron percibirlo en un nivel regular. Pues los clientes señalaron que la empresa cuenta con la seguridad suficiente, así mismo, señalaron que cuenta con las señales de seguridad exigidas por la ley.

6. En la dimensión capacidad de respuesta el 45% de los clientes mencionò percibirlo en un nivel regular, mientras que el 40% de los encuestados manifestó percibirlo en nivel alto, asimismo, el 15% señaló percibirlo en un nivel bajo. Los clientes de la empresa, pues los empleados de la empresa siempre están dispuestos a ayudar a los clientes en los inconvenientes presentados, además expresaron que el servicio que se les brinda es excelente, sin embargo, carecen de rapidez en la atención.

REFERENCIAS

- Benítez J. (2010). *La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera*. Universidad de las palmas de Gran Canaria. España.
- Boulding, W., Staeling , R., & Zeithaml, V. (1993). *dynamic Process Model of Service Quality: from Expectations to Behavioral Intentions*. USA: Journal of Marketing Research, .
- Carman, J. (1990). *Consumer Perceptions of Service Quality; An Assesment of the SERVQUAL*. USA: Dímensions.Journal of Retailing,.
- Carmona (2015). Importancia de la calidad. Obtenida de <http://antonioperezcarmona.es/la-importancia-de-la-calidad/>
- CCIFA (2014). Seguridad. Obtenido de <http://www.ccifa.com.ar/es/single-news/n/cnp-assurances/>
- Civera, M. (2008). *Metodos para medir la satisfaccion del cliente*. Madrid: AENOR.
- Colunga, D. (1995). *Administracion para la calidad*. Mexico: Panorama.
- SOLEDAD-CORONEL-ARCE (2011) %20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cortazar, L., & Chamorro, M. (2014). Incidencia del clima laboral en la calidad de atencion en servicio de salud. Cali - Colombia: Universidad Catolica de Manizalez. Obtenido de <http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/724/Lady%20L%20Cortazar%20Lozano.pdf?sequence=1>
- Cronin, J., & Taylor , S. (1992, 1994). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. . Mexico: Journal of Marketing,.
- Dubrin, A. (2008). *Relaciones Humanas*. Mexico: Pearson.
- Euge J. (2015) Imagen personal. Obtenido de http://www.actiweb.es/imagenpersonal/asesor_de_imagen.html

- Flipo, P. (1989). *Gestión de empresas de servicios*. Barcelona: EADA.
- Fontalvo, T. (2009). *Gestión de Calidad y Formación Profesional*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Gestión (2014). Imagen personal. Obtenido de <https://gestion.pe/noticias-de-imagen-personal-34132>
- Gryna, M. F., Chua, C. H., & Defeo, A. J. (2007). *Metodo Juran, Analisis y Planeacion de la Calidad*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hoffman , K., & Bateson , E. (2011). *Marketing de Servicios*. Mexico: Cengagel Learning.
- Ibañez N. (2014). *Calidad de servicio en Ingeniería SAC ubicado en la ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Cesar Vallejo, Trujillo.
- Jara, K. (2014). Estrategias de calidad en los servicios para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de la curtiembre Cuenca S.A.C. Trujillo – La Libertad, año 2014. Trujillo - Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/717/1/JARA_KIARA ESTRATEGIAS_CALIDAD_CURTIEMBRE.pdf
- Jukka, O. (2010). E-Service Quality: A Conceptual Model. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(7): 127 – 143.
- Juran. (1990). *Administracion y Control de la Calidad*. Mexico: Cengage Learning.
- Kenzelmann, P. (2008). *Pocket business*, 3. Auflage, Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co KG.
- Martinez (2013). *Calidad de servicio en Ingeniería SAC ubicado en la ciudad de Trujillo*. Universidad Señor de Sipan. Chiclayo.

