

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**



**TESIS**

**“LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES  
LA PERLA DEL ORIENTE S.A. “ETPOSA” –  
HUÁNUCO, 2017”**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración  
de Empresas

**TESISTA**

Bach. Ramírez Bacilio, Cinthia Liseth

**ASESORA**

Mg. Rocío Verónica Rasmuzzen Santamaría

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por nunca abandonarme en los momentos más difíciles de mi vida, por darme fuerzas cada día para alcanzar mis sueños.

A los seres más importantes en mi vida mis padres, por su apoyo incondicional a través del tiempo y por ser el pilar fundamental en todo lo que soy.

## **AGRADECIMIENTO**

A los docentes de la Escuela académico Programa académico de Administración de Empresas y Administrativas quienes supieron brindarme sus conocimientos, que guiaron mi formación profesional.

A los docentes que integraron como mi jurado, por sus acertados aportes y orientaciones.

A mi asesora de tesis Mg. Roció Rasmuzzen Santamaría por apoyarme y orientarme a lo largo de este camino de realización de este proyecto.

## ÍNDICE

Pág.

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Descripción del problema.....          | 07 |
| 1.2. Formulación del problema.....          | 09 |
| 1.3. Objetivo general.....                  | 10 |
| 1.4. Objetivos específicos.....             | 10 |
| 1.5. Justificación de la investigación..... | 10 |
| 1.6. Limitaciones de la investigación.....  | 11 |
| 1.7. Viabilidad de la investigación.....    | 11 |

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Antecedentes de la investigación.....            | 12 |
| 2.2. Bases teóricas.....                              | 15 |
| 2.2.1 Base teórica N°1: Calidad de servicio.....      | 15 |
| 2.2.2 Base teórica N°2: Satisfacción del cliente..... | 19 |
| 2.3. Definiciones conceptuales.....                   | 20 |
| 2.4. Hipótesis.....                                   | 22 |
| 2.5. Variables.....                                   | 23 |
| 2.5.1. Variable dependiente.....                      | 23 |
| 2.5.2. Variable independiente.....                    | 23 |
| 2.6. Operacionalización de variables.....             | 23 |

### CAPÍTULO III

#### MARCO METODOLOGICO

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 3.1. Tipo de investigación..... | 24 |
| 3.1.1. Enfoque.....             | 24 |
| 3.1.2. Alcance o nivel.....     | 25 |

|  |    |
|--|----|
| 3.1.3. Diseño .....  | 25 |
| 3.2. Población y muestra.....                                    | 26 |
| 3.2.1. Población.....  | 26 |
| 3.2.2. Muestra.....  | 27 |
| 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....        | 28 |
| 3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de información... | 28 |

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Resultados Aplicado a los clientes.....                     | 29 |
| 4.2. Resultados Aplicado a los trabajadores.....                 | 41 |
| 4.3. Resultados Guía de Observación.....                         | 33 |
| 4.4. Contratación de la Hipótesis y prueba de Hipótesis.....     | 56 |
| 4.4.1. Hipótesis General Resultado de los clientes.....          | 56 |
| 4.4.2. Hipótesis General resultado de los trabajadores.....      | 59 |
| 4.4.3. Contratación Descriptiva de las Hipótesis Especifica..... | 62 |

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSION DE RESULTADOS**

|   |    |
|---|----|
| 5.1. DISCUSION DE RESULTADOS.....   | 66 |
| 5.2. CONCLUSIONES.....  | 70 |
| 5.3. RECOMENDACIONES.....   | 71 |
| 5.4. BIBLIOGRAFIA   | 72 |
| 5.3. ANEXOS.....  | 73 |
| - Anexo N° 01 Matriz de consistencia .....  | 74 |
| - Anexo N° 02: Cuestionario dirigido a los pasajeros de Huánuco<br>– Lima – Lima – Huánuco..... | 75 |
| - Anexo N° 03: Cuestionario dirigido a los trabajadores de la<br>empresa “ETPOSA” .....         | 76 |
| - Anexo N° 04: Guía de observación  | 77 |
| - Anexo N° 05: Relación de empresas de Transporte en Huánuco                                    | 78 |
| GALERIA FOTOGRAFICA.....  | 79 |

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE LA PERLA DEL ORIENTE S.A. “ETPOSA” – HUANUCO, 2017. La finalidad de la presente investigación es conocer como las evidencias físicas, la fiabilidad, la interacción y las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente de la empresa de transportes ETPOSA. La investigación tuvo como objetivo principal conocer como las evidencias físicas se relacionan con la satisfacción del cliente en la empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 20017. Para su realización se trabajó con 362 clientes y 14 trabajadores lo que constituye el total de la muestra que corresponde a los clientes y trabajadores de la empresa ETPOSA. Para efecto se aplicó el cuestionario a clientes y trabajadores y una guía de observación adaptado y corregido, para ello se estableció los indicadores en las dimensiones: Evidencias Físicas, Fiabilidad, Interacción Personal, Políticas, confiabilidad, actitud y accesibilidad. Para su evaluación se hizo de la escala de Likert: Pésima, mala, Regular, Bueno, y Excelente. Los resultados indican que se dio a conocer como las evidencias físicas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de transporte ETPOSA.

Palabras claves: Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente.

## INTRODUCCIÓN

La importancia de ofrecer calidad de servicio es cada vez más esencial en el mercado. En la provincia de Huánuco, existen diversas empresas de transporte, la empresa de transporte la Perla del Oriente S.A “ETPOSA” es una de ellas, cuya actividad es la de prestar servicios de transporte de pasajeros, dicha empresa tiene como ruta Huánuco – Lima – Huánuco viceversa. Siendo aspecto de motivación para la realización del presente trabajo de investigación, la escasa investigación en la zona y la necesidad de conocer la apreciación de los clientes acerca de la calidad de servicio de la empresa. El trabajo ejecutado denominado “LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES LA PERLA DEL ORIENTE S.A. ETPOSA – HUANUCO 2017, destaca el análisis de la calidad de servicio a través de las dimensiones de la calidad de servicio para determinar la satisfacción del cliente.

El problema principal de este trabajo de investigación es: ¿Cómo la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes la Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

Asimismo, el objetivo de esta investigación es: conocer como las evidencias físicas se relacionan con la satisfacción del cliente en la empresa de transporte la Perla del Oriente S.A ETPOSA Huánuco 2017.

Por otro lado, la justificación de dicho trabajo de investigación es la siguiente: Mejorar la calidad de servicio que abarca las evidencias físicas, la fiabilidad, la interacción del personal y las políticas; de esta manera se lograra satisfacer a los clientes y así la empresa se desarrolle eficazmente.

El resultado de la investigación permitirá plantear mejoras que beneficie a empresa - cliente, permitiéndole a la Empresa ETPOSA, brindar un mejor servicio, teniendo énfasis en la capacitación de su personal. De esta forma, también esta empresa de transportes sabrá en dónde debe enfocarse primero y mejorar, puesto que un aspecto muy importante a tener en cuenta en todo momento es la calidad de servicio percibida por el cliente y la satisfacción de éste, ya que el cliente depende su permanencia en el mercado.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Descripción del problema

Según WESTWELL, Alán (2004) “La calidad del servicio de transporte público interprovincial en el mundo, se basa en la frecuencia y velocidad de los autobuses como los aspectos más importantes del servicio”, “En el plano latinoamericano, el transporte público interprovincial ha sido clasificado como un tema de calidad de vida con niveles de prioridad social alta-intermedia e intermedia”... “... los modernos sistemas de comunicación y una infraestructura especializada, mejoraría el problema del transporte, especialmente en los países en vía de desarrollo”.

Si bien es cierto en la ciudad de Huánuco, en la actualidad no existe un sistema de transporte eficiente, la mayoría de las empresas de transporte interprovincial de nuestra ciudad no destacan precisamente por la calidad de servicio que brindan, esto llevado de la mano con una serie de situaciones como accidentes de tránsito, demora en las llegadas de vehículos, baja rotación de choferes, entre otros, así mismo el caos vehicular generado por la mala ubicación de los terminales terrestres de las distintas empresas dentro de la ciudad, más el tráfico vehicular generado por el exceso de parque automotriz de motos lineales, trimoviles y vehículos mayores que circulan por el centro, y también la contaminación ambiental generada por estos aspectos.

La Empresa de Transportes la Perla del Oriente S.A, fundada en 1973 es una empresa huanuqueña con más de 40 años en el mercado local, teniendo inicialmente el local en el Jr. Bolívar N° 315, local que contaba con el traslado de encomiendas y transporte de pasajeros Huánuco- Lima. ETPOSA tiene como N° RUC el 2013296251, actualmente se encuentra ubicado en el Jr. Crespo Castillo N° 800, esta sociedad cuenta con dos socios inversionistas; una gerencia general, un gerente y un subgerente como cargos



directivos, la oficina de enlace en la ciudad de Lima está ubicada en el Jr. José Gálvez N° 1121- Santa Beatriz- Lince, ofrece el servicio de envíos de encomiendas, giros telefónicos, transporte de carga y transporte de pasajeros cubriendo la ruta Huánuco-Lima y viceversa.

