



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE REPSOL DE LA EMPRESA  
TRANSPORTE DZIDO-TRUJILLO 2019”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración**

**Autor:**

Jhoselyn Juliana Dionicio Sanchez

**Asesor:**

Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken

<https://orcid.org/0000-0002-2823-7582>

Trujillo - Perú

2023

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Henry Elder Ventura Aguilar</b>	<b>18074679</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>María Eugenia Alfaro Sánchez</b>	<b>31676901</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Juan Carlos Sevillano Gamboa</b>	<b>18227210</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### TESIS FINAL

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<p>Álvarez Cortés Araceli. "Estrategias de calidad en el servicio en casas de empeño del Municipio de Amecameca", TESIUNAM, 2013</p> <p>Publicación</p>	<b>2%</b>
<b>2</b>	<p>Juarez Buendia Hilda. "Modelo para medir la satisfaccion de los pasajeros usuarios de servicios de autotransporte de pasajeros foraneos y/o servicios turisticos por autobus en el D.F.", TESIUNAM, 2002</p> <p>Publicación</p>	<b>1%</b>
<b>3</b>	<p>"Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica", Alianza de Investigadores Internacionales SAS, 2020</p> <p>Publicación</p>	<b>1%</b>
<b>4</b>	<p>Cervantes Lara Estefanía,Santana Pérez Dayana. "Validación de la escala mexicana multidimensional de calidad de vida en una muestra de trabajadores mexicanos", TESIUNAM, 2015</p> <p>Publicación</p>	<b>1%</b>

Excluir citas     Activo     Excluir coincidencias     Apagado  
 Excluir bibliografía     Activo

## **DEDICATORIA**

A Dios, por haber derramado bendiciones sobre mí, dándome salud y vida para poder lograr cada uno de mis objetivos y metas.

A mis padres, quienes con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de mi vida universitaria; y a la vez dándome la oportunidad de tener una excelente educación. Por lo cual, les dedico todos mis esfuerzos a ellos.

A mi padre, que ahora es un ángel porque sé que desde el cielo me cuida, me guía y me brinda la fortaleza para seguir luchando por cumplir cada uno de mis sueños.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fortaleza y sabiduría para guiarme en el camino, sin él no hubiera concluido mi carrera.

A mis padres por su esfuerzo, apoyo y amor incondicional. Sin ellos esto no hubiera sido posible.

Agradezco a mi asesor por su disposición, paciencia, orientación y conocimientos durante el proceso de este proyecto de investigación.

A mi pareja Jhonny Guevara Neyra, por su apoyo incondicional, por sus sabios consejos y sus palabras de aliento para seguir constantemente en el camino profesional.

Gracias a todos.

## Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
Tabla de contenido	6
Índice de tablas	7
Índice de figuras	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS	42
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	59
Referencias	63
Anexos	68
ANEXO 1. Cuestionario de Calidad del Servicio	68
ANEXO 2. Cuestionario de Satisfacción del cliente	70
ANEXO 3. Ficha 1 de validación de instrumento por expertos	72
ANEXO 4. Ficha 2 de validación de instrumento por expertos	75
ANEXO 5. Evidencias de la validación de instrumentos por expertos	77

## Índice de tablas

Tabla 1 Dimensiones de la calidad del servicio .....	20
Tabla 2 Operacionalización Variable 1.....	27
Tabla 3 Operacionalización Variable 2.....	29
Tabla 4 Agrupación de preguntas del Método Servperf.....	32
Tabla 5 Escala de medición para el cuestionario Método Servperf.....	32
Tabla 6 Rangos de medición para el cuestionario Método Servperf.....	33
Tabla 7 Agrupación de preguntas del Modelo Kotler.....	34
Tabla 8 Escala de medición para el cuestionario Modelo Kotler.....	34
Tabla 9 Rangos de medición para el cuestionario Método Kloter.....	35
Tabla 10 Resultados de la validez por juicio de especialistas del cuestionario 1 .....	36
Tabla 11 Resultados de la validez por juicio de especialistas del cuestionario 2.....	36
Tabla 12 Rangos de medición de alfa de Cronbach.....	37
Tabla 13 Confiabilidad de los instrumentos.....	598
Tabla 14 Dimensiones de la Calidad del servicio.....	42
Tabla 15 Dimensiones de la Satisfacción del cliente.....	46
Tabla 16 Prueba de normalidad de las variables de estudio cliente.....	49
Tabla 17 Correlación del coeficiente Pearson .....	51
Tabla 18 Método de Pearson.....	52
Tabla 19 Relación de $V_1$ y $V_2$ .....	53
Tabla 20 Coeficiente por cada variable.....	55
Tabla 21 Resumen del modelo de ambas variables.....	56
Tabla 22 Análisis de varianza del modelo calidad del servicio y satisfacción del cliente..	57

Tabla 23 Coeficiente por cada dimensión de calidad del servicio.....	58
Tabla 24 Resumen del modelo de calidad del servicio por dimensión.....	59



## Índice de figuras

Figura 1 Gráfico de las dimensiones de la variable independiente.....	43
Figura 2 Gráfico de las dimensiones de la variable dependiente.....	47
Figura 3 Ecuación de regresión lineal .....	54

## RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido en la ciudad de Trujillo en el periodo 2019. Esta investigación es cuantitativa, de diseño no experimental y de diseño explicativo, con una población pequeña de 10 estaciones. Como técnicas de recolección de datos se aplicó el cuestionario del modelo Servperf para medir la calidad del servicio y el cuestionario del modelo Kotler para medir el grado de satisfacción del cliente; se analizó la influencia entre la variable independiente y la variable dependiente utilizando una ecuación de regresión y un análisis de varianza. Los resultados indicaron que la calidad del servicio influyó significativamente en la satisfacción del cliente, siendo las dimensiones de capacidad de respuesta y seguridad las que tuvieron mayor impacto. También se encontró que el 70% de las estaciones de servicio de Repsol calificaron la calidad del servicio en un nivel medio, mientras que el 90% calificaron su grado de satisfacción como nivel medio. En conclusión, se obtuvo la alta correlación positiva entre ambas variables del coeficiente Pearson de 0.768.

**PALABRAS CLAVES:** calidad del servicio, influencia y satisfacción del cliente.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Hoy en día, el mercado es cada vez más competitivo por lo que la calidad del servicio ha influenciado mucho en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, el éxito o fracaso de las organizaciones privadas, públicas, sociales y multinacionales dependen de ello para seguir siendo el número uno en el mercado.

Por tal motivo, Garcia (2016) indica que la calidad del servicio ha evolucionado significativamente en los últimos años en la industria del transporte de carga por lo que se ha convertido en un factor altamente competitivo y a su vez han alcanzado un alto grado de saturación, lo que ha llevado a las empresas a dar un servicio de estándares erróneos de calidad generando así una gran pérdida en la cartera de clientes. Porque la satisfacción del cliente es la respuesta emocional, ante sus expectativas con su percepción del servicio recibido. Esto hace que la gestión entre en un paradigma de disconformidad positiva o negativa.

La gran mayoría de organizaciones que ofrecen su servicio o producto está relacionado con la calificación de satisfacción que le da el cliente, porque para ellos es de suma importancia como son atendidos o tratados por parte del personal. De la misma manera, Gordon (2013) señala que “en la ciudad de Tulcán la mala calidad de la gestión administrativa en las empresas de transporte pesado ocasiona insatisfacción en sus clientes” (p. 11), esto es debido a que las empresas no cuentan con un área especializada para la atención al cliente, donde ellos puedan comentar sus dudas o reclamaciones, y estas mismas sean resueltas de inmediato por el personal.

A nivel nacional, habitualmente los negocios de este rubro crecen rápidamente porque se vuelve un elemento fundamental, tanto para un cliente o una empresa que requiera de un proceso logístico por ello toman poder en la competencia produciendo así la gran demanda de la clientela. Tal como Carcausto (2016) menciona “Tenemos a clientes cada vez más exigentes en sus actitudes, requerimientos y comportamientos como consumidores de productos y servicios.” (p. 16), por lo tanto, se deben ejecutar todas las exigencias o quejas de nuestros clientes potenciales para no generar una mala reputación de la imagen, sino por el contrario mejorarla o renovarla. También para posicionarnos en el mercado sobresaliendo de la competencia.

Por otro lado, existe una causa más crítica en la satisfacción del cliente en el sector de hidrocarburos. Según Castro (2015), es la demora en la entrega del producto, sino se cuenta con el conductor ideal, los documentos específicos y actualizados a la fecha o si la unidad de transporte no es la indicada, se pone en riesgo la operación retrasando la hora de entrega. Porque el cliente puede esperar en vano si el servicio y/o producto nunca llega o llega bajo los parámetros de volumen y peso de la carga, ocasionando una ineficiencia en la calidad del servicio pagando penalidades muy gravosas por la tardanza.

Asimismo, Velarde y Medina (2016) afirman que la “demora en la atención, la equivocación del pedido solicitado, el trato despectivo por parte del personal de distribución, y la falta de espacios para ser atendidos” (p.15), son las principales causas de la insatisfacción del cliente ante la calidad brindada por el servicio. Además, un consumidor no complacido expresará su insatisfacción a no solo una persona sino a un grande grupo de compradores, fomentando así la mala imagen de la compañía y escogerá permutar por otra sociedad con mejores servicios respaldada por los empleadores y nuevos productos. Por otra parte, se halla una causa más dentro del rubro de transporte de carga pesada que podría impactar bastante en el comprador. Por esta

razón, Peña (2022) interpreta que “los colaboradores de cada empresa deben tener bien claro que el éxito depende de sus actitudes y comportamientos que el cliente percibe al momento que está solicitando un producto o servicio” (p. 9)., por eso los clientes son indispensables en todos los negocios ya que gracias a ellos se puede decretar la influencia que existe o no entre la calidad del servicio y la satisfacción. Con la finalidad de poder fidelizar a los clientes potenciales incrementando una estrategia de diferenciación ante los demás negocios.

Sin embargo, López y Monzón (2022) explican que otro factor importante es la falta de coordinación que hay en una o en más áreas de la empresa porque no se gestiona o no cuentan con procesos determinados para la atención del cliente o el despacho de un producto, de tal manera que pueden duplicarse las actividades de los trabajadores perdiendo los recursos y brindando así un mal servicio al cliente. De igual manera no atienden a tiempo sus quejas y reclamos, por lo que perjudica la desconfianza de volver a prescindir de sus servicios generando una alta pérdida de clientes, pero sobre todo incidiendo en la insatisfacción del usuario.

En la ciudad de Trujillo la empresa “TRANSPORTES DZIDO”, fue inscrita el 06/01/1999 y está ubicada en el distrito de Moche, es una compañía altamente especializada en el traslado de materiales y residuos peligrosos (diésel, gasolina, petróleo, R-6) y sobre todo en el cuidado del medio ambiente y los efectos nocivos contra la salud del personal que labora en este tipo de trabajo. La organización viene desarrollando sus actividades desde el año 2000, representada por el Gerente General Martín Dzido Marinovich, actualmente cuenta con 17 trabajadores y su primer cliente destacado es Repsol que cuenta con 10 estaciones en la zona norte: Panamericana, San Fernando, Ultracom, Flores del Golf, Primavera, Manucci, La Rinconada, Juan Pablo, Tupac y Natasha.

El problema que actualmente presenta la entidad es la demora en la entrega del producto, la falta de coordinación en la programación del pedido, la mala presentación y actitud por parte del conductor ante los clientes. Esto produce una disminución en la cartera de clientes, insatisfacción del cliente y mala imagen de la empresa, causando una baja rentabilidad a la compañía afectando en forma negativa al proceso de servicio de transporte de combustibles líquidos por carretera. Ya que, la calidad del servicio es un elemento clave en la satisfacción del cliente y un aspecto esencial para el éxito de cualquier empresa de servicios (Paraskevas, 2013).