- Mendez, R. (2013). *Administracion*. Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Merino H. (2013). *Calidad de servicio de la entidad bancaria Unicaja*. Universidad Complutense de Madrid. España.
- Morillo K. (2011). *Análisis de la calidad del servicio hotelero en el estado de Mérida mediante la escala de SERVQUAL*. Universidad señor de Sipan. Chiclayo.
- Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015*. Andahuaylas, Perú: Universidad Nacional Jose Maria Arguedas. Obtenido de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1986). *SERVQUAL: A Multiple ítem Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality*. USA: Cambridge, Mass. :Marketing Science Institute.
- Patterson, P. (1993). *Expectations and products performance as determinants of satisfaction for a high-involvement purchase*. Madrid: Psychology and marketing.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiova - Posicionamiento de Servicios en Mercados Competitivos*. Mexico: Edit. Continental SA.
- Riveros, S. (2007). *Sistema de Gestion de la Calidad del Servicio*. Bogota: Ecoe.
- Roth, A., & Bozinott, L. (1989). *Consumer satisfaction with governement services*. USA: The service industries Journal, 9, n0 4,.
- Salinas (2015). *Atencion al cliente*. Mexico: Pearson.

Stanton , J., & Etzael, J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

Suarez. (193). *Consumer Satisfaction as a Process*. Mexico: Psychology & Marketing.

Suarez R. (2015). *El Nivel De Calidad De Servicio De Un Centro De Idiomas Aplicando El Modelo Servqual Caso: Centro De Idiomas De La Universidad Nacional Del Callao Periodo 2011 - 2012*. Universidad Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Teas, R. (1993). *Expectatitotis, Performance Evaluation, and Consume? s Perceptions ofQuality*. USA: Journal ofMarketing.

Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*. Colombia: Promonegocios. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

Vela , R., & Zavaleta, L. (2014). *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro TOTTUS - MALL, de la ciudad de Trujillo 2014*. Trujillo - Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA_RAFAEL_CALIDAD_SERVICIO_CLIENTE_VENTAS.pdf

Zeithaml V, P. A. (2004). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Días Santos S.A.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de servicios*. Madrid, España: Diaz de Santos.

ANEXOS

Anexo N° 01: CUESTIONARIO

Por favor, coloque un aspa “x” en el casillero que mejor refleje su opinión sobre la afirmación que se presenta. La información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro servicio.

N°	Items	Escala				
		Total mente en desac uerdo	En desac uerdo	Indife rente	De acuer do	Total mente de acuer do
		0	1	2	3	4
Tangible						
1	La empresa, tiene equipos de apariencia moderna					
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas					
3	Los empleados tienen apariencia pulcra					
4	Los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estantes) son visualmente atractivos					
Seguridad						
5	La empresa cuenta con personal de seguridad, suficiente					
6	El local de la empresa cuenta con las señales de seguridad					
Capacidad de respuesta						
7	El servicio brindado por los empleados es excelente					
8	Los empleados de la empresa brindan un servicio rápido					
9	Los empleados siempre están dispuestos a ayudarlo en todo momento					
10	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas					
Empatía						
11	La empresa brinda atención individualizada					
12	Los empleados atendieron todas sus necesidades					
13	El comportamiento de los empleados genero confianza					
14	La empresa tiene un horario de atención conveniente					
15	Los empleados demuestran cortesía todo el tiempo					
16	Los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus preguntas					
Fiabilidad						
17	La empresa cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple					
18	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo					
19	Ha tenido inconvenientes con el servicio que presta la empresa					
20	Concluyen el servicio en el tiempo prometido					
21	Los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes					
22	Los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo N° 02: MUESTRA PILOTO

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0
2	1	4	0	4	1	1	4	1	0	1	1	0	4	0	1	1	4	0	1	1	3	0
3	1	3	0	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	0	1	1	3	0
4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	2	3	4
5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4
6	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
7	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	0
8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
9	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3
10	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
11	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
14	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
20	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
21	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
22	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
23	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
24	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Anexo N° 03: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Proyecto de investigación descriptiva no experimental