Haciendo un análisis perceptivo se podría decir que esta empresa aún no se moderniza respecto a los servicios que brinda, creando muchas veces insatisfacción en los clientes que son asiduos a la Empresa, se podría decir que la principal fortaleza de esta empresa de transportes es la ubicación del local de enlace en la ciudad de Lima.

La empresa ETPOSA-Huánuco, no genera estrategias modernas de atención al cliente para mejorar la percepción respecto a su negocio, por lo que aún mantiene en obsoletas muchas de sus instalaciones, no se ve un desarrollo de inversión para mejorar infraestructura, comodidad, uniformes, personal más calificado etc.

Se muestran a continuación algunas evidencias que se ha podido observar las cuales se ha relacionado con las dimensiones de la calidad de servicio:

1. Deficiencias en la apariencia física del lugar de trabajo y los ómnibus operativos de la empresa, observando que los ambientes no son los más apropiados para brindar el servicio de atención al público, espera y otros, así mismo, los buses son obsoletos y poseen mucha antigüedad lo que genera desconfianza en los clientes.
2. La irregularidad con la que se manejan los precios, llegando a especular precios muy elevados en fechas festivas lo cual repercute en la calidad de servicio ya que a empresa pierde fiabilidad con el cliente.
3. La Empresa no genera seguridad y capacidad de respuesta porque ante cualquier duda el personal de atención no sabe solucionarlo o darte una buena explicación de lo que requieres esto debido probablemente a que no cuentan con personal capacitado, idóneo al puesto de trabajo, por lo que el servicio se ve afectado en la Interacción del Personal.

4. Se observa que la empresa no cuenta con políticas empresariales claras, por ejemplo, el embalaje de encomiendas o la obligación de los niños en asientos, tratan de llevar el día a día sin tener en cuenta políticas definidas como el horario de salida de los buses, etc.

Es por esto que se ha visto por conveniente realizar esta investigación con la finalidad de brindar un aporte sustancial a la Empresa para que pueda tomar acciones en base a las recomendaciones propuestas.

Lo indicado se puede revertir, poniendo en práctica las dimensiones de la Calidad de Servicio de manera adecuada, oportuna y pertinente, el modelo de calidad del servicio SERVQUAL según ZEITHAML, PARASURAMAN Y BERRY, que son:

- Evidencias físicas
- Fiabilidad
- Capacidad de Respuesta
- Seguridad
- Empatía

## 1.2 Formulación del problema

- **Problema general**

**PG:** ¿Cómo la Calidad de Servicio se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

- **Problemas específicos**

**PE<sub>1</sub>:** ¿Cómo las evidencias físicas se relacionan con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

**PE<sub>2</sub>:** ¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

**PE<sub>3</sub>:** ¿Cómo la interacción del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

**PE<sub>4</sub>:** ¿Cómo las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?

### **1.3 Objetivo general**

**OG:** Conocer cómo la Calidad de Servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

### **1.3 Objetivos específicos**

**OE<sub>1</sub>:** Determinar cómo las evidencias físicas se relacionan con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**OE<sub>2</sub>:** Determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**OE<sub>3</sub>:** Determinar cómo la interacción del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**OE<sub>4</sub>:** Determinar cómo las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

### **1.4 Justificación de la investigación**

La justificación de este proyecto de investigación se da en las siguientes dimensiones:

- **Práctica:** El presente informe de investigación nos permitió conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y brindar un servicio de calidad.

- **Organizacional:** El presente informe de investigación propone estrategias de mejora a la calidad de servicio que abarca las evidencias físicas, la fiabilidad, la interacción del personal y las políticas; de esta manera se logró satisfacer a los clientes y así la empresa se desarrolle eficazmente.
- **Social:** El informe de investigación propone a que la empresa cumpla sus metas y objetivos, contando con colaboradores administrativos y operativos más amables y cordiales quienes deben brindar un servicio de calidad a los clientes de la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco.

### 1.6 Limitaciones de la investigación

Las limitaciones del trabajo de investigación principalmente fueron

- Escasa colaboración del personal de la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. ETPOSA no colaboran totalmente con la investigación, la cual se hizo en varias visitas.

### 1.7 Viabilidad de la investigación

Los aspectos que ayudaron al desarrollo del presente trabajo de investigación serán los siguientes:

- **Bibliografía.** - Se contó con libros actualizados y referentes al presente proyecto de investigación.
- **Disponibilidad de tiempo.** - Se contó con el tiempo necesario para el desarrollo del presente proyecto de investigación.
- **Recursos materiales.** - Se contó con los recursos materiales necesarios para la realización del presente proyecto de investigación.
- **Antecedentes.** - Se contó con la información necesaria para realizar el presente proyecto de investigación.
- **Accesibilidad.** - Se contó con la aceptación del Administrador de la Empresa de Transportes La Perla del Oriente – ETPOSA.
- **Recursos financieros.** - Se contó con el dinero necesario para realizar el presente proyecto de investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Los antecedentes encontrados a nivel local, nacional e internacional se redactarán a continuación:

- **Nivel internacional**

**ALVARÉZ HEREDIA, Astrid; AVELAR FRÍAS, Jair Julián; LOZADA FERREYRA, María de los Ángeles y TORRES RAMÍREZ, Jorge Armando (2009). En su trabajo de investigación colectiva “La Calidad de Servicio como estrategia empresarial”. México 2009”, informe final para obtener el título de licenciados en Relaciones Comerciales del Instituto Politécnico Nacional- México, los tesisistas llegaron a la siguiente conclusión:**

- Podemos resaltar que no fue resultado o una calificación baja relativamente la que recibió la empresa, pero para ser la número uno del país tampoco fue nada alentadora es notorio que la parte humana del servicio es vital para que se tenga éxito ya que si el personal no cumple y aplica las políticas de la empresa para sus ventas jamás a pesar de tener excelentes promociones o equipos el cliente podrá estar satisfecho, además de que deben poner más atención a su sistema operativo de computo, deben de prever el volumen de trámites que realizan todos los días, si la respuesta se atrasa el cliente se molesta, a un cliente nunca le gusta esperar demasiado ya que necesita cubrir rápidamente la necesidad que siente en ese momento, existen quejas por parte de los clientes en donde se han tardado hasta quince días en dar un resultado, y esto no es nada alentador para la empresa, algo que también es de aplaudirse son las promociones que ofrece Telcel, pero debe de tener cuidado en cumplirlas, no basta postularla solo para vender más en ese momento. Pero finalmente los resultados fueron elevados en cuanto a

las instalaciones, la respuesta a quejas y el cumplimiento de promesas.

- **Nivel nacional**

**VILLAVICENCIO FLORIÁN, Ronaldo Amauri, (2014).** En su trabajo de investigación “**Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomiendas y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa de Transportes Línea S.A. Trujillo 2013**”. Informe final para optar el título de licenciado en Administración de la Universidad Nacional de Trujillo – Lima, el tesista llegó a las siguientes conclusiones:

- La calidad de servicio del área de carga y encomiendas es eficiente por la confianza que esta brinda a sus clientes, y su relación con estos es leal, pues estos muestran lealtad. El 35% acude diariamente, mientras que el 31% acude semanalmente.
- El atributo mejor percibido lo constituye la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, pues la empresa le brinda un buen trato, sobre todo personalizado y una respuesta inmediata frente a cualquier problema que le pueda presentar, creando en ellos un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar la elección del servicio.
- Los clientes perciben el servicio en general, como un buen servicio de calidad pues el 48% opina de manera positiva del servicio brindado por el centro, resaltando aspectos como el buen desempeño de sus colaboradores en todas sus áreas, pues el 57% está complacido con el servicio que los trabajadores desarrollan y por la amabilidad y buen trato brindado hacia los clientes.