La preocupación por la calidad del servicio y la percepción del cliente es un tema relevante y actual, y es necesario conocer la realidad de la situación en la empresa Transporte Dzido-Trujillo para poder identificar posibles áreas de mejora y garantizar la satisfacción de sus clientes (Chen, 2013).

Por lo expuesto anteriormente, se realiza la presente investigación para demostrar la influencia que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo durante el año 2019.

## **1.2. Antecedentes**

A nivel internacional, Arrobo (2020) “Estrategias y calidad del servicio de la Cooperativa de transporte pesado Trans Magdalena de la ciudad de Latacunga”, tuvo como propósito determinar el nivel de calidad del servicio mediante la aplicación de cuestionarios Modelo Servqual. Para la metodología descriptiva y deductiva, se aplicó un estudio de diseño mixto-cuantitativo, se realizó 15 encuestas a 15 empresas. Donde la primera dimensión “tangibilidad” dice que la brecha entre expectativa y percepción es equivalente al 19% por el inadecuado manejo de imagen personal e higiene por parte de sus conductores, generando un menor grado de satisfacción. La segunda dimensión “fiabilidad” indica que la brecha entre

expectativa y percepción es equivalente a 20% porque las mercaderías no llegan en el mismo estado que han sido enviadas dado que en su traslado y manipulación sufren desperfectos. En la tercera dimensión “capacidad de respuesta” se muestra la menor brecha equivalente a 16% debido a que el personal que proporciona el servicio con los vehículos motorizados esta apto para escuchar las necesidades del cliente y poder brindar una oportuna orientación en el asunto de documentación. En la cuarta dimensión “seguridad” y en la quinta dimensión “empatía” se da a conocer la misma brecha preocupante de insatisfacción equivalente a 23%, porque existe un inapropiado control en la seguridad de las mercancías y su traslado. Además, el empleador no refleja cordialidad al realizar sus tareas y no trabaja de manera íntegra. Finalmente, el autor concluye la calidad del servicio ofrecido por la empresa es deficiente, por lo que propuso el diseño de 3 estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio, mismas que permitirán colocar a la organización en una posición relativa superior para competir mediante la atención de problemas generados en el ámbito logístico de sus servicios y generar una posición de ventaja en el sector de transportes.

En esa misma línea, el trabajo de investigación realizado por Gonzáles et al., (2020) “Análisis de la calidad del servicio para la satisfacción al cliente de la empresa Transporte Jesús de la Buena Esperanza, en el departamento de Estelí, 2019” mencionaron que su objetivo es determinar la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente. Para alcanzar el propósito establecido se consideró una población de 360 usuarios de la empresa de Transportes, donde se tomó como muestra a 100 usuarios; se empleó una investigación descriptiva y aplicada con enfoque mixto; y se aplicaron los instrumentos de entrevista y encuesta. Por lo que, se constató en los parámetros de medición de la calidad del servicio, la dimensión “seguridad” que el 98% de los encuestados se sienten seguros de utilizar el servicio de transporte y el 2% afirman que no

se sienten seguros. En la dimensión “confiabilidad”, el 57% de los encuestados afirman que es confiable utilizar el servicio que ofrece la empresa, no obstante el 40% asegura que es muy confiable y el 3% nos demuestra que es poco confiable. La dimensión “interacción humana” el 53% de los encuestados aseguran que los trabajadores interactúan amablemente con ellos, mientras que el 37% indica que a veces lo hacen y el 10% nos demuestra que nunca lo realizan. La dimensión “capacidad de respuesta” indica que el 70% de los encuestados está de acuerdo con que la empresa brinda un servicio rápido y accesible, el 27% está totalmente de acuerdo y el 3% no está de acuerdo porque no cumple con sus expectativas. Y la dimensión “empatía” indica que el 50% de las personas asegura que regularmente surge congestión dentro de las unidades, el 42% afirma que muy pocas veces sucede, el 6% confirma que siempre sucede este incidente y por último un 2% asume que nunca se ha dado dicho percance. Se concluye, que la incidencia entre las variables es positiva y sus estándares de calidad también han impactado mayormente con un carácter positivo en la satisfacción de sus clientes.

Por otro lado, en la Revista Mexicana de Innovaciones de Negocios, efectuado por Ibarra et al. (2017) titulado “La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario” tienen por objetivo determinar la influencia de la satisfacción del usuario a través de la calidad del servicio mediante los cinco dimensiones utilizadas en el método Servperf. Esta investigación es de tipo exploratoria, descriptiva y correlacional; la encuesta fue aplicada a la muestra aleatoria de 1,296 usuarios del transporte, a los cuales se les aplicó el instrumento de medición donde se determinaron las percepciones de las dimensiones que más impactaron en la satisfacción del cliente. Este cuestionario estuvo conformado por 34 preguntas, divididos en dos bloques. El primer bloque cuenta con 8 preguntas y el segundo bloque cuenta con 26 preguntas divididas en 5 dimensiones; utiliza la escala de Likert con valores del 1 al 5. Obteniendo



como resultado que 3 de las 5 dimensiones impactan significativamente al nivel de satisfacción del usuario. La dimensión “Tangibles” obtiene un coeficiente de 0.24, la dimensión “Seguridad” coeficiente de 0.12 y la dimensión “Empatía” tiene un valor absoluto 0.20. Los autores concluyeron, que el ANOVA del modelo de regresión lineal tiene un valor de significancia 0.00, por lo que es muy significativo y se asume que existe influencia entre las dimensiones.

A nivel nacional, la indagación elaborada por Quispe y Maza (2018) tuvo como propósito determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial Cargo S.R.L. de la ciudad de Cusco en el periodo 2017. Se aplicó el cuestionario creado por Parasuraman (1991) llamado Servqual, este sirve para medir la primera variable “calidad del servicio” usando 5 dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía. Para la evaluación de la segunda variable “satisfacción del cliente” se ejecutó el cuestionario desarrollado por Kotler (2003) comprendiendo tres dimensiones: rendimiento percibido, expectativas, y nivel de satisfacción. Cada pregunta presentaba 5 opciones de respuesta (escala de Likert). Estos cuestionarios fueron aplicados a la población que estuvo conformada por 43 clientes, por lo que se obtuvo los siguientes resultados en general de la calidad de servicio por dimensiones. Los clientes concuerdan en un 65.1% que la calidad de servicio brindada es un nivel bueno, el 7% califica un nivel muy bueno y el 27.9% considera regular la calidad del servicio. Mientras que el 76.7% de los encuestados están satisfechos con el servicio recibido por la empresa, el 4.7% consideran estar muy satisfechos y el 18.6% se consideraron ni satisfechos ni insatisfechos con el servicio recibido. Finalmente se concluye que el valor estadístico de chi-cuadrado es de 17,921 y su valor de significancia es de

0,001 por lo que existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Imperial Cargo S.R.L.

De igual manera, el trabajo de investigación del autor Delgado (2021) “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes y Turismo Cajamarca S.A. de la ciudad de Tarapoto, año 2018”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes; se tomó como muestra a 383 clientes, a quienes se le aplicaron las encuestas de ambas variables. La primera encuesta estuvo conformada por 22 preguntas divididas en 5 dimensiones en base a la teoría de Lovelock (2009) y la segunda encuesta estuvo constituida por 13 ítems divididos en 3 dimensiones en base a la teoría de Molla (2014). Cada encuesta utilizó la escala Likert para la valoración de cada pregunta o ítems según su percepción. Finalmente, el autor utilizó el estadístico de correlación de Pearson, obteniendo un valor positivo de 0,745 y un valor de significancia de 0.00. Por lo tanto, se evidencia que existe una correlación alta entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes.

A nivel local, la investigación del autor Regalado (2016) “Gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción de los clientes de la Empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016.” tuvo como propósito determinar la influencia de la gestión logística en la satisfacción de los clientes. A través del cuestionario 1 que estuvo conformada por 12 preguntas y divididas en 3 dimensiones que se aplicó para la variable independiente en base a la teoría de Gómez (2008). Para la variable dependiente se aplicó el cuestionario 2 que estuvo conformada por 10 preguntas y divididas en 2 dimensiones con los fundamentos de Kotler (2002). Esta investigación es de nivel explicativo-causal y de diseño no experimental; donde se tomó una muestra censal de 60 clientes. Obteniendo como resultado que existe una influencia significativa positiva entre ambas variables

con un coeficiente de 0.75 y con un valor de significancia 0.00. Se analizaron también las dimensiones de mayor impacto en la variable dependiente, la dimensión “capacidad de respuesta” influye significativamente en el nivel de satisfacción del cliente con un coeficiente de 0.72, y la dimensión “calidad total”, influye positivamente con un coeficiente de 0.54. Finalmente, se concluye que el nivel de significancia de todas las hipótesis específicas propuestas da un valor de  $0.00 < \alpha < 0.05$  por lo que el modelo de regresión lineal es muy significativo para el trabajo de estudio.

Por otra parte, Bazán (2022), desarrollo la tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la Empresa de Transporte Móvil Bus SAC – Chapén 2022”, con el propósito de determinar la relación que existe entre ambas variables de estudio. Se aplicaron los cuestionarios elaborados en escala Likert a la muestra de 87 clientes frecuentes que hacen uso del servicio. Donde se obtuvo el resultado de que el 65% de los encuestados calificaron como bueno el servicio brindado por la empresa, el 30% indico que el servicio brindado es regular y el 5% percibió que el servicio recibido es malo porque no fue el esperado. Mientras que el 64% estimo como nivel bueno su satisfacción, el 23% califico en un nivel regular y el 13% evaluó en un nivel bajo su servicio obtenido porque no fue el esperado. Finalmente, el autor concluye que existe una relación fuerte entre la variable 1 y variable 2, por lo que el coeficiente da un valor positivo de 0,602 y un nivel de significancia de 0,000.

En nuestra localidad de Trujillo, el trabajo de investigación por los autores López y Monzón (2022) tuvieron como propósito determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes Chavín Express, Trujillo 2022; se tomó como muestra a 65 clientes quienes respondieron a las encuestas de cada variable y se obtuvo los

siguientes resultados; donde el 57% de los encuestados consideran un nivel alto la calidad del servicio y el 43% estima un rango de nivel medio. Sin embargo, el 92% califico en un nivel alto su satisfacción del servicio brindado y el 8% considera un nivel medio. Los autores concluyen que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables, con un coeficiente de 0,457 y una significancia de 0,000.

En la indagación de Aburto y Pozo (2017) “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Empresa de Transporte Ittisa Bus ubicado en la Av. Juan Pablo II en la ruta Trujillo – Lima en el año 2017”, tuvieron como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes que viajan en la ruta Trujillo. Tomando como muestra a los 322 clientes que fueron encuestados mediante los instrumentos de cada variable. Obteniendo como resultado que el 88% de los clientes consideran que la calidad de servicio brindado por la empresa de transporte es buena, mientras que un 10% consideran regular y el 2% deficiente. Finalmente, se obtuvo un valor positivo de 0,01 por lo que existe una correlación muy fuerte y altamente significativa entre ambas variables de la Empresa de Transportes Ittisa.

### **1.3. Marco teórico**

#### **Calidad:**

El análisis realizado por Villavicencio (2014) explica que la calidad es una herramienta importante para cualquier tipo de organización, ya que genera un nivel de excelencia que ha seleccionado para alcanzar la satisfacción de sus clientes, empleados y accionistas, pero sobre todo provee herramientas prácticas para una gestión integral.

#### **Calidad del servicio:**

Arroyo (2018) explica que la calidad del servicio que se brinda al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar si este vuelve o no a comprar. Para que esto no suceda, se requiere hacer de esfuerzos específicos, continuados y coherentes, es decir que vayan de la mano junto a los objetivos y metas de la empresa.