**“NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE COUNTER’S DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE EXPRESO
INTERPROVINCIAL DORADO S.A.C. TRUJILLO, 2017”**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTOS	ESTADISTICA
<p>PREGUNTA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio en el área de Counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC Trujillo, 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Medir el nivel de calidad de servicio en el área de Counter’s de la empresa de transportes EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC, Trujillo 2017</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO Describir el nivel de la dimensión de confiabilidad en el área Counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017. Describir el nivel de la dimensión tangibilidad en el área Counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017. Describir el nivel de la dimensión empatía en el área Counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017. Describir el nivel de la dimensión seguridad en el área Counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017. Describir el nivel de la dimensión capacidad de respuesta en el área Counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial Dorado SAC. Trujillo 2017.</p>	<p>Existe un alto nivel de calidad de servicio en el área de counter’s</p>	<p>CALIDAD DE SERVICIO Según zeithaml 2004 Modelo Servqual</p> <p>dimensiones Tangibilidad. Capacidad de respuesta Empatía. Seguridad. Confiabilidad.</p>	<p>POBLACIÓN Esta investigación considero 200 clientes atendido por el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC.</p> <p>MUESTRA El muestreo realizado es un muestreo aleatorio simple aplicado solo a los clientes atendido por el área de counter’s de la empresa de transporte EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO SAC; obteniendo una muestra de 132 clientes. Siendo un muestreo probabilístico.</p>	<p>Método Descriptiva cuantitativo</p> <p>Diseño M - O</p> <p>M: muestra de los 200 clientes atendidos por el área de counter’s.</p> <p>O: observación de la calidad de servicio</p> <p>Según el propósito básica</p> <p>Según el diseño de investigación La Investigación No experimental Transversal</p> <p>Línea de investigación descriptiva</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas. Técnica es la encuesta.</p> <p>El instrumento es el cuestionario para la variable calidad deservicio.</p>	<p>Para el análisis descriptivo de los datos obtenidos se empleó estadísticos como: Tablas de frecuencias Gráficos</p>