- **Nivel local**

**PINCHI AQUINO, Luis Enrique; MATHEWS GARCIA, Guido Antonio y DIAZ GÓNZALES, Michel Geisen (2013).** En su

**trabajo de investigación colectiva “Análisis de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el Banco de la Nación. Huánuco 2013”**, tesis para optar el Título profesional de Contador Público de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, los tesistas llegaron a las siguientes conclusiones:

- En cuanto a los factores que influyen en la calidad de servicio se determinó que la rapidez, la capacidad de respuesta ante el servicio, la cantidad de servicios ofrecidos, los equipos, el personal y los sistemas, son influyentes a la hora de catalogar a un servicio de calidad.
- En el Banco de la Nación – Huánuco, se obtuvo información acerca que la empresa cuenta con un sistema de alta tecnología que cubre las expectativas de la demanda en cuanto a su eficacia, además del adecuado mantenimiento que se le hace a los equipos de trabajo, sin embargo se reflejó, como producto de los resultados de la encuesta, la falta de dotación de algunos materiales de trabajo primordiales para la labor diaria del banco.
- Anudado a ello una de las debilidades más importantes observada en el presente estudio, la carencia de personal para la atención al público. Los usuarios deben hacer la misma cola para realizar todas sus operaciones, inclusive operaciones tan sencillas y rápidas como una consulta de saldo. Atendiendo a que de las pequeñas cosas se obtienen grandes resultados, si las personas que realizan operaciones rápidas, se atendiesen en una taquilla exclusiva para ello, el banco se evitaría las quejas de los tantos clientes que requieren de un servicio sencillo y rápido.

**SOBRADO CHÁVEZ, Roger Sobrado (2012). En su trabajo monográfico “Calidad de Servicio y Satisfacción de Clientes en la Empresa de Transportes GM Internacional S.A.C. Huánuco 2012”**, tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, el tesista llegó a la siguiente conclusión:

- Referente a la calidad de servicio tres cuartas partes (75%) de los trabajadores manifiestan que los clientes están de acuerdo con el servicio al responder sus preguntas. Tan sólo la mitad (50%) manifiesta que toma en cuenta las sugerencias de los clientes.

## **2.2. Bases teóricas**

Las bases teóricas del presente trabajo se detallan a continuación.

### **2.2.1 Base teórica N° 01: Variable independiente:**

#### **Calidad de servicio**

**Según el Instituto Tecnológico de Sonora (2013 – p. 4)** “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización”.

**Según ABADI Miguel (2004-p.3)** el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o



satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; Inseparabilidad: la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; Variabilidad: la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; Carácter perecedero: los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior; y Ausencia de propiedad: los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: servicios genéricos: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; servicios básicos: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; servicios aumentados: son servicios adicionales que se le da al consumidor; servicios globales: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y servicios potenciales: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las

expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

## **2.2.2. Base Teórica N° 02: Dimensiones de la variable independiente:**

### **Calidad de Servicio:**

#### **a) Evidencias Físicas**

**Según KOTLER, Philip (2011 p. 7).** “Los clientes se forman impresiones en parte a través de evidencias físicas como edificios, accesorios, disposición, color y bienes asociados con el servicio como maletines, etiquetas, folletos, rótulos, etc. Ayuda crear el "ambiente" y la "atmósfera" en que se compra o realiza un servicio y a darle forma a las percepciones que del servicio tengan los clientes. A esto se le puede decir como “tangibilizar al servicio”.

Entonces es la capacidad de reflejar una apariencia de las instalaciones y garantizar excelencia en la convivencia de compra derivadas del diseño interior del punto de venta.

#### **b) Fiabilidad**

**Según KEITH DENTON, Davis (1991 – p. 110),** “... fiabilidad de un servicio al cliente depende de la aplicación sistemática de las normas. Sin embargo, es frecuente que los clientes quieran un servicio rápido y consistente. Algunos empleados son rápidos, pero carecen de la cortesía y atención suficientes; pueden estar disponibles, pero demuestran poca empatía. Las consideraciones referentes al personal tienen igual o mayor importancia que las correspondientes al sistema. Las buenas relaciones y la confianza de los clientes son dos factores de valor incalculable para todas las empresas y pueden ser transmitidos por las personas.”

De ahí puedo decir que la fiabilidad es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de manera íntegra y cuidadosa.

### **c) Interacción del Personal**

**Según GALLACHER, Marcos (1996 - p. 3)** las interacciones que ocurren entre los individuos que trabajan en una organización son distintas que las que ocurren en un mercado. Comprender el funcionamiento de organizaciones requiere entonces focalizar atención en las diferencias entre ambos tipos de interacciones. Requiere además comprender los factores que favorecen o retardan la interacción humana productiva dentro de la organización.

Mejor dicho, es la capacidad de respuesta a los clientes / usuarios con una buena actitud de ayudarlos.

### **d) Políticas**

**Según CASANOVAS, Alain (2013 – p.4)** “Las políticas de empresa son el instrumento para establecer y difundir los valores de la organización, traducidos en patrones de conducta y procesos a seguir ante ciertas circunstancias”.

Es decir, captura aspectos de la calidad de servicio directamente influenciado por los productos vendidos y por las estrategias de precio y surtido desarrolladas.

## **2.2.3. Base teórica N° 03: Variable dependiente:**

### **Satisfacción del cliente**

**Según KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2007 – 14)**

“Grado en el que desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del comprador”. “...Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas el cliente se sentirá satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, el cliente se sentirá muy satisfecho o incluso encantado”.

**Según KEITH DENTON, Davis (1991- p. 110)** “... la satisfacción de los clientes origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes

y de imagen corporativa. La falta de satisfacción de los clientes causa una serie de perjuicios muy reales y es éste un hecho del que las empresas no pueden permitirse hacer caso omiso. Todos volvemos una y otra vez a alguna compañía en calidad de clientes, porque conocemos su calidad, porque sabemos que nos podemos fiar de las personas que ahí trabajan, y sabemos que nos van a dar un servicio consistente”.

#### **2.2.4. Base Teórica N° 04: Dimensiones de la variable dependiente:**

##### **Satisfacción del cliente:**

##### **a) Confiabilidad:**

**Según PERALTA J. & ROSAS H. (1996 p. 2)**

“...Es la capacidad de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un periodo de tiempo determinado. La confiabilidad es aquella que impacta directamente sobre la empresa no solo aplicándose en las maquinas el equipo sino en la totalidad de los procesos que son la cadena más importante de la organización.”

##### **b) Actitud:**

**Según ARELLADO CUEVA, Rolando (2002 – p. 191)** “... es la idea que tiene un individuo sobre un producto, o servicio respecto a si este es bueno o malo (en relación con sus necesidades o motivaciones), lo cual lo predispone a un acto de compra o de rechazo frente a dicho producto o servicio”.

##### **c) Accesibilidad**

**Según COLUNGA DÁVILA, Carlos (1994 p. 203).** “...definimos accesibilidad como el vínculo que se construye entre los sujetos y los servicios. Este vínculo se construye a partir de la una combinatoria entre las “condiciones y discursos de los servicios y las condiciones y representaciones de los sujetos y se manifiesta en la modalidad particular que adquiere la utilización de los servicios”.

### 2.3. Definiciones conceptuales

- a) **Apariencia.** - Una imagen vale más que mil palabras”. La imagen de tu marca es la primera impresión hacia tus clientes. Ten en cuenta que un buen diseño, una buena utilización de colores, un logotipo llamativo y un diseño acogedor forman parte fundamental para que tu negocio sea considerado por el público y tengas la posibilidad de vender aún más.es una tendencia que afecta tanto al servicio como a los productos.
- b) **Calidad técnica.** - La calidad técnica es la calidad física, la que podemos medir. Es, por tanto, la calidad técnica una calidad desde la perspectiva de la ingeniería.
- c) **Capacidad.** - Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.
- d) **Capacidad de respuesta.** - Mantener contentos a los clientes es la clave para asegurar que los clientes actuales no se conviertan en clientes pasados. El no poder cumplir con los plazos o hacer caso omiso a las preguntas puede aumentar la insatisfacción del cliente con tu empresa y estimularlos a investigar los servicios de tus competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, encontrarás que las oportunidades de servir a tus clientes a aumentarán, mientras que los problemas y las cuestiones de servicio disminuirán.
- e) **Conveniencia.** - Es una tendencia que afecta tanto al servicio como a los productos.
- f) **Dotación.** - Es aquella que hace referencia a un conjunto de elementos que mantienen características similares y que se agrupan de determinada manera.
- g) **Elemento afectivo.** - Es la emoción que acompaña a la idea que tiene el individuo sobre un determinado objeto, y se expresa en el sentido de querer (amar) o no querer al objeto en referencia. Se

basa en el hecho de que un conocimiento (experiencia) conlleva siempre cierto vínculo con una situación agradable o desagradable, lo cual hace que los objetos de la actitud impliquen algún grado de afectividad positiva o negativa.