### **Método SERVPERF:**

El autor Duque (2005) menciona que “Cronin y Taylor (1992) establecieron una escala más concisa que SERVQUAL y la llamaron SERVPERF” (p.74), este método presta la atención exclusiva a la valoración del desempeño para la medida de la calidad de servicio y fundamentándose únicamente en las percepciones de los clientes, eliminando las expectativas y reduciendo la mitad de las preguntas planteadas. Estas se miden en una escala de 5 dimensiones.

**Tabla 1**

*Dimensiones de la calidad del servicio*

<b>Dimensión</b>	<b>Definición</b>
Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable.
Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
Seguridad	Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
Empatía	Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

---

Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
--------------	--

---

*Nota.* Adaptado de “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extensión” (p.58), por Cronin, J. y Taylor, S., 1992, Journal Of Marketing.

También Robles (2017) nos dice que “su coeficiente Alpha de Cronbach es de 0,9098, y su Alpha estandarizado es de 0,9238” (p. 24), por lo que es alto su grado de fiabilidad y validez para el modelo Servperf. Además, se requiere de un menor tiempo, ya que solo se aplica una vez el cuestionario y las medidas de valoración son más predecibles.

### **Puntuación de SERVPERF:**

Se calcula como la sumatoria de las puntuaciones de percepción:

$$= SERVPERF \sum P_j$$

Así, la calidad del servicio será tanto más elevada, en cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones, de sus puntuaciones. (Robles, 2017, p.26)

### **Satisfacción del cliente:**

Los autores Kotler y Armstrong (2013) afirman que “la satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto con relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a

las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.” (pág. 14), es por ello que la satisfacción del cliente es un valor muy importante en cada una de las empresas ya que la gran mayoría de estudios muestran que un nivel más alto, en el grado de la percepción del cliente conlleva a una fidelización del comprador.

Según Kotler (2003) la satisfacción del cliente se puede fundamentar en tres dimensiones:

### **Valor percibido:**

Es el resultado que el cliente observa cuando ha comprado un producto o ha requerido de un servicio. La calidad del servicio ofrecido es basada en cuatro factores: accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización. (Kotler, 2003)

### **Expectativas:**

Como su mismo nombre lo determina son las ilusiones o perspectivas que un comprador espera de un producto o servicio ofrecido por parte de la empresa, cumpliendo con sus necesidades o exigencias personales. (Kotler, 2003)

### **Nivel de satisfacción:**

Después de haber realizado la compra de un producto o haber utilizado los servicios de una organización. El cliente analizará las 3 etapas de satisfacción, donde definirá finalmente su nivel de percepción. (Kotler, 2003)

- **Insatisfacción**

Se da siempre y cuando el producto o servicio brindado no alcanza las perspectivas de los usuarios.

- **Satisfacción**

Es el resultado del buen desempeño percibido del producto o servicio que se amolda a las expectativas del cliente.

- **Complacencia**

Es el éxito de las recomendaciones u opiniones para mejorar el producto o servicio, excediendo las suposiciones de los clientes.

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Esta indagación es importante ya que únicamente no se aportan bases teóricas, sino que también tendrá una implementación práctica en la empresa Dzido del sector de transportes, por lo que se tuvo evidencia para poder tomar mejores alternativas con la finalidad de perfeccionar la calidad del servicio brindado y aumentar el nivel de percepción del cliente Repsol, incrementando sus ingresos y aumentando su cartera de clientes. Para en un largo plazo poder dar solución a dichos problemas y tener una mejor gestión, buscando continuamente un nivel alto en la satisfacción de los clientes.

### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

El presente análisis contribuye dos técnicas de recopilación de información para cada variable previamente verificado por especialistas para evaluar la medición de calidad del servicio de la empresa Transportes Dzido y el nivel de satisfacción del cliente Repsol aplicado al rubro de hidrocarburos. Estos cuestionarios también podrán ser utilizados por otros investigadores ayudándoles a medir su nivel de cada variable en el mismo sector o diferente, por lo que ya están validados y aprobados por un nivel alto de especialistas.



## **1.5. Formulación del problema**

¿Existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019?

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.

### **1.6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Analizar la calidad del servicio de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.
- Identificar el nivel de satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.
- Analizar la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.

## **1.7. Hipótesis**

### **1.7.1. HIPOTESIS GENERAL**

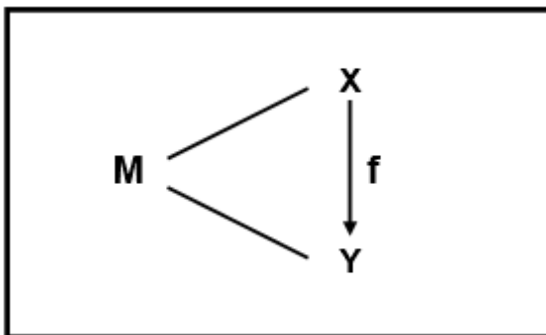
- Existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.
- No existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

El presente trabajo, se trata de una investigación cuantitativa, de diseño tipo no experimental porque los estudios que se realizaron fueron sin manipulación deliberada de las variables y de diseño explicativo con el que se pretende medir la influencia que existe entre la primera variable “X” y la segunda variable “Y”. Asimismo, Hernández et al. (2014) explican que la finalidad de este estudio es comprender el dominio que es sostenible en una o más variables, de la disposición real a través de las definiciones de actividades, procesos y mecanismos de las personas con el fin de recoger información relacionada con el objeto de estudio.

Este diseño presenta el siguiente grafico:



Nivel simple:  $Y = f(X)$

Donde:

Y = Satisfacción del cliente

f = Función

X = Calidad del servicio

## **2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)**

### **2.2.1. POBLACIÓN**

Según Suárez (2011) expresa que la población es un conjunto de individuos u objetos de lo que se desea conocer acerca de la pregunta de estudio o concluir algo.

Además, cuando la población es muy pequeña y el error tolerado muy pequeño, prácticamente hay que tomar a toda o casi toda la población. (Morales, 2012).

En este suceso, como la población es pequeña se tomará a toda la población; es decir a las 10 estaciones de servicio Repsol en Trujillo que le abastece combustible la empresa Transportes Dzido.

## **2.3. Identificar Variables**

- ♣ Variable independiente: Calidad del servicio.

Conformada por 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad; con escala de valoración

- ♣ Variable dependiente: Satisfacción del cliente.

Establecida con 3 dimensiones: valor percibido, expectativas y niveles de satisfacción; con escala de valoración.

**Tabla 2***Operacionalización Variable 1*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>	<b>Unidad de medida</b>
V1: Calidad del servicio	Fiabilidad	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos	Cuestionario Servperf Cronin y Taylor (1992)	Escala de Likert 1) Total de acuerdo. 2)De acuerdo. 3)Indiferente. 4)En desacuerdo. 5) Totalmente en desacuerdo.
		Cuando se presenta un problema, el personal muestra sincero interés para solucionarlo.		
	Capacidad de respuesta	La empresa Transportes Dzido cuenta con seguros de riesgo de la mercadería.		
		Habitualmente la empresa Transportes Dzido ofrece un servicio de monitoreo en ruta.		
		La empresa informa puntualmente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio.		
		El servicio cuenta con rutas de carga de los diferentes terminales.		
		El personal de la empresa atiende de manera inmediata a los clientes.		
		Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos inmediatamente.		
		El personal de la empresa se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga combustible.		
		La conducta de los empleados le transmite confianza.		
Seguridad	Se siente seguro en las transacciones que realiza con la empresa.			
	El personal de la empresa Transportes Dzido brinda un servicio amable y cortés.			

---

	<p>Cuando se presentan consultas de la mercadería recibo una respuesta apropiada por parte del personal indicado.</p> <p>La empresa Transportes Dzido brinda seguimiento, en caso se presentará un cambio de mercadería en los puntos intermedios de ruta.</p> <p>La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.</p>
Empatía	<p>El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes</p> <p>El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.</p> <p>El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.</p> <p>Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.</p> <p>Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.</p>
Tangibilidad	<p>Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación</p> <p>Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.</p>

---

*Nota.* Elaboración propia, basado en el Método Servperf aplicado en el sector de transporte de carga por Troncos et al. (2020)

**Tabla 3**

*Operacionalización Variable 2*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos	Unidad de medida
V2: Satisfacción del cliente	Valor percibido	Accesibilidad	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.	Cuestionario Kotler (2003)	Escala de Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
		Diferenciación	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.		
		Exclusividad	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.		
		Especialización	Los conductores de la empresa Transporte Dzido atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.		
	Expectativas	Necesidades personales	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales.		
		Experiencias del servicio	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva		
		Insatisfecho	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido. El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.		
	Nivel de satisfacción	Satisfecho	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido. Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.		
		Complacido	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita. Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.		

*Nota.* Elaboración propia, basado en las dimensiones de Kotler aplicado en el sector de transporte de carga por Quispe y Maza (2018).

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

El presente proyecto de investigación requirió la aplicación de técnicas e instrumentos, para la recolección e información de los datos, sujetos de este estudio.

### **2.4.1. TÉCNICAS**

- Encuesta

Para la recolección de datos en esta indagación se utilizó la técnica de la encuesta, ya que es más posible adquirir la información de la muestra. Tal como lo exponen, Yuni y Urbano (2014) “la técnica de obtención de datos mediante la interrogación a sujetos que aportan información relativa al área de la realidad a estudiar” (p.65), esta técnica consiste en la formulación de una serie de preguntas dirigidas a los clientes que solicitan el servicio de la empresa, con interrogantes referentes a las variables “calidad del servicio” y “satisfacción del cliente”., permitiendo al investigador conocer el problema que está pasando y a su vez permitiendo recopilar información sobre el grado de sus opiniones, pensamientos, actitudes, percepciones y expectativas. Estas encuestas fueron aplicadas a las variables anteriormente mencionadas.

### **2.4.2. INSTRUMENTOS**

- Cuestionario

Según el autor Hurtado (2000) menciona que “es una herramienta que contiene un conjunto de preguntas referentes a una temática específica, sobre el cual el investigador desea adquirir información”. por lo que el cuestionario es una herramienta elemental en una investigación de manera cuantitativa. Teniendo como alusión a lo mencionado anteriormente, para la recolección de datos se requirió la aplicación de 2 cuestionarios, el primero del método Servperf para la calidad del servicio y el segundo del modelo Kotler para la satisfacción del cliente. Estos cuestionarios se aplicaron al cliente Repsol de la Empresa Transporte Dzido - Trujillo.

Para el primer cuestionario se aplicó el instrumento Service Performance, más conocido como Servperf que fue propuesto por Cronin & Taylor (1992), quienes, a través de estudios realizados en diferentes sectores de servicios y organizaciones, concluyeron que el modelo Servqual de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1991) no era el más apto para evaluar la calidad del servicio. Porque a beneficio del SERVPERF es alto su grado de fiabilidad (coeficiente Alpha de Cronbach de 0,9098; Alpha estandarizado de 0,9238) y su validez que tiene una mayor predicción que la del modelo de la escala basada en diferencias, es decir, en el SERVQUAL.

Este método, logra medir las percepciones del desempeño en la calidad del servicio, se estructura de la misma manera que Servqual, es decir; con las mismas dimensiones e ítems, excepto las expectativas de los clientes.

En la escala de Servperf se evaluó la primera variable que brinda la empresa Transporte Dzido, se desarrolló este cuestionario que está constituido por 22 ítems englobado en 5 dimensiones. También se utilizó la escala de Likert con un rango de puntuación del 1 al 5.