Anexo N° 04: BASE DE DATOS

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	3	2	2	4	4	1	2	1	0	4	1	1	3	3	1	1	1	1	1	0	2
2	3	2	2	2	4	4	0	4	1	3	0	3	1	4	3	1	2	2	4	4	2	3
3	0	2	2	2	3	3	3	2	3	0	4	4	2	3	3	2	2	2	3	4	4	0
4	2	3	3	3	4	4	2	1	3	2	4	4	1	4	4	0	2	2	3	4	3	2
5	0	4	2	4	3	4	1	1	0	1	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	3	1
6	4	3	2	2	4	3	1	1	1	3	4	4	0	4	3	3	4	4	2	3	4	3
7	4	2	4	4	4	3	4	0	4	0	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	4
8	4	3	2	4	3	3	4	2	4	4	4	3	0	3	3	2	2	2	4	3	4	2
9	4	3	4	2	3	4	0	3	4	3	3	4	0	3	3	4	4	4	3	3	4	2
10	2	4	2	4	3	3	4	4	0	2	3	4	0	3	3	0	2	4	2	3	3	4
11	0	3	1	4	4	4	4	2	1	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	1
12	2	2	1	1	3	3	0	1	0	2	3	4	0	3	4	2	4	2	3	4	3	2
13	4	3	0	0	4	3	0	1	3	2	4	4	1	4	4	4	4	2	2	3	3	0
14	2	1	4	4	4	4	4	1	0	0	3	3	0	3	3	3	3	3	3	4	3	1
15	3	0	3	1	3	4	1	1	3	0	4	3	1	4	4	0	4	2	4	3	3	3
16	4	2	4	2	3	3	3	1	2	2	4	3	1	3	4	3	3	4	3	3	3	0
17	4	2	4	2	3	3	3	2	1	2	3	4	2	4	4	1	4	3	3	4	4	0
18	3	0	4	0	3	3	4	0	3	0	3	4	0	3	3	1	2	3	4	4	4	0
19	4	1	1	1	3	3	1	1	4	3	3	4	1	4	3	2	3	4	3	3	3	3
20	2	2	0	2	3	3	4	3	4	1	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	1
21	0	3	0	1	3	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	2	3	4	4	4	4	4
22	1	2	3	2	4	3	0	4	1	0	3	3	0	3	4	0	2	3	4	3	3	0
23	1	0	0	3	3	4	4	1	4	1	4	3	0	4	3	1	1	4	4	4	3	2
24	0	2	1	0	3	4	4	2	3	2	3	3	1	4	4	1	0	2	1	2	0	0
25	1	3	2	2	4	4	1	4	3	1	4	4	0	3	4	1	0	0	2	1	0	2
26	3	2	2	2	3	4	1	4	4	0	0	2	1	2	0	0	0	2	0	0	1	1
27	0	2	2	2	3	4	0	1	4	0	0	0	2	1	0	2	2	2	1	2	2	2
28	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	0	2	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1
29	0	4	2	4	3	4	0	1	0	0	2	2	1	2	2	2	1	0	2	2	0	2
30	4	3	2	2	4	3	4	4	3	2	0	1	0	0	0	1	0	1	2	2	2	2
31	4	2	4	4	3	3	1	4	1	3	1	0	2	2	0	2	0	0	1	2	2	1
32	4	3	2	4	3	3	1	2	0	1	0	1	2	2	2	2	2	0	0	1	0	0
33	4	3	4	2	4	4	0	2	1	0	0	0	1	2	2	1	2	4	4	3	3	2
34	2	4	2	4	3	4	4	0	0	1	2	0	0	1	0	0	0	3	3	3	4	1
35	0	3	4	0	4	3	3	0	4	1	4	3	0	3	3	2	0	2	1	2	0	0