- h) Elemento conductual.** - Es la predisposición a la acción que resulta del valor afectivo asignado al objeto. Se puede entender como una predisposición a actuar de una manera específica o como una intención de comportarse de forma dada.
- i) Elemento cognitivo.** - Es la concepción que el individuo tiene de los objetos o la idea que el individuo utiliza para el pensamiento, abarca el conocimiento del objeto de la actitud y las creencias del individuo acerca de la existencia de uno o varios atributos a éste.
- j) Función.** - Están directamente ligadas a la producción de bienes y servicios de la empresa.
- k) Hacerlo bien.** - La atención al cliente que brindan las empresas, independientemente de su tamaño y antigüedad, es una cuestión capital en la experiencia de compra de los consumidores. Ya sea durante el proceso de la misma o después de esta, los usuarios valoran en exceso la atención recibida, de modo que se convierte en un aspecto clave a la hora de decantarse por comprar en ese establecimiento, ya sea online o físico, y repetir posteriormente en él. Es por ello que cualquier negocio debe cuidar al máximo este indicador. Pero, ¿cómo hacerlo de la manera adecuada? ¿Cómo confirmar que el cliente está recibiendo la atención adecuada? ¿En qué aspectos se debe incidir? Como cualquier proceso de comunicación, el éxito del servicio de atención al cliente depende del feedback que se genere en el consumidor.
- l) Mantener promesas.** - Cuando una empresa realiza una promesa a un cliente debe tener en cuenta que el no cumplimiento de su promesa puede causar un disgusto al cliente, porque él sentirá que no es importante y lo más seguro es que se piense más de una vez volver a regresar a su negocio.

- m) Seguridad.** - Se define a la seguridad como la ausencia de peligro, daño o riesgo. También es la sensación de confianza que se tiene en algo o alguien.
- n) Surtido.** - Es el conjunto de artículos dispuestos a la venta. Significa VARIEDAD no CANTIDAD.
- o) Tiempo.** - El tiempo, en sí mismo, no es un recurso. Lamentablemente no puedes comprar tiempo. Sin embargo, a través de él corren todos los recursos A TODA VELOCIDAD. Contratamos los servicios por horas, retribuimos a los empleados mensualmente, pagamos los impuestos periódicamente, servimos los pedidos en n días, etc. Cualquier actividad de la empresa que nos viniera a la mente tendría una relación directa con el factor tiempo. Podríamos llegar a decir que la correcta gestión del tiempo determinará los beneficios de tu empresa. Desarrolla nuevos productos rápidamente, prodúcelos más rápido aun y distribúyelos como un rayo y tu negocio será un éxito. El cliente no tiene paciencia. Quiere su producto ya. Si no se lo das tú, se lo comprará a tu competencia.

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

**Hi:** La Calidad de Servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017.

**Ho:** La Calidad de Servicio no se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

**HE<sub>1</sub>:** Las evidencias físicas se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017.

**HE<sub>2</sub>:** La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**HE<sub>3</sub>:** La interacción del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**HE<sub>4</sub>:** Las políticas se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

## 2.5. Variables

### 2.5.1. Variable independiente: “Calidad de Servicio”

### 2.5.2. Variable dependiente: “Satisfacción del Cliente”

## 2.6. Operacionalización de variables

| VARIABLES  | DESCRIPCIÓN OPERACIONAL |  |  |
|--|-------------------------|--|--|
|  | DIMENSIONES             | INDICADORES  | ITEMS                                      |
| VARIABLE INDEPENDIENTE: “CALIDAD DE SERVICIO”    | EVIDENCIAS FÍSICAS      | - Infraestructura<br>- Acondicionamiento<br>- Mobiliario<br>- Señalización<br>- Flota vehicular  | Del 1 al 5<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2)   |
|  | FIABILIDAD              | - Cumplimiento de las normas<br>- Salidas de buses programados<br>- Atención confiable<br>- Sistema de reservas<br>- Sistema de envíos de encomiendas. | Del 6 al 10<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2)  |
|  | INTERACCION PERSONAL    | - Capacidad de respuesta<br>- Nivel de educación<br>- Nivel de satisfacción<br>- Implementación de oficinas  | Del 11 al 14<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2) |
|  | POLITICAS               | - Nivel de conocimiento de las normas<br>- Cumplimiento de valores institucionales<br>- Cumplimiento de los procesos<br>- Cumplimiento de protocolos   | Del 15 al 17<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2) |
| VARIABLE DEPENDIENTE: “SATISFACCIÓN DEL CLIENTE” | CONFIABILIDAD           | - Garantía en los envíos<br>- Garantía en los viajes<br>- Garantía en el tiempo  | Del 18 al 20<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2) |
|  | ACTITUD                 | - Nivel de Cortesía<br>- Nivel de Confianza<br>- Predisposición al cliente<br>- Atención efectiva  | Del 21 al 24<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2) |
|  | ACCESIBILIDAD           | - Cantidad de buses<br>- Locales de enlace<br>- Nivel de precios<br>- Cantidad de personal desplegado  | Del 25 AL 25<br>(Cuestionario N° 1 y N° 2) |



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de investigación**

La investigación fue de carácter descriptivo, explicativo aplicado a todos los servidores de la Empresa ETPOSA-Huánuco, sobre las actividades que realizan con relación a la atención a los clientes “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes”.

Los métodos que se realizaron:

- Método descriptivo y explicativo
- Método inductivo y deductivo.
- Método estadístico.
- Método de análisis.

##### **3.1.1. Enfoque**

**Según HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (2010)**, el presente trabajo de investigación estuvo inmerso dentro de los siguientes enfoques de investigación.

- **Por su alcance temporal:** El presente trabajo de investigación fue de tipo sincrónico, porque el estudio del trabajo se realizó en un tiempo corto, aproximadamente 7 meses.
- **Por su profundidad:** El presente trabajo de investigación fue de tipo descriptivo, porque tuvo como objeto central la descripción de las características de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.
- **Por su fuente:** El presente trabajo de investigación fue de tipo mixto, porque se utilizaron datos proporcionados por fuentes primarias y secundarias.
- **Por su carácter:** El presente trabajo de investigación fue cuantitativo, porque los datos recolectados del trabajo fueron presentados en índices, cuadros y porcentajes.

- **Por su naturaleza:** El presente trabajo de investigación fue de tipo encuesta, porque los datos fueron recolectados a través de las encuestas y entrevistas.
- **Por el marco:** El presente trabajo de investigación fue de campo, porque la recolección de datos se realizó en los ambientes administrativos de la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA”.
- **Por el tipo de estudio:** El presente trabajo de investigación fue de tipo evaluativo, porque se evaluó la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.
- **Por el objeto al que se refiere:** El presente trabajo de investigación se manejó disciplinas administrativas que estuvieron relacionados al que hacer administrativo como la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

### 3.1.2. Alcance o nivel

Según **HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (2010)**, el alcance del presente trabajo de investigación abarcó la recolección de información mediante trabajo de campo, análisis e interpretación, en función de los resultados se desarrolló, las conclusiones y sugerencias, para que la administración/ gerencia tome la decisión de ser necesaria de implementar estrategias o formule alternativas para solucionar el problema de investigación.

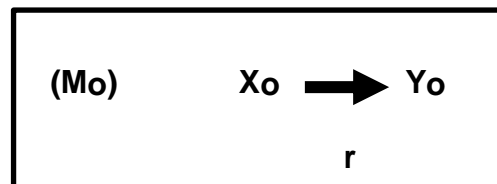
El nivel del presente trabajo de investigación fue de carácter descriptivo/ correlacional porque se trató de la descripción de la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Empresa de Transporte interprovincial que como antecedente de estudio pasa investigaciones que pudo realizar sobre el problema materia de tesis.

### 3.1.3. Diseño

Según **HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (2010)**, el diseño que se aplicó en el presente trabajo de investigación fue de nivel descriptivo, con su variante transaccional. El diseño no experimental se definió como la investigación que se realizó sin manipular deliberadamente las variables. En este diseño se observaron los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. El propósito fue describir las variables y analizar su interrelación en un momento dado, confrontando con trabajo de campo (encuestas).

**Esquema:**

Según **HERNANDEZ SAMPIER, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAUTISTA LUCIO, Pilar (2010)**, el trabajo de investigación es de diseño descriptivo/correlacional que tiene el siguiente esquema:



**Dónde:**

**$M_o$** = observación de la muestra.

**$X_o$** = observación de la variable independiente (Calidad de Servicio).

**$r$**  = expresa la relación entre las variables y se puede calcular, entre otras técnicas, a través del coeficiente de correlación de PEARSON.

**$Y_o$** = observación de la variable dependiente (Satisfacción del cliente)

### 3.2. Población y muestra

#### 3.2.1. Población:

Se tuvo en cuenta 2 poblaciones:

**La primera** serían los clientes a quienes se aplicó el cuestionario para medir nuestros indicadores respecto a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente:

Son 4 ómnibus operativos que se encuentran al servicio de la ciudadanía que cubre la ruta Huánuco-Lima. Para lo cual se ha estimado una población de 52 pasajeros para cada vehículo, teniendo en cuenta la salida diaria de los 4 buses; por 30 días del mes; tenemos un total de: **N1= 6,240 clientes**, para lo cual se consideró la fórmula estadística:

**La segunda** serían los trabajadores de la empresa ETPOSA, sede central Huánuco, que hace un total de **N2=14 trabajadores**, para lo cual no se aplicó fórmula estadística.