**Tabla 4**

*Agrupación de preguntas del Método Servperf*

<b>Dimensión</b>	<b>Preguntas</b>
Fiabilidad	1,2,3,4
Capacidad de respuesta	5,6,7,8,9
Seguridad	10,11,12,13
Empatía	14,15,16,17,18
Tangibilidad	19,20,21,22



**Tabla 5**
*Escala de medición para el cuestionario Método Servperf*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Puntuación</b>
Totalmente en desacuerdo	1 punto
En desacuerdo	2 puntos
Indiferente	3 puntos
De acuerdo	4 puntos
Totalmente de acuerdo	5 puntos

La escala de calidad de servicio se mide en los siguientes rangos:

**Tabla 6**
*Rangos de medición para el cuestionario Método Servperf*

<b>Dimensiones</b>	<b>Categoría</b>	<b>Intervalos</b>
Fiabilidad	Bajo	4-9
	Medio	10 -15
	Alto	16-20
Capacidad de Respuesta	Bajo	5 - 11
	Medio	12-18
	Alto	19-25
Seguridad	Bajo	4-9
	Medio	10 -15
	Alto	16-20

	Bajo	5 - 11
Empatía	Medio	12-18
	Alto	19-25
Tangibilidad	Bajo	4-9
	Medio	10 -15
	Alto	16-20

Para el segundo cuestionario, se adaptó el instrumento de Kotler (2003), menciona que la satisfacción es el nivel de estado de ánimo de un cliente como consecuencia de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

En la escala de Kotler basado en sus 3 dimensiones. La primera dimensión es el valor percibido, que tiene por indicador a accesibilidad, diferenciación, exclusividad y especialización. La segunda dimensión son las expectativas, es decir; las necesidades personales y experiencias del servicio. La tercera dimensión es el nivel de satisfacción, que se divide en tres niveles: insatisfecho, satisfecho, y complacido.

Este método logra medir el nivel de satisfacción del cliente. Por lo que, se desarrolló de igual manera un cuestionario con 12 ítems divididas en 3 dimensiones, utilizando también la escala de Likert con un rango de puntuación del 1 al 5.

**Tabla 7**

*Agrupación de preguntas del Modelo Kotler*

<b>Dimensión</b>	<b>Ítems</b>
Valor percibido	1,2,3,4
Expectativas	5,6

Nivel de satisfacción	7,8,9,10,11,12
-----------------------	----------------

**Tabla 8**

*Escala de medición para el cuestionario Modelo Kotler*

Tipo de respuesta	Puntuación
Nunca	1 punto
Casi nunca	2 puntos
A veces	3 puntos
Casi siempre	4 puntos
Siempre	5 puntos

La escala de satisfacción del cliente se mide en los siguientes rangos:

**Tabla 9**

*Rangos de medición para el cuestionario Método Kloter.*

Dimensiones	Categoría	Intervalos
Valor Percibido	Bajo	4-9
	Medio	10 -15
	Alto	16-20
Expectativas	Bajo	2 – 4
	Medio	5-7
	Alto	8-10
Nivel de Satisfacción	Bajo	6-13
	Medio	14 -21
	Alto	22-30

## 2.5. Validación de instrumentos

De acuerdo con Herrera (1998) la validez es el grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Es por ello, que para la validación de la consistencia en las dimensiones con cada variable y la escala que se utilizara, se estimó a tres especialistas profesionales, que dieron la validación de estos, siendo aplicable, tal y como se explica a continuación:

**Tabla 10**

*Resultados de la validez por juicio de especialistas del cuestionario 1.*

<b>Apellidos y nombres de los expertos</b>	<b>Especialidad</b>	<b>% Validación</b>	<b>Resultado</b>
Cárdenas Aranda, Jordan Enrique	Contador Público Colegiado	91 %	Válido
Delgado Gardini, Rocío Analí	Administrador	90 %	Válido
Tucto Otiniano, Luis Alberto	Asesor particular en metodología y estadística	87 %	Válido

En la tabla 10, se obtiene la validez por juicio de expertos con un promedio de 89 %, este valor nos indica el nivel de validez del instrumento por lo que se concluye que si podemos aplicar

el cuestionario para nuestra primera variable de investigación ya que representa un nivel alto de validez.

**Tabla 11**

*Resultados de la validez por juicio de especialistas del cuestionario 2.*

<b>Apellidos y nombres de los expertos</b>	<b>Especialidad</b>	<b>% Validación</b>	<b>Resultado</b>
Cárdenas Aranda, Jordan Enrique	Contador Público Colegiado	89 %	Válido
Delgado Gardini, Rocío Anali	Administrador	92 %	Válido
Tucto Otiniano, Luis Alberto	Asesor particular en metodología y estadística	89 %	Válido

En la tabla 11, se obtiene la validez por juicio de expertos en un promedio de 90 %, este valor nos indica el nivel de validez del instrumento por lo que se concluye que si podemos aplicar el cuestionario para nuestra segunda variable de investigación ya que representa un alto porcentaje de validez.

## **2.6. Confiabilidad**

Según Hernández et al. (2014) la confiabilidad es el grado de medición en que un instrumento produce resultados positivos, consistentes y coherentes. Por lo tanto, se empleará el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna dentro de cada uno de los cuestionarios de las variables. Los autores Oviedo y Campo (2005) explican que este método “fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach, es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo

consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados” (p.575)

**Tabla 12**

Rangos de medición de Alfa de Cronbach

Valor	Consistencia interna
$a \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq a < 0,9$	Buena
$0,7 \leq a < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq a < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq a < 0,6$	Pobre
$a < 0,5$	Inaceptable

*Nota.* Adaptado de “Metodología de la investigación” por G. Pérez (2022)

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos empleados en la variable 1 y la variable 2, se aplicó la prueba estadística de alfa de Cronbach utilizando el software IBM SPSS, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 13**

*Confiabilidad de los instrumentos*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos

---

Calidad del servicio	,865	,873	22
Satisfacción del cliente	,853	,859	12

---

*Nota.* Elaboración en software IBM SPSS Statistics.

En la tabla 13, se obtuvo un valor de 0.865 por lo que se encuentra en el rango de 0,8 a 0,9 mostrada en la tabla 12. Este coeficiente nos indica que nuestro primer cuestionario tiene una buena consistencia interna.

Según la tabla 13, se obtuvo un valor de 0.853 por lo que se encuentra en el rango de 0,8 a 0,9 mostrada en la tabla 12. Este coeficiente nos indica que nuestro segundo cuestionario tiene de igual manera una buena consistencia interna.

Por lo tanto, se concluye que ambos cuestionarios pueden ser utilizados como herramienta para recopilación y análisis de datos del estudio de investigación.

Todos los datos obtenidos se registraron en una base de datos en el programa Excel para el procesamiento y análisis estadístico. Para realizar las pruebas de confiabilidad y correlación de variables se utilizó el software IBM SPSS Statistics.

## **2.7. Procedimiento**

La investigación dentro de la empresa se ejecutó mediante el siguiente procedimiento:

- ✓ A través de una llamada telefónica se coordinó con el Gerente General Martin Dzido Marinovich de la empresa Transportes Dzido, la aplicación de cuestionarios al cliente Repsol para determinar la influencia de la calidad de su servicio en la satisfacción de su cliente.
- ✓ Se envió a través del correo corporativo la carta de autorización de uso de información de empresa para el trabajo de investigación.
- ✓ Se elaboraron los cuestionarios para las variables a investigar.
- ✓ Se programo una fecha y lugar para realizar las encuestas.
- ✓ A través del supervisor de operaciones se coordinó para ir a visitar a cada Administrador de las estaciones de servicio de Repsol.
- ✓ Junto al Supervisor de operaciones se visitó el 01 de febrero a las horas 10:00 a.m. a la administradora de la estación Panamericana. A las 12:15 p.m. se le encuestó a la administradora encargada de la estación Primavera. El 04 de febrero a las 3:00 p.m. de igual manera se les encuestó a la administradora de la estación Flores del Golf y a las 4:10 p.m. al administrador de San Fernando. El martes 07 de febrero a las horas 10:00 a.m. se le visitó al administrador de la estación de Manucci. A las 11:45 a.m. se le encuestó al administrador de la estación Tupac y a la estación de Natasha. Por la tarde fue encuestado el administrador de la estación Rinconada. En esa misma línea al administrador encargado de la estación Juan Pablo. Por último, nos dirigimos al milagro donde se encuentra el administrador de la estación Ultracom.
- ✓ Se evidencio el trabajo mediante las encuestas aplicadas.
- ✓ Se registro la información a la base de datos al software estadístico SPSS.



- ✓ Se procedió a tabular la información en una base de datos en Excel.
- ✓ Se analizó cada ítem de los resultados de la investigación.

Para decretar la situación actual de la empresa TRANSPORTES DZIDO en la ciudad de Trujillo, a través del cuestionario del Modelo Servperf se evaluó la calidad del servicio, este instrumento ha sido verificado por expertos y adecuado al transporte de carga por Troncos et al (2022), considerando cinco dimensiones y distribuidas en 22 preguntas: tangibilidad (4 preguntas), fiabilidad (4 preguntas), capacidad de respuesta (5 preguntas), seguridad (4 preguntas) y empatía (5 preguntas). Cada pregunta tuvo 5 posibles respuestas en la escala de Likert: valor 1 “totalmente en desacuerdo”, valor 2 “desacuerdo”, valor 3 “indiferente”, valor 4 “de acuerdo”, valor 5 “totalmente de acuerdo”.

Para la segunda variable, se evaluó el nivel de satisfacción del cliente a través del cuestionario Kotler que de igual manera fue validado por expertos y adaptado al sector de transporte de carga por Quispe y Maza (2018). Está compuesta por 3 dimensiones y distribuidas en 12 ítems: valor percibido (4 ítems), expectativas (2 ítems), satisfacción del cliente (6 ítems). De igual modo, cada ítem tuvo 5 posibles respuestas en la escala de Likert: valor 1 “nunca”, valor 2 “casi nunca”, valor 3 “a veces”, valor 4 “casi siempre”, valor 5 “siempre”.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivo

Para el primer objetivo específico, se consolido la información recopilada mediante el primer instrumento para analizar la calidad del servicio de la empresa Transportes Dzido en las estaciones de servicio Repsol de la ciudad de Trujillo en el periodo 2019.

**Tabla 14**

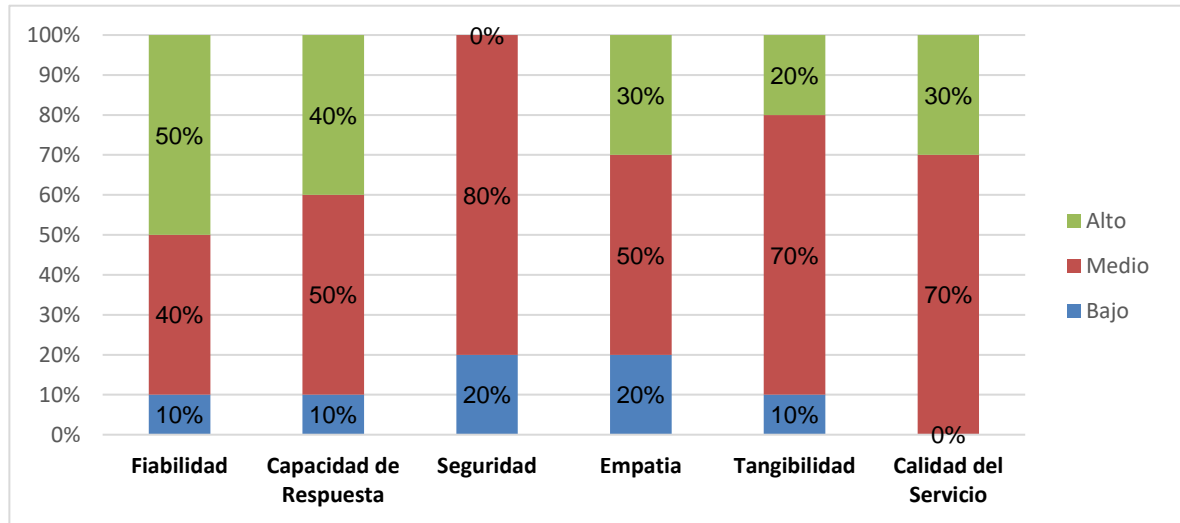
*Dimensiones de la Calidad del servicio*

	Fiabilidad		Capacidad de Respuesta		Seguridad		Empatía		Tangibilidad		Calidad del Servicio	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Alto</b>	5	50%	4	40%	0	0%	3	30%	2	20%	3	30%
<b>Medio</b>	4	40%	5	50%	8	80%	5	50%	7	70%	7	70%
<b>Bajo</b>	1	10%	1	10%	2	20%	2	20%	1	10%	0	0%
<b>Total</b>	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%

*Nota.* Los datos obtenidos fueron del cuestionario aplicado a las 10 estaciones de servicios del cliente Repsol.