36	3	3	4	0	4	4	0	0	3	1	3	4	2	0	0	0	0	2	1	0	2	1
37	2	4	4	3	3	3	0	0	0	3	3	4	2	0	0	4	0	2	0	0	1	1
38	3	2	0	1	4	3	4	2	4	3	0	2	1	2	0	0	2	2	1	2	2	2
39	0	3	4	1	4	3	2	2	2	0	0	0	2	1	0	2	0	1	0	0	0	1
40	2	0	4	3	4	4	4	3	2	2	0	2	0	0	1	1	1	0	2	2	0	2
41	0	1	1	1	4	3	1	2	3	0	2	2	1	2	2	2	0	1	2	2	2	2
42	3	3	1	4	4	4	3	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	2	2	1
43	4	2	0	1	4	4	4	2	4	1	1	0	2	2	0	2	2	0	0	1	0	0
44	2	1	2	2	4	4	3	2	2	0	0	1	2	2	2	2	4	4	4	4	2	3
45	3	4	3	4	3	4	2	4	4	0	0	0	1	2	2	1	4	3	4	3	4	3
46	3	2	1	2	3	3	3	2	4	1	2	0	0	1	0	0	4	3	4	2	2	0
47	1	1	4	1	4	3	3	4	2	4	0	0	3	3	2	4	2	3	4	2	3	3
48	4	3	2	4	4	3	4	2	4	0	3	0	4	3	4	0	4	3	4	3	2	0
49	1	4	4	4	3	3	2	4	2	3	2	0	4	4	3	2	2	3	3	4	2	1
50	3	3	0	1	3	4	4	2	2	0	3	0	4	3	3	0	4	4	3	3	2	4
51	4	3	2	2	4	3	4	3	2	0	1	4	4	3	4	3	4	2	3	2	3	4
52	3	4	1	4	4	3	3	2	2	0	2	4	3	3	3	2	4	2	2	2	2	1
53	1	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	1	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1
54	3	2	3	4	4	3	2	4	4	0	3	3	4	3	4	2	4	2	4	3	3	4
55	3	0	2	4	4	3	0	2	3	4	1	3	4	3	3	0	3	4	3	4	2	0
56	2	3	2	0	4	3	1	1	2	1	2	1	4	4	4	0	4	2	3	4	3	4
57	1	3	2	2	4	4	1	2	0	2	2	0	4	3	4	0	4	3	4	3	2	2
58	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	1	2	3	3	4	4	1	4	4	4	3	0
59	0	2	2	2	3	3	3	1	4	0	1	1	4	4	4	3	4	2	3	4	4	0
60	2	3	3	3	4	3	1	3	0	4	1	0	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
61	0	4	2	4	4	4	4	2	4	2	1	1	3	3	4	2	4	2	4	4	3	2
62	4	3	2	2	4	4	3	2	2	3	1	2	3	3	4	0	3	3	4	4	3	2
63	4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	1	0	4	3	4	2	4	3	3	4	3	0
64	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4
65	4	3	4	2	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2
66	2	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2
67	1	3	2	2	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	4	0	4	2	4	3	4	2
68	3	2	2	2	4	3	4	2	2	2	4	3	3	4	3	3	2	1	0	0	2	2
69	0	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	0	1	3	1	4	3	0

“NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE COUNTER’S DE LA
EMPRESA DE TRANSPORTE EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO S.A.C.
TRUJILLO, 2017”

70	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	0	1	4	2	1	3	1
71	0	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	2	0	3	3	3	1	1
72	4	3	2	2	3	4	2	4	4	1	3	4	4	3	4	3	0	1	3	3	4	0
73	4	2	4	4	4	4	2	4	3	0	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	3	4
74	4	3	2	4	3	4	2	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	0
75	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	0	4	3	4	4	4	4
76	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	1	0	2	0	3	4	3
77	0	2	2	2	3	3	2	0	0	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2
78	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	1	3	3	0
79	0	4	2	4	3	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	1	4	4	1	1
80	4	3	2	2	3	4	3	3	4	2	3	4	0	4	3	4	3	3	2	4	3	1
81	4	2	4	4	3	4	0	2	4	2	4	3	0	3	4	4	3	4	2	4	4	2
82	4	3	2	4	4	3	2	2	4	4	3	4	0	4	3	3	3	4	0	3	3	3
83	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	4	0	1	1	4	3	3	2	4	3	4
84	2	4	2	4	3	4	0	2	2	3	3	3	1	1	0	4	4	4	0	4	4	3
85	1	0	0	3	3	3	2	4	4	3	3	4	0	0	0	2	4	4	2	3	3	4
86	0	0	0	0	4	4	3	3	4	3	3	3	1	1	2	1	3	4	0	3	4	3
87	1	3	2	2	4	3	2	2	4	3	4	4	1	2	2	0	4	3	0	4	4	4
88	3	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	4	0
89	0	2	2	2	3	4	4	2	4	3	4	4	0	3	4	1	4	3	1	4	3	4
90	2	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	4	4	2	4	3	0	3	4	0
91	0	4	2	4	3	4	1	3	2	2	4	4	0	3	4	4	4	4	2	3	3	2
92	4	3	2	2	4	4	3	2	2	2	4	4	1	3	4	2	4	3	1	4	4	1
93	4	2	4	4	4	4	0	2	2	2	3	4	2	4	4	0	3	4	0	3	4	3
94	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	0	4	4	3	4	3	2	3	3	2
95	4	3	4	2	4	3	0	4	2	4	3	4	1	4	3	1	3	3	3	3	4	0
96	2	4	2	4	4	3	4	3	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	0	3	4	0
97	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	2
98	2	2	0	1	3	4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4	3	3	0	4	3	1
99	1	4	1	4	3	3	4	3	4	2	0	1	0	4	3	2	4	3	2	4	4	4
100	1	3	2	2	3	4	2	4	2	4	2	1	2	4	3	0	4	3	3	3	3	2
101	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2	0	0	1	4	4	4	4	3	4	3	2	1
102	0	2	2	2	3	4	1	4	2	2	2	4	4	4	4	2	1	4	4	4	3	2
103	2	3	3	3	3	4	0	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3
104	0	4	2	4	4	4	4	3	2	2	1	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2
105	4	3	2	2	4	3	3	3	4	2	1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	0
106	4	2	4	4	3	4	0	2	4	4	0	4	3	4	4	1	3	3	4	4	3	0
107	4	3	2	4	3	3	3	2	4	0	2	4	4	4	4	0	4	3	3	4	3	1
108	4	3	4	2	4	3	4	1	0	3	2	4	4	4	3	2	2	2	3	4	3	2
109	2	4	2	4	3	4	0	3	0	1	1	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	0
110	1	3	2	2	3	4	1	0	1	3	3	3	4	3	4	0	4	4	4	4	4	4
111	3	2	2	2	3	3	2	0	1	2	0	4	3	4	3	1	4	3	2	2	0	0
112	0	2	2	2	3	4	0	1	1	3	2	4	4	4	3	2	4	2	4	4	0	4
113	2	3	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	4	1	4	3	2	4	4	2
114	0	4	2	4	3	3	3	3	1	4	0	3	3	4	3	3	0	4	3	4	2	2
115	4	3	2	2	3	3	4	1	3	0	0	3	3	3	4	2	2	4	2	4	0	0
116	4	2	4	4	4	4	3	1	1	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	0	1
117	4	3	2	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	0	4	3	4	3	2	4
118	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4	4	1	1	4	4	4	3	4
119	2	4	2	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	2	4	2	3	4	4	2
120	4	3	2	2	3	3	2	4	4	3	0	3	4	4	4	1	4	4	4	3	3	2
121	4	2	4	4	4	3	3	2	4	2	1	3	4	3	3	1	4	2	4	4	3	2
122	4	3	2	4	4	4	3	4	2	0	3	3	3	3	4	1	3	3	4	4	3	4
123	4	3	4	2	3	3	4	2	4	2	2	4	4	4	3	0	4	3	3	4	3	2
124	2	4	2	4	4	4	2	4	2	3	0	3	3	3	3	1	2	2	3	4	3	3
125	4	4	3	1	3	3	4	2	2	3	0	4	4	3	3	0	3	4	4	3	3	3
126	2	2	4	1	3	4	4	3	2	0	1	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2
127	2	1	4	0	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4	4	2	2
128	4	4	0	2	3	4	3	4	2	0	0	3	3	4	3	1	0	4	3	4	3	3
129	1	1	0	3	4	3	2	4	4	1	0	4	4	3	3	0	4	4	3	4	2	4
130	3	0	3	3	3	4	4	2	4	0	2	3	3	3	4	2	1	2	3	3	3	3
131	2	3	4	3	3	3	3	2	2	1	4	3	4	3	3	1	2	4	3	3	2	4
132	3	0	0	2	4	4	2	3	4	4	1	4	0	4	2	2	0	0	1	0	1	2

Anexo N° 05: VALIDACIÓN ESTADÍSTICA DEL INSTRUMENTO DE CALIDAD DE SERVICIO

Título de la investigación: “NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE COUNTER’S DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE EXPRESO INTERPROVINCIAL DORADO S.A.C. TRUJILLO, 2017.
Línea de investigación: Productividad y Calidad Organizacional.
Apellidos y nombres del experto: Argomedo García Alondra Evelyn
El instrumento de medición pertenece a la variable: Calidad de servicio

CONFIABILIDAD

La fiabilidad de un test se refiere a la consistencia interna de sus preguntas, a la mayor o menor ausencia de errores de medida. Un test confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo elemento entonces obtendríamos iguales resultados.