#### 3.4.2. Muestra

De la primera población se halló la **primera muestra** aplicando la fórmula estadística, siendo esta una muestra probabilística.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Dónde: N=6240**

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso E= Error de estimación

n=Tamaño de la muestra: **n1=362**

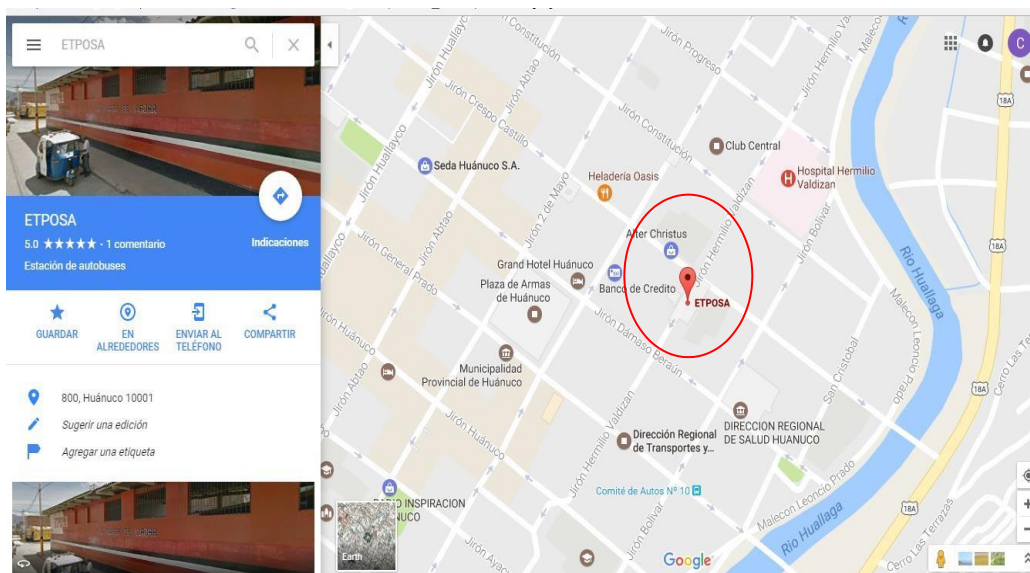
La **segunda muestra** de estudio es de tipo no probabilística tomado por criterios, intención y decisión de la investigadora, que estuvo constituida conforme al siguiente detalle: **N=n**

**Tabla N° 01**

| <b>POBLACIÓN</b>                |                |
|---------------------------------|----------------|
| <b>Estructura de la muestra</b> | <b>Muestra</b> |
| Administrador                   | 01             |
| Servidores administrativos      | 04             |
| Servidores en función de ruta   | 01             |
| Choferes                        | 04             |
| Terramozas                      | 04             |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>n2 =14</b>  |

**FUENTE: Administración de la ETPOSA**

**MAPA N° 01 UBICACIÓN DE ETPOSA EN HUÁNUCO**



Fuente y elaboración: Goggle maps.

### 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas y los instrumentos que se utilizaron durante el trabajo de campo para recolectar datos, se menciona a continuación:

**Tabla N° 02**

| <b>TÉCNICAS</b> | <b>INTRUMENTOS</b>    | <b>* APLICACIÓN / **USO</b>         |
|-----------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Encuesta        | 2 Cuestionarios       | * 362 Clientes<br>* 14 Trabajadores |
| Observación     | 1 Guía de observación | **La investigadora                  |

### **3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de información:**

- **Técnicas de procesamiento de datos.** - Los datos recolectados en el trabajo de campo fueron tabulados y procesados en cuadros estadísticos mediante la técnica frecuencial y porcentual, en Excel y luego interpretados y analizados para llegar a las conclusiones.
- **Técnicas de presentación de datos.** - Los datos procesados están presentados mediante el uso de gráficos circulares simples utilizando resumen de cuadro estadístico descriptivo.

## CAPÍTULO IV RESULTADOS

### 4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL CUESTONARIO N° 01 APLICADO A LOS CLIENTES DE ETPOSA.

#### CUADRO N° 01 RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN EVIDENCIAS FISICAS DE ACUERDO A LOS CLIENTES

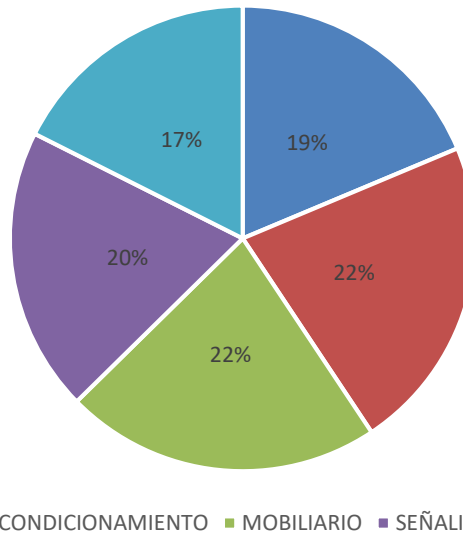
ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| EVIDENCIAS FISICAS-VI   | 1   | 2   | 3   | 4    | 5   | TOTAL |
|---|-----|-----|-----|------|-----|-------|
| 1. ¿Considera usted que la infraestructura con la que cuenta ETPOSA es...?  | 75  | 65  | 132 | 50   | 40  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 11% de los clientes considera que la infraestructura es excelente mientras que el 36% opina que es regular, podemos apreciar entonces que una de las debilidades.   | 21% | 18% | 36% | 14%  | 11% | 100%  |
| 2. ¿El acondicionamiento de las terminales de ETPOSA es...?   | 75  | 65  | 85  | 58   | 79  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 16% de los clientes considera que el acondicionamiento es bueno mientras que el 23% considera que es regular, lo cual nos dice que la empresa debe tener en cuenta este aspecto para mejorar.   | 21% | 18% | 23% | 16%  | 22% | 100%  |
| 3. ¿El mobiliario con el que cuenta ETPOSA para la atención del cliente es...?  | 64  | 89  | 65  | 78   | 66  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el tenemos un porcentaje igualitario para pésimo y excelente con 18 % de los clientes considera que el mobiliario para algunos está bien y para otros no, situación que puede ser corroborada en la guía de observación, y tenemos un 25% indicando regular definitivamente los clientes buscan comodidad en los terminales. | 18% | 25% | 18% | 22%  | 18% | 100%  |
| 4. ¿La señalización de acuerdo a las normas de seguridad de ETPOSA (como salida, extintor, etc.) es...?   | 72  | 45  | 48  | 99   | 98  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 12% de los clientes considera que la señalización es mala en los locales y un 27% considera que es buena y excelente, sin embargo, debemos resaltar este punto ya que esto es una medida de seguridad muy importante para los clientes en casos de emergencia.  | 20% | 12% | 13% | 27%  | 27% | 100%  |
| 5. ¿Sobre la flota vehicular de ETPOSA, considera usted que es...?  | 112 | 64  | 47  | 34   | 105 | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 9.4% de los clientes considera que la flota vehicular es buena mientras que el 31% indica que es pésima, se ha podido observar que durante la ejecución del presente trabajo la empresa adquirió nuevos vehículos, sin embargo, aún pueden ser insuficientes para la demanda de pasajeros.                                | 31% | 18% | 13% | 9.4% | 29% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 01

Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 01  
RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN  
EVIDENCIAS FÍSICAS DE ACUERDO A LOS CLIENTES  
ITEMS DEL 1 AL 5**



Fuente: Cuadro N° 01  
Elaboración: Propia

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 01 podemos observar que los clientes le dan un valor de 19% a la infraestructura, 17% a la flota vehicular, 20% respecto a la señalización, 22% para el mobiliario, y otro 22% respecto al acondicionamiento, teniendo en cuenta que este resumen se ha hallado sacando una media armónica en el programa Excel, la cual nos ha permitido establecer un valor preponderante para cada indicador de la dimensión evidencias físicas, viendo que el acondicionamiento y el mobiliario son los indicadores con mayor porcentaje de apreciación por parte de los clientes, y el menor valor sería la flota vehicular, lo cual debe ser tomada en cuenta por la empresa.