**Figura 1**

*Gráfico de las dimensiones de la variable independiente*



*Nota.* Resultados obtenidos de la encuesta calidad de servicio de la empresa Transporte Dzido.

En la figura 1 se observa que el 70% de las estaciones de servicios del cliente Repsol consideran que la calidad del servicio brindado por la empresa Transportes Dzido se encuentra en un nivel medio, mientras que el otro 30% consideran un nivel alto la calidad del servicio ofrecida por la empresa. Estos resultados contrastan con la problemática de la empresa ya que se presentan demoras en el tiempo de entrega del producto, falta de coordinación en la programación del pedido, mala actitud y presentación de los conductores, entre otros.

De acuerdo con la teoría de Cronin y Taylor (1992) la calidad del servicio se mide en 5 dimensiones, la primera dimensión es “fiabilidad”, para nuestro estudio los resultados se muestran en la figura 1, donde se observa que el 50% de las estaciones de servicios consideran un nivel alto en la fiabilidad ofrecida por la empresa Transportes Dzido esto se debe a que la empresa como fortaleza para esta dimensión cuenta con todos los seguros contra riesgos del combustible transportado. El 40% de las estaciones de servicios considera un nivel medio en la fiabilidad del servicio ofrecido por la empresa, esto es debido a que no se cumple con el tiempo establecido para

la entrega del producto. El otro 10% restante de las estaciones de servicio de Repsol considera un nivel bajo en la fiabilidad ofrecida, este porcentaje menor se presenta en aquellas estaciones en las que se presentaron diversos problemas como demoras en los tiempos de entrega del producto, falta de información de monitoreo brindado por la empresa y que el personal no muestra interés para la solución de problemas cuando se presentan. (anexo 1)

Tal como se aprecia en la figura 1, para la segunda dimensión “Capacidad de Respuesta”, se tiene que el 50% de las estaciones de servicio consideran un nivel medio en la capacidad de respuesta del servicio brindado. Mientras que el 40% de las estaciones considera un nivel alto en la capacidad de respuesta; el otro 10% de estaciones considera un nivel bajo en la capacidad de respuesta de la empresa Transportes Dzido. El nivel predominante en esta dimensión es el nivel medio en la capacidad de respuesta, esto se debe a que los reclamos y sugerencias no son atendidos de inmediato. Además, que el personal en algunas ocasiones no se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga. (anexo 1)

Respecto a la tercera dimensión “Seguridad”, en la figura 1 se observa que el 80% de las estaciones del cliente Repsol indican que la empresa Transportes Dzido ofrece un nivel medio en la dimensión Seguridad, este porcentaje se explica debido a que el cliente indica que la conducta de los conductores no transmite confianza y no se brinda un servicio amable y cortés. El 20% restante indican recibir un bajo nivel en la dimensión Seguridad debido a que adicionalmente a los problemas antes mencionados se suman que cuando se presentan consultas por parte del cliente sobre el combustible transportado no reciben una respuesta apropiada. (anexo 1)

Para la cuarta dimensión “empatía” en la figura 1 observamos que el 50% de las estaciones de servicio del cliente Repsol indican percibir un nivel medio de la dimensión Empatía, este valor se respalda en que las estaciones indican que Transportes Dzido debe mejorar en tener horarios

flexibles para una atención adecuada. El 30% indican que el nivel de Empatía ofrecido por la empresa Dzido se encuentra en un nivel Alto, esto es debido a que como punto fuerte la empresa Dzido brinda seguimiento en caso se presenten contingencias durante el Transporte. El 20% restante de las estaciones indican percibir un nivel bajo de empatía de la empresa Dzido, este valor se debe a que el personal no muestra interés por atender los intereses de las estaciones y no brinda una atención individualizada. (anexo 1)

Por último, para la dimensión “tangibilidad”, se observa en la tabla 1 que el 70% de las estaciones del cliente Repsol indican que la empresa Dzido ofrece un nivel medio en la dimensión tangibilidad debido a que la empresa Dzido opera con unidades que no cumplen con el estándar establecido en el contrato además que se debe mejorar en el llenado correcto de la documentación de carga (Guías de Remisión, Actas de descarga satisfactoria, Lista de verificación pre-viaje, entre otros). El 20% de las estaciones indican un nivel alto en la dimensión tangibilidad ofrecida por la empresa Dzido, como fortaleza en esta dimensión se tiene que los ambientes de la empresa son amplios y cómodos para la atención de los clientes. El 10% restante de las estaciones indican percibir un nivel bajo en la dimensión tangibilidad, esto es debido a que se adicional a los problemas antes mencionados se tiene que los conductores no tienen buena presentación al momento de atender a las estaciones. (anexo 1)

Para el segundo objetivo específico, se consolido la información recopilada mediante el segundo instrumento para identificar el nivel de satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido en el periodo 2019.

## **Tabla 15**

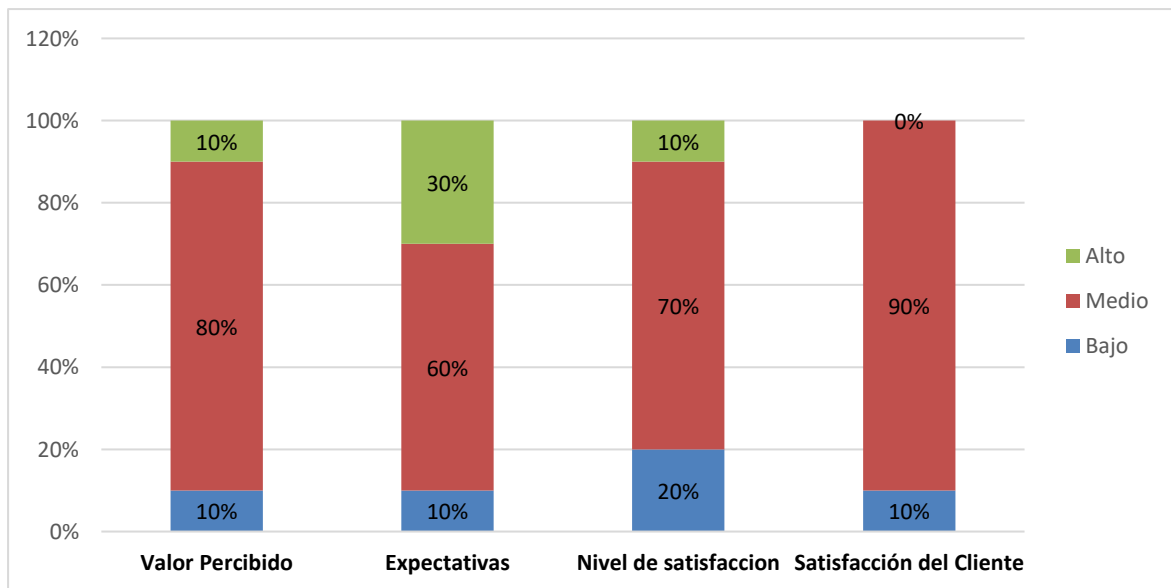
*Dimensiones de la Satisfacción del cliente*

	Valor Percibido		Expectativas		Nivel de satisfacción		Satisfacción del Cliente	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Alto</b>	1	10%	3	30%	1	10%	0	0%
<b>Medio</b>	8	80%	6	60%	7	70%	9	90%
<b>Bajo</b>	1	10%	1	10%	2	20%	1	10%
<b>Total</b>	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%

*Nota.* Los datos obtenidos fueron del cuestionario aplicado a las 10 estaciones de servicios del cliente Repsol.

**Figura 2**

*Gráfico de las dimensiones de la variable dependiente*



*Nota.* Resultados obtenidos de la encuesta satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transporte Dzido.

En la figura 2 se observa que el 90% de las estaciones de servicios del cliente Repsol calificó con un nivel medio su grado de satisfacción, y el 10% de las estaciones percibieron en un nivel bajo su grado de satisfacción. Estos resultados son producto de la media-baja calidad del servicio que brinda la empresa Transportes Dzido, generando disminución en la cartera de clientes y mala imagen de la empresa.

Conforme a la teoría de Kotler (2003) la variable satisfacción del cliente se analiza en 3 dimensiones. En la figura 2 se muestra la primera dimensión “valor percibido”, donde el 80% de las estaciones de servicio del cliente Repsol indican un nivel medio en esta dimensión, el 10% consideran un nivel alto en el valor percibido, sin embargo, el 10% de las estaciones indicaron un nivel bajo en el valor percibido por parte de la empresa Transportes Dzido. El punto fuerte en esta dimensión es que el servicio es accesible mientras que los puntos débiles son que en comparación con otras empresas del rubro no se nota la diferencia en la calidad de servicio brindado por transportes Dzido y que los conductores no atienden correctamente incumpliendo los procedimientos operativos. (anexo 2)

Para la segunda dimensión “Expectativas” en la figura 2 se percibe que el 60% de las estaciones de servicio del cliente Repsol indican un nivel medio en esta dimensión, esto se debe a que el servicio brindado por la empresa Dzido no satisface las necesidades tanto operativas como de seguridad. El 30% de las estaciones indican un nivel alto en las expectativas ya que perciben una experiencia positiva con los servicios de la empresa Dzido. El otro 10% indican un nivel bajo en las expectativas del servicio brindado. (anexo 2)

Tal como se aprecia en la Figura 2 la tercera dimensión es “nivel de satisfacción” donde se observa que el 70% de las estaciones de servicio indican un nivel medio en su nivel de satisfacción, este valor es debido a que el tiempo de espera para la entrega del producto es demasiado

prolongado generando insatisfacción además de que las unidades llegan en horarios no establecidos. El 20% de las estaciones indican un nivel bajo en la dimensión nivel de satisfacción esto se debe a que el servicio de la empresa Dzido no cumple con lo que las estaciones solicitan. El 10% de las estaciones indican un nivel alto, su grado de satisfacción. (anexo 2)

### **3.2. Resultados inferenciales**

Para elegir el método estadístico, primero realizamos una prueba de normalidad para cada variable de la investigación, estas pruebas se muestran a continuación:

#### **Prueba de Normalidad para la variable calidad del servicio:**

H1: La distribución de la variable calidad del servicio es paramétrica Normal.

(p-valor > 0.05).

Ho: La distribución de la variable calidad del servicio es paramétrica no Normal.

(p-valor < 0.05).

#### **Prueba de Normalidad para la variable Satisfacción del cliente:**

H1: La distribución de la variable satisfacción del cliente es paramétrica Normal.

(p-valor > 0.05).

Ho: La distribución de la variable satisfacción del cliente es paramétrica no Normal.

(p-valor < 0.05).