MÉTODO UTILIZADO

Entre los métodos aceptados para medir la fiabilidad está el de las dos mitades o Split-half, que consiste en hallar el coeficiente de correlación de Pearson entre las dos mitades de cada factor (par e impar) de los elementos, y luego corregir los resultados según la fórmula de Spearman- Brown. Utilizando el método de las dos mitades y aplicada a 22 elementos con las mismas características de la población de estudio, el instrumento elaborado por el autor para medir calidad de servicio en el área de counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial DORADO S.A.C, se sometió a la prueba de confiabilidad, el resultado se presenta a continuación:

El reporte obtuvo un Coeficiente de dos mitades de Guttman = 0.946, y que al aplicar la Corrección de Spearman-Brow presentó los siguientes resultados:

- Instrumento utilizado (Longitud igual o desigual) = 0.996.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa, con un Alfa de Cronbach = 0.991.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa.

Reporte de salida.

Tabla N^a 01

Estadístico de consistencia interna del cuestionario

Alfa de Cronbach	N de elementos
.991	22

Fuente: Ordenador, SPSS 24

En la Tabla N^o01 se observa el coeficiente correspondiente al Alfa de Cronbach para el análisis de consistencia interna de la encuesta para el área de counter’s de la empresa de transporte expreso interprovincial DORADO S.A.C – Trujillo 2017, de 0.991, dentro del rango de muy aceptable para este tipo de instrumento.

Tabla N^o02

Estadísticos de consistencia interna del cuestionario si se suprime un ítem.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	43.1600	802.140	.981	.991
VAR00002	42.8800	807.777	.886	.991
VAR00003	43.0400	775.040	.902	.992
VAR00004	42.9600	808.707	.846	.991
VAR00005	43.1600	802.140	.981	.991
VAR00006	43.1200	799.277	.985	.991
VAR00007	42.9600	808.707	.846	.991
VAR00008	43.2800	813.127	.807	.992
VAR00009	43.1200	806.777	.928	.991
VAR00010	43.1600	802.140	.981	.991
VAR00011	43.1200	799.277	.985	.991
VAR00012	43.1200	806.777	.928	.991
VAR00013	43.0000	806.250	.885	.991
VAR00014	43.1200	806.777	.928	.991
VAR00015	43.0800	801.993	.983	.991

VAR00016	43.1200	799.277	.985	.991
VAR00017	42.8800	814.193	.820	.992
VAR00018	43.0400	775.040	.902	.992
VAR00019	43.1200	799.277	.985	.991
VAR00020	43.1200	799.277	.985	.991
VAR00021	42.9200	803.577	.927	.991
VAR00022	43.0400	775.040	.902	.992

Fuente: Ordenador, SPSS 23

En la Tabla N°02 se observa el Alfa de Cronbach para cada uno de los ítem si un elemento es suprimido con la finalidad de mejorar el coeficiente de 0.991 de la tabla N°01, pero en ninguno de los posibles casos se logra tal efecto, por lo que se decide continuar con el cuestionario y la totalidad de sus ítems.

Tabla N°03

Estadístico de consistencia interna del cuestionario, prueba de dos mitades

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.982
		N de elementos	11 ^a
	Parte 2	Valor	.983
		N de elementos	11 ^b
		N total de elementos	22
Correlación entre formularios			.993
Coeficiente de	Longitud igual		.996
Spearman-Brown	Longitud desigual		.996
Coeficiente de dos mitades de Guttman			.996

a. Los elementos son: VAR00001, VAR00002, VAR00003, VAR00004, VAR00005, VAR00006, VAR00007, VAR00008, VAR00009, VAR00010, VAR00011.

b. Los elementos son: VAR00012, VAR00013, VAR00014, VAR00015, VAR00016, VAR00017, VAR00018, VAR00019, VAR00020, VAR00021, VAR00022.

En la Tabla N°03 se observa la prueba de mitades de la encuesta para medir calidad de servicio, mediante el Coeficiente de Spearman para longitudes iguales es de 0.996 y el Coeficiente de dos mitades de Guttman de 0.996, ambos superiores al mínimo establecido para pruebas de este tipo. En tal sentido se decide aprobar el Instrumento en cuestión. Los resultados que se presentan nos permiten concluir que la encuesta para medir el nivel de calidad de servicio, instrumento elaborado por el autor, **ES ALTAMENTE CONFIABLE PARA SU USO.**