**CUADRO N° 02**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD**  
**DE ACUERDO A LOS CLIENTES**

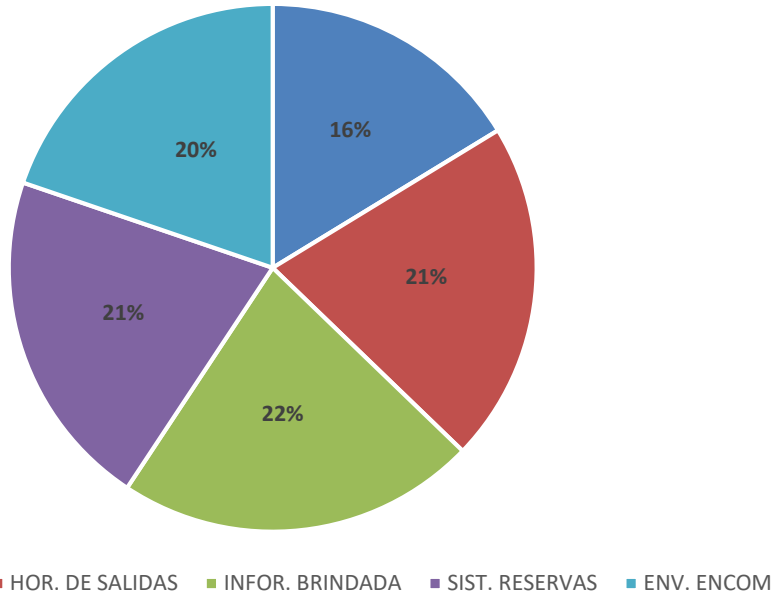
ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| <b>FIABILIDAD-VI</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>TOTAL</b> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 6. El cumplimiento de las normas en ETPOSA es...?  | 50       | 40       | 160      | 82       | 30       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 8.3% de los clientes considera que el cumplimiento de las normas de la empresa es excelente y el 44% indica que es regular, esto debido probablemente a la forma de cómo percibe el cliente algunas situaciones no claras de la empresa.   | 14%      | 11%      | 44%      | 23%      | 8.3%     | 100%         |
| 7. El horario de salidas de los buses se ajusta a la programación y este es...?  | 48       | 55       | 50       | 94       | 115      | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 13% de los clientes considera que el horario de salidas de los buses es pésimo es decir no respetan el horario indicado mientras que el 32% manifiesta que es excelente lo cual le da a la empresa una garantía de ser fiable con los clientes.  | 13%      | 15%      | 14%      | 26%      | 32%      | 100%         |
| 8. ¿La información facilitada en ETPOSA es...?   | 74       | 65       | 57       | 69       | 97       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 16% de los clientes considera que la información brindada por la empresa es regular esto debido probablemente a la falta de interés por parte de los trabajadores para con los clientes, así mismo tenemos un 27% que manifiestan que es excelente, teniendo así un respaldo por parte de los clientes.                            | 20%      | 18%      | 16%      | 19%      | 27%      | 100%         |
| 9. ¿El sistema de recursos de reservas de pasajes de la empresa es...?   | 112      | 75       | 65       | 65       | 45       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 12% de los clientes considera que el sistema de reservas es excelente mientras que el 31% opina que es pésimo, se ha tomado conocimiento que hace un par de meses la empresa recién ha adquirido un software para el sistema de reservas, el cual no contaba antes por lo que se hacía de manera manual en el tablero tradicional. | 31%      | 21%      | 18%      | 18%      | 12%      | 100%         |
| 10. ¿El sistema de envíos de encomienda de ETPOSA es...?   | 30       | 67       | 84       | 94       | 87       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 8.3% de los clientes considera que el envío de e encomiendas es pésimo mientras que el 26% opina que es bueno, esto debido a la seguridad en cuanto al tema de encomiendas reportando indicadores mínimos de pérdidas y reclamos por parte de los clientes.  | 8.3%     | 19%      | 23%      | 26%      | 24%      | 100%         |

Fuente: Cuestionario N° 01

Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 02**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**FIABILIDAD DE ACUERDO A LOS CLIENTES**  
**ITEMS DEL 6 AL 10**



Fuente: Cuadro N° 02  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 02 se observa que los clientes sobre la dimensión fiabilidad en un 16% le dan el valor porcentual resumido al cumplimiento de normas, el 20% respecto al envío de encomiendas, el 21% sobre el sistema de reservas de pasajes, el 21% sobre el cumplimiento de las horas de salida, y otro 22% respecto a la información brindada, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión fiabilidad siendo importante para la empresa.

**CUADRO N° 03**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**INTERACCIÓN DEL PERSONAL DE ACUERDO A LOS CLIENTES**

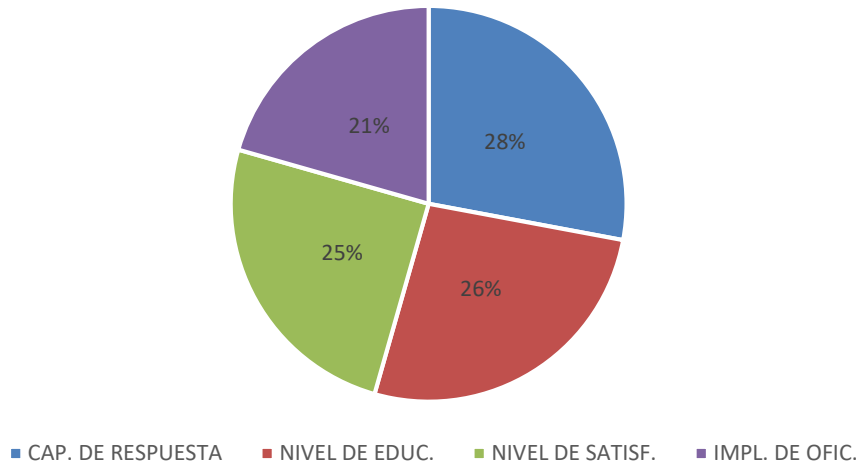
ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| <b>INTERACCION DEL PERSONAL-VI</b>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>TOTAL</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 11. ¿La capacidad de respuesta de los trabajadores de ETPOSA hacia los clientes es...?  | 79       | 65       | 95       | 67       | 56       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 15% de los clientes considera que la capacidad de respuesta de los trabajadores es excelente mientras que el 26% opina que es regular, podemos apreciar entonces los trabajadores no están prestos a solucionar los temas con los clientes.                         | 22%      | 18%      | 26%      | 19%      | 15%      | 100%         |
| 12. ¿Cómo considera usted que el nivel de educación de los trabajadores de ETPOSA?  | 65       | 76       | 119      | 46       | 56       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 11% de los clientes considera que la educación de los trabajadores es buena mientras que el 33% considera que es regular esto debido a lo que ellos perciben en la atención recibida, desde el saludo hasta el cierre de la venta de pasaje.                        | 18%      | 21%      | 33%      | 13%      | 15%      | 100%         |
| 13. ¿Usted como cliente siente que su nivel de satisfacción con ETPOSA es...?   | 35       | 62       | 85       | 115      | 65       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 9.7% de los clientes considera que es pésima mientras que el 32% opina que es buena, esto debido a la garantía que pueden sentir os clientes con la empresa.  | 9.7%     | 17%      | 23%      | 32%      | 18%      | 100%         |
| 14. ¿Las condiciones de implementación de las oficinas en ETPOSA es...?   | 88       | 98       | 116      | 25       | 35       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 6.9% de los clientes considera que la implementación de oficinas es buena mientras que el 32% opina que es regular, de acuerdo a la guía se corroboró que la empresa no cuenta con equipos de cómputo adecuados y modernos acordes a las necesidades de la empresa. | 24%      | 27%      | 32%      | 6.9%     | 9.7%     | 100%         |

Fuente: Cuestionario N° 01

Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 03**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**INTERACCIÓN DEL PERSONAL DE ACUERDO A LOS CLIENTES**  
**ITEMS DEL 11 AL 14**



Fuente: Cuadro N° 03  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 03 se observa que los clientes sobre la dimensión interacción del personal en un 21% le dan el valor porcentual resumido a la implementación de oficinas, el 25% respecto al nivel de satisfacción, el 26% sobre el nivel de educación, el 28% sobre capacidad de respuesta, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de esta dimensión.