### **Tabla 16**

*Prueba de normalidad de las variables de estudio*



<b>Pruebas de normalidad</b>						
	<b>Kolmogórov-Smirnov</b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
<b>Calidad del Servicio</b>	,157	10	,200*	,949	10	,654
<b>Satisfacción del Cliente</b>	,200	10	,200*	,931	10	,460

*Nota. Elaboración en software IBM SPSS Statistics.*

En la tabla 16, obtenemos un valor de significancia de 0.654 por lo que existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos de la variable calidad del servicio en la empresa Transportes Dzido tienen distribución Normal. Se usó los datos del método de Shapiro-Wilk debido a que tenemos una muestra menor a 50.

En la tabla 16, se obtiene un valor de significancia de 0.460 por lo que existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, concluyendo que los datos de la variable satisfacción del cliente Repsol en la empresa Transportes Dzido tienen distribución Normal. Se usó los datos del método de Shapiro-Wilk debido a que tenemos una muestra menor a 50.

Debido a que se tiene datos con distribución normal de cada variable, se realiza el análisis de correlación a través del método de Pearson.

Según Hernández et al. (2014) “El coeficiente de correlación de Pearson se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables” (p. 305), toma un rango de valores

de +1 a -1, donde el valor de 0 indica que no hay asociación entre las dos variables. Un valor mayor que 0 indica una asociación positiva, es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, también lo hace el valor de la otra. En cambio, un valor menor que 0 indica una asociación negativa, es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, el valor de la otra disminuye.

**Tabla 17**

*Correlación del coeficiente Pearson*

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,75	Correlación negativa considerable
-0,50	Correlación negativa media
-0,25	Correlación negativa débil
-0,10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre variables
0,10	Correlación positiva muy débil
0,25	Correlación positiva débil
0,50	Correlación positiva media
0,75	Correlación positiva considerable
0,90	Correlación positiva muy perfecta
1	Correlación positiva perfecta

*Nota.* Adaptado de Metodología de la investigación (p.238), por R. Hernández et al., 2010, McGraw-Hill.

Entonces para el tercer objetivo específico, se aplicó el análisis de correlación a través del método de Pearson, el cual se determinó a través del programa SPSS Statistics, para analizar la

relación de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019.

**Tabla 18**

*Método de Pearson*

<i>Nota.</i>		<b>Correlaciones</b>		
<i>*La</i>		Calidad del servicio	Satisfacción del cliente	
	Correlación de	1		
Calidad del servicio	Pearson		,768**	
	Sig. (bilateral)		0.010	
	N	10	10	
	Correlación de			
Satisfacción del cliente	Pearson	,768**	1	
	Sig. (bilateral)	0.010		
	N	10	10	

*correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaboración en software IBM SPSS Statistics.*

Realizando el análisis estadístico de correlación, se obtuvo un coeficiente de 0.768 indicada en la tabla 18, por lo que se halla en el rango de 0,90 mostrada en la tabla 17. Este coeficiente nos indica que existe una correlación muy perfecta de ambas variables. Por esta razón se concluye que al aumentar la calidad del servicio aumentaría la percepción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido.

Para el objetivo general de la presente investigación, se planteó; determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol en la empresa Transportes Dzido - Trujillo en el año 2019, por lo que se determinó una ecuación de regresión lineal, que “es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra.” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 349)

**Tabla 19**

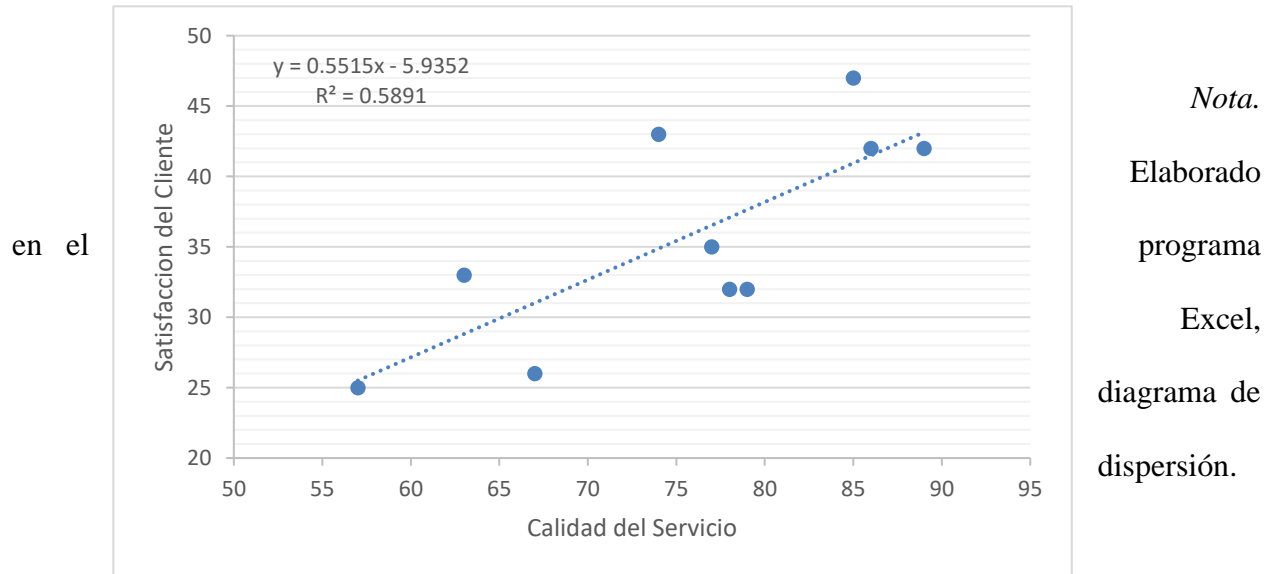
*Relación de  $V_1$  y  $V_2$*

Estaciones	V1: Calidad del Servicio	V2: Satisfacción del Cliente
	Acumulado	Acumulado
1	78	32
2	89	42
3	67	26
4	74	43
5	85	47
6	63	33
7	57	25
8	77	35
9	86	42
10	79	32

*Nota.* Es la sumatoria de todas las percepciones del cliente Repsol.

**Figura 3**

*Ecuación de regresión lineal*



Se realizó el modelo de ecuación de regresión lineal mostrada en la figura 3 con los datos obtenidos de la tabla 19. Donde se observa la influencia directa que tiene la variable independiente en la variable dependiente.

Respecto a la ecuación, indica que la variable X “calidad del servicio” influye en un 55% de la variable Y “satisfacción del cliente” Repsol de la empresa Transportes Dzido en la ciudad de Trujillo del periodo 2019; es decir la pendiente está subiendo ya que es el factor de impacto.

### 3.3. Análisis de regresión.

Se realiza un análisis de regresión para determinar una ecuación que describa la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido.

Los datos se muestran a continuación:

**Tabla 20**

*Coefficiente por cada variable*

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	-5.94	12.40	-0.48	0.64	-34.53	22.66	-34.53	22.66
Calidad del Servicio	0.55	0.16	3.39	0.01	0.18	0.93	0.18	0.93

*Nota.* Elaborado en el programa Excel

Después del análisis de nuestra variable calidad del servicio y satisfacción del cliente se obtiene la siguiente ecuación:

$$y = 0.55.15 X - 5.94$$

Donde:

Y: Satisfacción del cliente

X: Calidad del servicio

**Tabla 21**
*Resumen del modelo de ambas variables*

<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.77
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0.59
R <sup>2</sup> ajustado	0.54
Error típico	5.09
Observaciones	10

*Nota.* Elaborado en el programa Excel

Según la tabla 21 se obtiene un coeficiente de correlación múltiple de 0.77 lo que nos indica que nuestra ecuación tiene una alta correlación entre las variables.

Además, se tiene un valor de R<sup>2</sup> ajustado de 0.54, este valor nos indica que nuestra ecuación de la recta se ajusta en un 54% a los datos reales de nuestra investigación.

Para determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol en la empresa Transportes Dzido se realizó la siguiente prueba de hipótesis:

### **Prueba de Hipótesis**

H1: Existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019 (p-valor<0.05).

Ho: No existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo 2019 (p-valor>0.05).

**Tabla 22**

*Análisis de varianza del modelo calidad del servicio y satisfacción del cliente*

	<b>Grados de libertad</b>	<b>Suma de cuadrados</b>	<b>Promedio de los cuadrados</b>	<b>F</b>	<b>Valor crítico de F</b>
Regresión	1	296.96	296.96	11.47	0.01
Residuos	8	207.14	25.89		
Total	9	504.10			

*Nota.* Elaborado en el programa Excel

Según la tabla 22 se obtiene un valor de 0.01 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ) por lo que existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula  $H_0$  y Aceptar la hipótesis alternativa  $H_1$ .

Por ende, se concluye que si existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido en la ciudad de Trujillo del periodo 2019.

Para determinar cuál de las dimensiones impacta más en la variable dependiente, realizamos un análisis de regresión.

**Tabla 23**

	<b>Coefficientes</b>	<b>Error típico</b>	<b>Estadístico t</b>	<b>Probabilidad</b>
Intercepción	22.93	13.96	1.64	0.18
Fiabilidad	-1.23	0.63	-1.97	0.12
Capacidad Respuesta	2.42	1.39	1.75	0.16



Seguridad	1.59	0.90	1.76	0.15
Empatía	-0.36	1.09	-0.33	0.76
Tangibilidad	-1.73	0.58	-2.98	0.04

---

*Coefficiente por cada dimensión de calidad del servicio*

*Nota.* Elaborado en el programa Excel

De la tabla 23 se obtiene una ecuación que describe el nivel de satisfacción del cliente por cada dimensión de la variable calidad del servicio:

*Satisfacción del cliente*

$$= 2.42 \times CR + 1.59 \times S - 1.73 \times T - 1.23 \times F - 0.36 \times E + 22.93$$

Donde:

CR: Capacidad de Respuesta.

S: Seguridad.

T: Tangibilidad.

F: Fiabilidad.

E: Empatía.

De esta ecuación se puede concluir que las dimensiones que más impactan positivamente en la satisfacción del cliente del cliente Repsol de la empresa transportes Dzido son capacidad de respuesta y seguridad con un coeficiente de 2.42 y 1.59 respectivamente.

**Tabla 24**

*Resumen del modelo de calidad del servicio por dimensión*

<i>Nota.</i>	<b>Estadísticas de la regresión</b>		Elaborado en el
	Coefficiente de correlación múltiple	0.97	programa Excel
	Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0.95	
	R <sup>2</sup> ajustado	0.88	
	Error típico	2.60	Según
la	Observaciones	10	tabla 24 se

obtiene un coeficiente de correlación múltiple de 0.97 lo que nos indica que nuestra ecuación tiene una correlación casi perfecta entre las variables.

Además, se tiene un valor de R<sup>2</sup> ajustado de 0.95, este valor nos indica que nuestra ecuación se ajusta en un 95% a los datos de nuestras encuestas.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Para nuestro estudio de investigación se trazó como objetivo general determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido en el año 2019. Según el análisis de varianza de la ecuación de regresión nos da un p-valor  $=0.01 < 0.05$  indicándonos que la influencia es significativa (Tabla 22); las dimensiones que más influyeron positivamente en la satisfacción del cliente fueron la capacidad de respuesta y la seguridad obteniendo un coeficiente de 2.42 y 1.59 respectivamente. (Tabla 23). Lo que nos da a entender que existe influencia entre la variable 1 y variable 2. Frente a la evidencia estadística se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, donde refiere que si existe influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa transportes Dzido. Estos resultados coinciden con el trabajo de investigación realizada por Regalado (2016) donde indica que la dimensión “capacidad de respuesta” influye significativamente en el nivel de satisfacción del cliente con un coeficiente de 0.72. De igual manera los autores Ibarra et al. (2017), concluyeron que la dimensión “seguridad” influye de manera positiva con un coeficiente de 0.12 en el nivel de satisfacción del usuario.