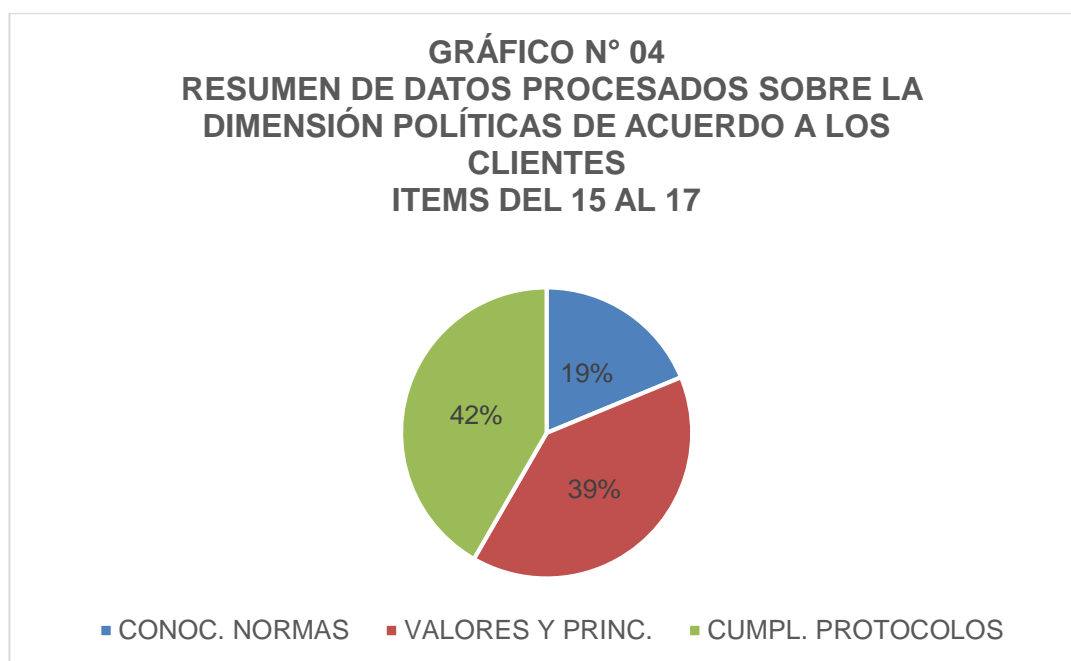
**CUADRO N° 04  
RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN POLITICAS  
DE ACUERDO A LOS CLIENTES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| <b>POLITICAS-VI</b>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>TOTAL</b> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 15. ¿Los trabajadores tienen un conocimiento adecuado de las normas de la empresa?   | 78       | 189      | 66       | 14       | 15       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 3.9% de los clientes considera bueno respecto a que los trabajadores conocen las normas de la empresa mientras que el 52% indica que no conocen esto debido a la poca disposición que percibe el cliente por parte del trabajador. | 22%      | 52%      | 18%      | 3.9%     | 4.1%     | 100%         |
| 16. ¿Los valores y principios de la institución se cumplen?  | 98       | 80       | 57       | 36       | 91       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 9.9% de los clientes considera que si se cumplen los valores y principios mientras que el 27 % indica que esto es pésimo en la empresa ya que no se profesa lo que se publica como principios de la organización.                  | 27%      | 22%      | 16%      | 9.9%     | 25%      | 100%         |
| 17. ¿Cómo considera el cumplimiento de los procesos y protocolos de la empresa?  | 112      | 75       | 65       | 65       | 45       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 12% de los clientes considera que el cumplimiento de protocolos y procesos es excelente pero el 31% indica que es pésimo, demostrando así que no hay interés en cumplir sus propios protocolos.                                    | 31%      | 21%      | 18%      | 18%      | 12%      | 100%         |

Fuente: Cuestionario N° 01

Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 04

Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 04 se observa que los clientes sobre la dimensión interacción en un 19% le dan el valor porcentual resumido al conocimiento adecuado de las normas de la empresa, el 39% respecto a los valores y principios de la institución, el 42% sobre el cumplimiento de protocolos, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión interacción siendo importante para la empresa.

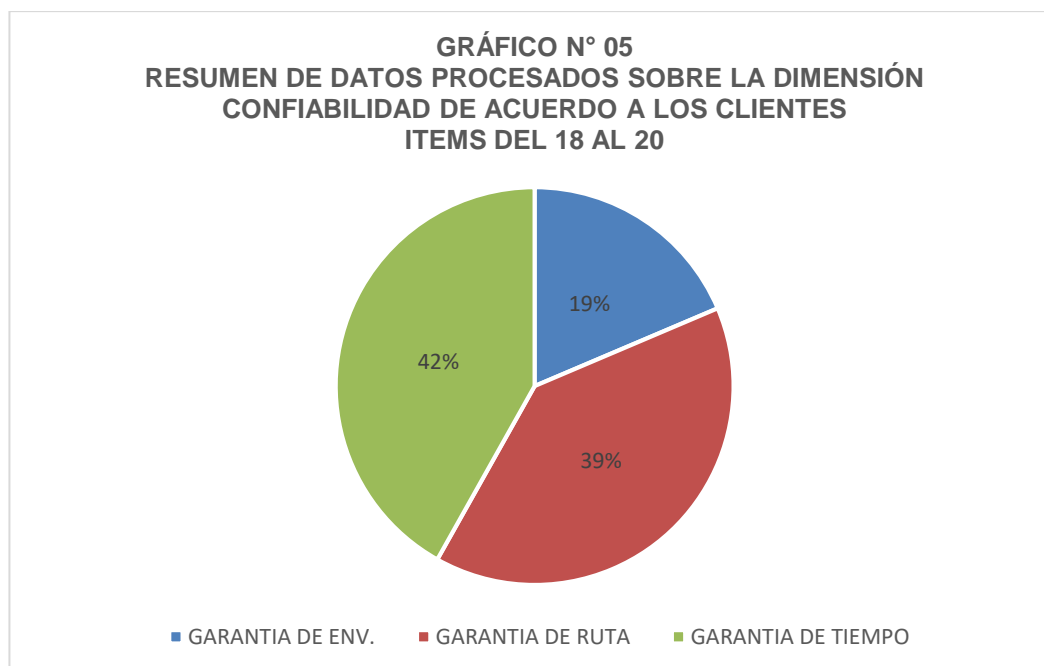
**CUADRO N° 05**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**CONFIABILIDAD DE ACUERDO A LOS CLIENTES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| CONFIABILIDAD- VD  | 1    | 2    | 3   | 4   | 5   | TOTAL |
|--|------|------|-----|-----|-----|-------|
| 18. ¿La garantía en los envíos de encomienda y otros en ETPOSA es...?  | 35   | 62   | 85  | 115 | 65  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 9.7% de los clientes considera que la garantía en cuanto al envío de encomiendas y otros es pésima pero el 32% indica que este sistema es bueno y se puede confiar en la empresa.                                  | 9.7% | 17%  | 23% | 32% | 18% | 100%  |
| 19. ¿La garantía en los viajes de la ruta Huánuco-Lima, Lima-Huánuco es...?  | 20   | 35   | 45  | 184 | 78  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 5.5% de los clientes considera que la garantía sobre los viajes es pésima probablemente por alguna mala experiencia sin embargo el 51% opina que es buena la garantía esto debido a su bajo índice de accidentes.  | 5.5% | 9.7% | 12% | 51% | 22% | 100%  |
| 20. ¿La garantía respecto al tiempo en el traslado de pasajeros es...?   | 60   | 56   | 64  | 105 | 77  | 362   |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 15% de los clientes considera que el tiempo de traslado de pasajeros es mala esto debido a veces por los problemas que pueden presentar las carreteras, sin embargo, el 29% coincide en que el tiempo si es bueno. | 17%  | 15%  | 18% | 29% | 21% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 01

Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 05  
 Elaboración: Propia

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 05 se observa que los clientes sobre la dimensión fiabilidad en un 19% le dan el valor porcentual resumido a la garantía de envió, el 39% respecto a los valores y principios de la institución, el 42% sobre la garantía de ruta, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión de confiabilidad siendo importante para la empresa.