Como objetivo específico número 1, se estableció analizar la calidad del servicio de la empresa Transportes Dzido en el cliente Repsol. Se obtuvo que el 70% de las estaciones de servicio del cliente Repsol consideran que la calidad del servicio brindado se encuentra en un nivel medio, mientras que el 30% consideran un nivel alto la calidad del servicio ofrecida por la

empresa. (Tabla 14). Estos resultados contrastan con Quispe y Maza (2018), quienes en su investigación llegaron a concluir que el 65.1% de los clientes concuerdan que la calidad de servicio brindado es un nivel bueno, el 7% califica un nivel muy bueno y el 27.9% considera regular la calidad del servicio. De igual modo López y Monzón (2022) analizaron el nivel de calidad donde el 57% de los encuestados consideran un nivel alto la calidad del servicio y el 43% estima un rango de nivel medio. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar estos resultados confirmamos que, al ofrecer un servicio de buena calidad, mejor será la percepción del cliente; produciendo una mayor rentabilidad en el negocio y un crecimiento en la cartera de clientes si queremos posicionarnos en el mercado.

Como objetivo específico número 2, se determinó identificar el nivel de satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido – Trujillo en el periodo 2019. Donde el 90% de las estaciones de servicios del cliente Repsol calificaron con un nivel medio, su grado de satisfacción, y el 10% de las estaciones percibieron en un nivel bajo, su grado de satisfacción. (Tabla 15). Estos resultados se corroboran con la investigación de Bazán (2022) donde menciona que el 64% de los clientes estiman que la satisfacción percibida luego del servicio obtenido es de nivel buena, el 23% califico en un nivel regular y el 13% evaluó en un nivel bajo su servicio obtenido porque no fue el esperado. Dado esto, nos damos cuenta de que el nivel de satisfacción es de suma importancia en una empresa de transporte o cualquier otro rubro, ya que los clientes son la base del negocio, por ello es esencial que las empresas se esfuercen en proporcionar un servicio de alta calidad y garantizar la satisfacción de los clientes.

Por último, el tercer objetivo específico es para analizar la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido en la ciudad de Trujillo del presente año. Se halló el coeficiente de correlación de Pearson de 0.768, indicándonos que existe una correlación positiva muy perfecta entre ambas variables. (Tabla 18) Estos resultados son corroborados por Delgado (2021), lo cual evidencia de la misma manera una correlación alta entre ambas variables, por lo tanto se concluye que al aumentar la calidad del servicio aumentaría la satisfacción del cliente.

## **CONCLUSIONES**

Respecto al objetivo general se logró determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido mediante de la ecuación de regresión lineal; los resultados del análisis de varianza indican que la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente es significativa dando como resultado el valor de significancia de 0.01 y que las dimensiones que más influyeron positivamente en la satisfacción del cliente fueron la capacidad de respuesta y la seguridad, obteniendo un coeficiente de 2.42 y 1.59. (Tabla 23)

Se analizó el nivel de calidad del servicio de la empresa Transportes Dzido para el primer objetivo específico. El 70% de las estaciones de servicios del cliente Repsol consideraron un nivel medio la calidad del servicio, porque de igual modo los clientes calificaron a las dimensiones: capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad en un nivel medio su servicio brindado. (Tabla 14).

Se identifico el nivel de satisfacción del cliente Repsol, para el segundo objetivo específico. Donde el 90% de las estaciones Repsol percibieron en un nivel medio, su grado de satisfacción, de igual manera estimaron en un nivel medio las dimensiones: valor percibido, expectativas y nivel de satisfacción.

Para el tercer objetivo específico se analizó la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente Repsol de la empresa Transportes Dzido, por el cual se utilizó una prueba de hipótesis para la prueba de normalidad de datos, como lo indica la prueba se utilizó el método Pearson, dando este como resultado el coeficiente 0.768 indicando que existe una correlación positiva alta de ambas variables. (Tabla 18)

## Referencias

- Aburto Salirrosas, K. & Pozo Vera, M. (2017) *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Itssa Bus ubicado en la Av. Juan Pablo II en la ruta de Trujillo-Lima en el año 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Digital de la Universidad Privada Antenor Orrego.
- Arroyo Villar, J. D. (2018) *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes de la Clínica Pronto Salud-Trujillo:2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRU.
- Bazán Diaz, B. C. (2022) *Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la Empresa de Transporte Móvil Bus SAC – Chepén 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV.
- Carcausto Vilcapaza, Z. Y. (2016) *Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Hotel Sakura de la ciudad de Juliaca 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión.
- Castro Macedo, R. A. (2015) *Logística y Transporte internacional para carga especial*. [Tesis de Maestría, Universidad del Pacifico]. Repositorio Institucional de la Universidad del Pacifico.
- Chen, Y. (2013). Service quality and customer satisfaction in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, (34), 12-22.

<https://www.sciencedirect.com/journal/international-journal-of-hospitality-management>

Cronin, J. y Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extensión. *Journal of Marketing*. 56(3), 55-68.

[https://www.researchgate.net/publication/225083621\\_Measuring\\_Service\\_Quality\\_\\_A\\_Reexamination\\_And\\_Extension](https://www.researchgate.net/publication/225083621_Measuring_Service_Quality__A_Reexamination_And_Extension)

Delgado Tongo, H. D. (2021), *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes y Turismo Cajamarca S.A. de la ciudad de Tarapoto, año 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Nacional Digital de Ciencia Tecnología e Innovación de acceso abierto UNSM.

Duque, E. (enero-junio,2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. 15(25), 64 – 80. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

García, A. (2016) La relación entre calidad de servicio y lealtad del cliente en los talleres españoles de automoción. *Revista de Gestión Pública y Privada*. 20(21), 91-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5831936>

González Rizo, I. G, Cruz Ruiz, M.N., Moreno Jiménez, K.L. (2020) *Análisis de la calidad del servicio para la satisfacción al cliente de la empresa Transporte Jesús de la Buena Esperanza, en el departamento de Estelí, 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio Institucional UNAN-Managua.



- Gordon, R. (2013) *La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. Repositorio Digital UPEC.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5<sup>ta</sup> ed.). McGraw-Hill.
- [https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_Hernandez\\_Fernandez\\_y\\_Baptista\\_2010\\_](https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010_)
- Herrera, A. N. (1998). *Notas sobre psicometría*. Bogotá: [Universidad Nacional de Colombia]. <https://pdfcoffee.com/herrera-a-1998-notas-de-psicometria-1-2-historia-de-psicometria-y-teoria-de-la-medida-5-pdf-free.html>
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. (3<sup>ra</sup> ed.). Fundación Sypal.
- <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de marketing*. (2<sup>da</sup> ed.). Díaz de Santos.
- Kotler y Armstrong (2013). *Fundamentos de marketing*. (11<sup>va</sup> ed.). Pearson Educación de México.
- [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- López Arteaga, D.A. y Monzón Noblecilla, P.L. (2022) *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes Chavín Express, Trujillo – 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV.

- Morales. P (2012). *Tamaño necesario de la muestra ¿Cuántos sujetos necesitamos?*  
[Universidad Pontificia Comillas, Madrid].  
<http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>
- Oviedo, H. C., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(04), 572-580.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>
- Paraskevas, A. (2013) The impact of service quality on customer satisfaction and loyalty in the fast food sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1042-1062.  
<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0959-6119>
- Peña Mateo, O.W. (2022) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de una empresa de transporte de carga pesada, Trujillo, 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN.
- Quispe Huayta, O.W. y Maza Torres, W.S. (2018) *Calidad de Servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL., Cusco, 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión.
- Regalado Ayquipa, J.L. (2016) *Gestión logística y su influencia en el nivel de satisfacción de los clientes de la Empresa Transporte e Inversiones Zegarra, Callao, 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV.
- Robles, A. (2017) *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los*

*contribuyentes de la administración tributaria- Satt Año 2015.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRU.

Arrobo Sandoval, D. F. (2020) *Estrategias y calidad del servicio de la Cooperativa de Transporte pesado Trans Magdalena de la ciudad de Latacunga.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio UNIANDES.

Suárez, P. (2011) *Población de estudio y muestra.* [Diapositiva de PowerPoint].  
[http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia\\_Investigacion/Presentaciones/4\\_%20poblacion&muestra.pdf](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf)

Troncos Vílchez, I. M, Maldonado Jiménez, O.E & Ortega Chaparrea, D. (2018) *Calidad del Servicio y Satisfacción del cliente de la empresa TRANSPORTE CRUZ EL SUR CARGO S.A.C. SANTA ANITA 2018.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de las Américas]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de las Américas.

Villavicencio, R. (2014) *Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa Transportes Línea S.A. Trujillo 2013.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRU.

Yuni, J. y Urbano, C. (2014) *Técnicas para Investigar.* (2<sup>da</sup> ed.) Brujas.  
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9nicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

## Anexos

### ANEXO 1. Cuestionario de Calidad del Servicio

#### CUESTIONARIO 1 - CALIDAD DEL SERVICIO

Estimado (a) administrador(a) de la estación \_\_\_\_\_ de servicio Repsol.

El presente instrumento tiene por objetivo medir la calidad del servicio que le brinda la empresa Transportes Dzido. Se le ha formulado 22 preguntas para conocer sus percepciones en base a lo que usted recibió. Sus respuestas son totalmente confidenciales.

#### Instrucciones:

Según su criterio marque con una "X" las siguientes preguntas.

TOTALMENTE EN DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Preguntas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Fiabilidad</b>						
1	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos.					
2	Cuando se presenta un problema, el personal muestra sincero interés para solucionarlo.					
3	La empresa Transportes Dzido cuenta con seguros de riesgo de la mercadería.					
4	Habitualmente la empresa Transportes Dzido ofrece un servicio de monitoreo en ruta.					
<b>Capacidad de respuesta</b>						
5	La empresa informa puntualmente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio					

6	El servicio cuenta con rutas de carga de los diferentes terminales					
7	El personal de la empresa atiende de manera inmediata a los clientes					
8	Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos inmediatamente					
9	El personal de la empresa se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga combustible					
<b>Seguridad</b>						
10	La conducta de los empleados le transmite confianza					
11	Se siente seguro en las transacciones que realiza con la empresa					
12	El personal de la empresa Transportes Dzido brinda un servicio amable y cortés.					
13	Cuando se presentan consultas de la mercadería recibo una respuesta apropiada por parte del personal indicado.					
<b>Empatía</b>						
14	La empresa Transportes Dzido brinda seguimiento, en caso se presentará un cambio de mercadería en los puntos intermedios de ruta.					
15	La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.					
16	El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes.					
17	El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.					
18	El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.					
<b>Tangibilidad</b>						
19	Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.					
20	Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.					
21	Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación.					
22	Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.					

**Gracias por su participación.**

**ANEXO 2.** Cuestionario de Satisfacción del cliente

**CUESTIONARIO 2 - SATISFACCION DEL CLIENTE**

Estimado (a) administrador(a) de la estación \_\_\_\_\_ de servicio Repsol.

El presente instrumento tiene por objetivo medir la satisfacción del cliente por el servicio que le brinda la empresa Transportes Dzido. Se le ha formulado 12 ítems para conocer sus percepciones en base a lo que usted recibió. Sus respuestas son totalmente confidenciales.

**Instrucciones:**

Según su criterio marque con una "X" los siguientes ítems.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Ítems	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Valor percibido</b>						
1	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.					
2	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.					
3	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.					
4	Los conductores de la empresa atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.					
<b>Expectativas</b>						
5	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales					

6	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva.					
<b>Nivel de satisfacción</b>						
7	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido					
8	El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.					
9	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido.					
10	Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.					
11	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita.					
12	Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.					

**Gracias por su participación.**

**ANEXO 3.** Ficha 1 de validación de instrumento por expertos

**FICHA 1 - VALIDACIÓN DE JUCIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_
2. Especialidad: \_\_\_\_\_
3. Titulo y grado académico: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					
2.OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					
4.ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						



### III. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS

N°	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Fiabilidad</b>				
1	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos.			
2	Cuando se presenta un problema, el personal muestra sincero interés para solucionarlo.			
3	La empresa Transportes Dzido cuenta con seguros de riesgo de la mercadería.			
4	Habitualmente la empresa Transportes Dzido ofrece un servicio de monitoreo en ruta.			
<b>Capacidad de respuesta</b>				
5	La empresa informa puntualmente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio.			
6	El servicio cuenta con rutas de carga de los diferentes terminales.			
7	El personal de la empresa atiende de manera inmediata a los clientes			
8	Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos inmediatamente.			
9	El personal de la empresa se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga combustible.			
<b>Seguridad</b>				
10	La conducta de los empleados le transmite confianza.			
11	Se siente seguro en las transacciones que realiza con la empresa.			
12	El personal de la empresa Transportes Dzido brinda un servicio amable y cortés.			
13	Cuando se presentan consultas de la mercadería recibo una respuesta apropiada por parte del personal indicado.			
<b>Empatía</b>				

14	La empresa Transportes Dzido brinda seguimiento, en caso se presentará un cambio de mercadería en los puntos intermedios de ruta.			
15	La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.			
16	El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes.			
17	El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.			
18	El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.			
<b>Tangibilidad</b>				
19	Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.			
20	Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.			
21	Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación.			
22	Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.			
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:** \_\_\_\_\_

**V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Firma del experto:

DNI: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ANEXO 4.** Ficha 2 de validación de instrumento por expertos

**FICHA 2 - VALIDACIÓN DE JUCIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_
2. Especialidad: \_\_\_\_\_
3. Titulo y grado académico: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					
2.OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					
4.ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					

**PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

**III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS**

N°	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Valor percibido</b>				
1	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.			
2	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.			
3	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.			
4	Los conductores de la empresa atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.			
<b>Expectativas</b>				
5	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales			
6	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva.			
<b>Nivel de satisfacción</b>				
7	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido.			
8	El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.			
9	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido.			
10	Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.			
11	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita.			
12	Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.			
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:** \_\_\_\_\_

**V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Firma del experto: \_\_\_\_\_

DNI: \_\_\_\_\_

**ANEXO 5.** Evidencias de la validación de instrumentos por expertos

**VALIDACIÓN DE JUCIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Cardenas Aranda Jordan

2. Especialidad: Contador

3. Titulo y grado académico: Contador Público Colegiado

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					90%
2.OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					87%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					93%
4.ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					89%
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					95%
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					93%
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					95%
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					86%
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					89%
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					91%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>91%</b>

**III. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS**

Nº	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Fiabilidad</b>				
1	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos.			90%
17	El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.			91%
18	El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.			91%
<b>Tangibilidad</b>				
19	Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.			88%
20	Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.			88%
21	Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación.			88%
22	Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.			88%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				91%

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 92%

**V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**


El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 26 / 01 / 2023

DNI: 47477154

Firma del experto:

  
CFC: Armando E. Cardenas Aranda  
MAT. N° 02-8324  
España 734 Centro Civico - Trujillo

15	La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.			91%
16	El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes.			91%

**VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Cardenas Aranda Jordan
2. Especialidad: Contador
3. Titulo y grado académico: Contador Publico Colegado

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					86%
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					89%
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					93%
ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					90%
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					91%
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					93%
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					90%
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					88%
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					89%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>89%</b>

**III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS**

Nº	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Valor percibido</b>				
1	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.			88%
2	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.			88%
3	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.			88%
4	Los conductores de la empresa atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.			88%
<b>Expectativas</b>				
5	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales			86%
6	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva.			86%
<b>Nivel de satisfacción</b>				
7	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido			90%
8	El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.			90%
9	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido.			90%
10	Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.			90%
11	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita.			90%
12	Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.			90%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				89%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 89%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 26/01/2023

DNI: 47477154

Firma del experto:

  
CPC: Jurian E. Condenas Aranda  
MAT. N° 02-8324  
Zepita 734 Centro Civico - Trujillo



**VALIDACIÓN DE JUCIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Delgado Gardin? de Pardo
2. Especialidad: Administradora.
3. Titulo y grado académico: Licenciada en Administración

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					92%
2.OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					90%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					87%
4.ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					91%
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					88%
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					86%
7.CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					93%
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					88%
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					93%
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					94%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>90%</b>

**III. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS**

Nº	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Fiabilidad</b>				
1	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos.			86%
2	Cuando se presenta un problema, el personal muestra sincero interés para solucionarlo.			86%
3	La empresa Transportes Dzido cuenta con seguros de riesgo de la mercadería.			86%
4	Habitualmente la empresa Transportes Dzido ofrece un servicio de monitoreo en ruta.			86%
<b>Capacidad de respuesta</b>				
5	La empresa informa puntualmente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio.			94%
6	El servicio cuenta con rutas de carga de los diferentes terminales.			94%
7	El personal de la empresa atiende de manera inmediata a los clientes			94%
8	Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos inmediatamente.			94%
9	El personal de la empresa se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga combustible.			94%
<b>Seguridad</b>				
10	La conducta de los empleados le transmite confianza.			95%
11	Se siente seguro en las transacciones que realiza con la empresa.			95%
12	El personal de la empresa Transportes Dzido brinda un servicio amable y cortés.			95%
13	Cuando se presentan consultas de la mercadería recibo una respuesta apropiada por parte del personal indicado.			95%
<b>Empatía</b>				
14	La empresa Transportes Dzido brinda seguimiento, en caso se presentará un cambio de mercadería en los puntos intermedios de ruta.			90%
15	La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.			90%
16	El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes.			90%
17	El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.			90%
18	El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.			90%
<b>Tangibilidad</b>				
19	Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.			85%
20	Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.			85%
21	Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación.			85%
22	Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.			85%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				90%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 26 / 01 / 2023  
DNI: 18166125

Firma del experto:

**TRANSPORTES DZIDO**  
  
**Rosita Colinas Gardini**  
ADMINISTRADORA

**VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Delgado Gardini de Pardo
2. Especialidad: Administradora
3. Titulo y grado académico: Licenciada en Administración.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					94%
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					90%
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90%
ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					88%
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					90%
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					91%
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					92%
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					95%
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					93%
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					96%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>92%</b>

**VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**  
**DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Tucto Ofiniano Luis.
2. Especialidad: Asesoría particular en metodología y estadística
3. Título y grado académico: Magister en educación (estadística)

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					82%
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					85%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					88%
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					83%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					90%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					93%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					89%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					90%
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					89%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>87%</b>

**III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS**

Nº	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Valor percibido</b>				
1	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.			90%
2	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.			90%
3	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.			90%
4	Los conductores de la empresa atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.			90%
<b>Expectativas</b>				
5	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales			91%
6	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva.			91%
<b>Nivel de satisfacción</b>				
7	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido			94%
8	El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.			94%
9	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido.			94%
10	Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.			94%
11	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita.			94%
12	Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.			94%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				<b>92%</b>

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 92%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 26 / 01 / 2023

DNI: 78166125

Firma del experto:

**TRANSPORTES DZIDO**  
*[Firma manuscrita]*  
Reale Delgado Gardini  
ADMINISTRADORA

**III. PERTINENCIA DE LAS PREGUNTAS**

N°	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Fiabilidad</b>				
1	La entrega del producto se hace dentro de los plazos establecidos.			85%
2	Cuando se presenta un problema, el personal muestra sincero interés para solucionarlo.			85%
3	La empresa Transportes Dzido cuenta con seguros de riesgo de la mercadería.			85%
4	Habitualmente la empresa Transportes Dzido ofrece un servicio de monitoreo en ruta.			85%
<b>Capacidad de respuesta</b>				
5	La empresa informa puntualmente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio.			90%
6	El servicio cuenta con rutas de carga de los diferentes terminales.			90%
7	El personal de la empresa atiende de manera inmediata a los clientes			90%
8	Los reclamos y sugerencias de los usuarios son atendidos inmediatamente.			90%
9	El personal de la empresa se encuentra capacitado para realizar el procedimiento de descarga combustible.			90%
<b>Seguridad</b>				
10	La conducta de los empleados le transmite confianza.			92%
11	Se siente seguro en las transacciones que realiza con la empresa.			92%
12	El personal de la empresa Transportes Dzido brinda un servicio amable y cortés.			92%
13	Cuando se presentan consultas de la mercadería recibo una respuesta apropiada por parte del personal indicado.			92%
<b>Empatía</b>				
14	La empresa Transportes Dzido brinda seguimiento, en caso se presentará un cambio de mercadería en los puntos intermedios de ruta.			86%
15	La empresa cuenta con un horario flexible que permite una atención adecuada.			86%
16	El personal de la empresa brinda una atención individualizada a sus clientes.			86%
17	El personal de la empresa muestra preocupación por atender los intereses de los clientes.			86%
18	El personal de la empresa cumple con las necesidades de los clientes.			86%
<b>Tangibilidad</b>				
19	Los vehículos de la empresa Transportes Dzido tienen apariencia moderna.			83%
20	Los ambientes de la empresa Transportes Dzido son amplios y cómodos para recibir atención.			83%
21	Los conductores y el personal de atención tienen buena presentación.			83%
22	Los materiales relacionados con el servicio (ads, check list, guías, boletas, facturas, entre otros) cumplen con las normas de transporte.			83%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				87%

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 87%

**V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 28 / 01 / 2023

DNI: 41985730

Firma del experto:

  
"MATEMÁTICA - ESTADÍSTICA"  
Mg. Luis A. Tucto Otiniano

**VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS  
DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

**I. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y Nombres: Tucto Otiniano Luis
2. Especialidad: Asesoría particular en metodología y estadística
3. Título y grado académico: Magister en Educación (estadística)

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					83%
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					88%
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					90%
ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica.					93%
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					88%
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					93%
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos.					87%
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					89%
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					86%
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					90%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>89%</b>

**III. PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS**

Nº	INSTRUMENTO	INSUFICIENTE 0%-33%	MEDIAMENTE SUFICIENTE 34%-66%	SUFICIENTE 67%-100%
<b>Valor percibido</b>				
1	El servicio que brinda la empresa Transportes Dzido es accesible.			85%
2	En la empresa Transportes Dzido se nota la diferencia de la calidad de servicio en comparación con otras empresas.			85%
3	El servicio que ofrece la empresa Transportes Dzido es exclusivo, no se ve en otras organizaciones.			85%
4	Los conductores de la empresa atienden correctamente, porque cuenta con todas las capacitaciones de los procesos operativos.			85%
<b>Expectativas</b>				
5	El servicio que proporciona la empresa Transportes Dzido satisface las necesidades personales			88%
6	La experiencia del servicio percibido en la empresa Transportes Dzido es positiva.			88%
<b>Nivel de satisfacción</b>				
7	Se siente satisfecho por el servicio brindado de la empresa Transportes Dzido			92%
8	El tiempo de espera no es demasiado prolongado causándole satisfacción.			92%
9	Le satisface los horarios y tiempo de entrega por parte de la empresa Transportes Dzido.			92%
10	Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Transportes Dzido.			92%
11	El servicio de la empresa Transportes Dzido cumple con lo que usted solicita.			92%
12	Queda complacido(a) con el servicio recibido de la empresa Transportes Dzido.			92%
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>				89%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 89%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

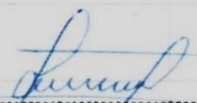
El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 28 / 01 / 2023

Firma del experto:

DNI: 41985730

  
"MATEMÁTICA - ESTADÍSTICA"  
Mg. Luis A. Tucto Otiniano