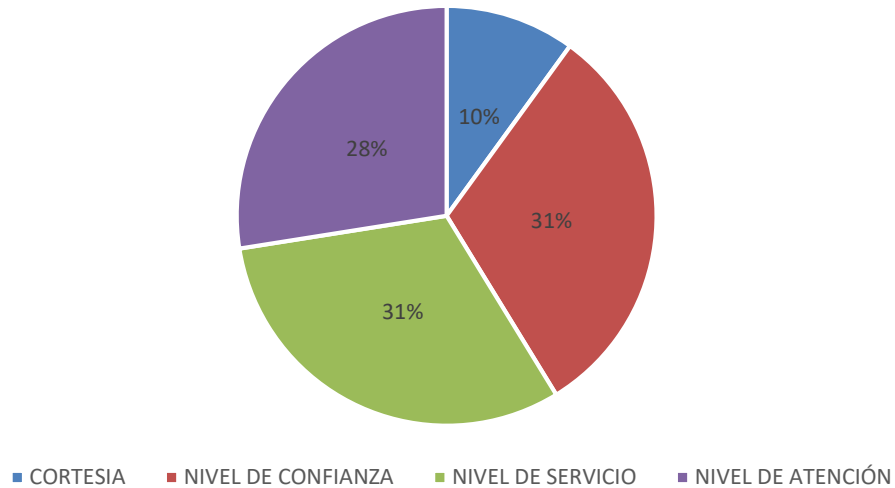
**CUADRO N° 06**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN ACTITUD DE**  
**ACUERDO A LOS CLIENTES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| <b>ACTITUD-VD</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>TOTAL</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 21. ¿La cortesía de parte de los trabajadores es...?  | 224      | 56       | 47       | 23       | 12       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 3.3% de los clientes considera que la cortesía es excelente y el 62% indica que esta cortesía es pésima, lo cual nos demuestra que los trabajadores no se involucran con hacer sentir bien al cliente,                              | 62%      | 15%      | 13%      | 6.4%     | 3.3%     | 100%         |
| 22. ¿El nivel de confianza que usted percibe de la empresa es...?   | 54       | 67       | 84       | 101      | 56       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 15% de los clientes considera que la confianza en la empresa es pésima y excelente pero el 28% manifiesta que es regular por lo que la empresa debe trabajar más en este aspecto para que no pierda clientes.                       | 15%      | 19%      | 23%      | 28%      | 15%      | 100%         |
| 23. ¿El servicio en general que ofrece ETPOSA es...?  | 65       | 56       | 67       | 87       | 87       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 15% de los clientes considera que en general el servicio es malo pero el 24% indica que es bueno lo cual le permite tener en cuenta para crear estrategias que le permitan reducir ese porcentaje de inconformidad de los clientes. | 18%      | 15%      | 19%      | 24%      | 24%      | 100%         |
| 24. ¿Considera usted que la atención al cliente es...?  | 68       | 95       | 88       | 66       | 45       | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 12% de los clientes considera que la atención al cliente es excelente mientras que el 26% indica que es mala, lo cual le da una alerta a la empresa que no descuide las necesidades de los clientes.                                | 19%      | 26%      | 24%      | 18%      | 12%      | 100%         |

Fuente: Cuestionario N° 01 Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 06**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**ACTITUD DE ACUERDO A LOS CLIENTES**  
**ITEMS DEL 21 AL 24**



Fuente: Cuadro N° 06  
Elaboración: Propia

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

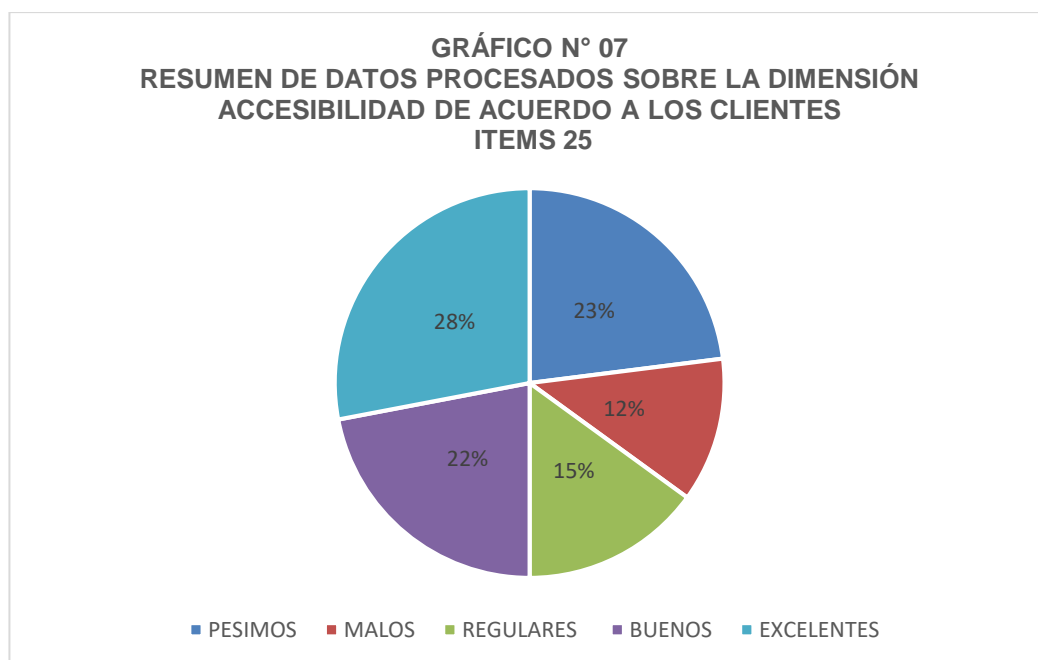
En el gráfico de resumen N° 06 se observa que los clientes sobre la dimensión actitud en un 10% le dan el valor porcentual resumido a la cortesía, el 28% respecto al nivel de confianza, el 31% sobre el nivel de servicios, el 31% sobre el nivel de atención, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión actitud siendo importante para la empresa.

**CUADRO N° 07**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**ACCESIBILIDAD DE ACUERDO A LOS CLIENTES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| <b>ACCESIBILIDAD-VD</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>TOTAL</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 25. ¿Los locales de enlace de ETPOSA son...?  | 82       | 43       | 56       | 78       | 103      | 362          |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Como podemos observar el 12% de los clientes considera que los locales de enlace son malos y el 28% indica que son excelentes debido a la ubicación que tienen algunas de ellas. | 23%      | 12%      | 15%      | 22%      | 28%      | 100%         |

Fuente: Cuestionario N° 01 Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 07  
 Elaboración: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 07 se observa que los clientes sobre la dimensión accesibilidad en un 12% les dan el valor porcentual resumido a malos, el 15% regulares, el 22% buenos, el 23% pésimo, y el 28% excelentes, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión accesibilidad siendo importante para la empresa.

## 4.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL CUESTIONARIO N° 02 APLICADO A LOS TRABAJADORES DE ETPOSA.

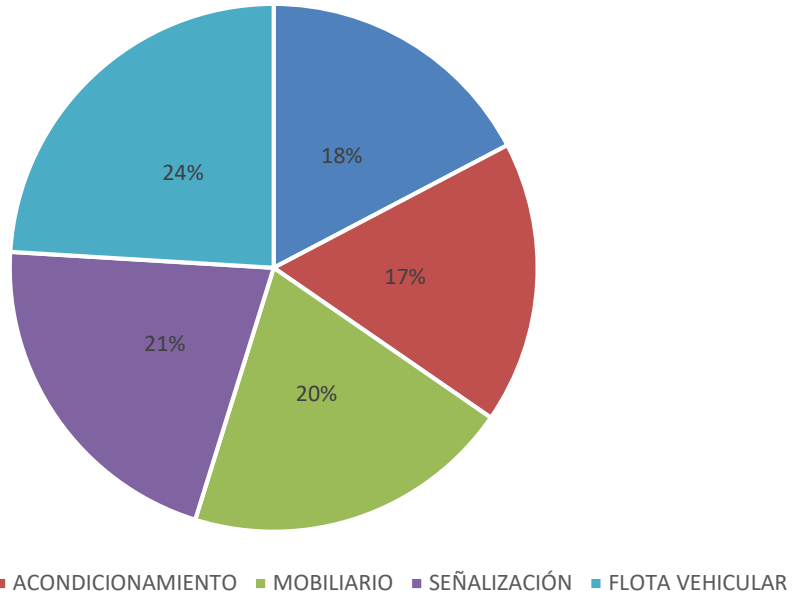
### CUADRO N° 08 RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN EVIDENCIAS FISICAS DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| EVIDENCIAS FISICAS-VI  | 1    | 2    | 3   | 4    | 5   | TOTAL |
|--|------|------|-----|------|-----|-------|
| 1. ¿Considera usted que la infraestructura con la que cuenta ETPOSA es...?   | 1    | 4    | 4   | 3    | 2   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Podemos observar que el 7.1% de los trabajadores consideran que la infraestructura es pésima y un 29% opina que es regular, lo que indica que muchos de ellos consideran que la infraestructura debería mejorar.  | 7.1% | 29%  | 29% | 21%  | 14% | 100%  |
| 2. ¿El acondicionamiento de las terminales de ETPOSA es...?  | 3    | 4    | 4   | 1    | 2   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Se observa que el 7.1% considera que el acondicionamiento de las terminales es bueno y otro 29% indica que les parece regular, a veces la incomodidad se ve reflejada en esta respuesta.  | 21%  | 29%  | 29% | 7.1% | 14% | 100%  |
| 3. ¿El mobiliario con el que cuenta ETPOSA para la atención del cliente es...?   | 0    | 3    | 6   | 2    | 3   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Acá podemos observar que el 14% opina que el mobiliario de la empresa es bueno y 43% indica que este es regular de acuerdo a la observación realizada muchos de los mobiliarios en las terminales son antiguas no existiendo mucha renovación al respecto.  | 0%   | 21%  | 43% | 14%  | 21% | 100%  |
| 4. ¿La señalización de acuerdo a las normas de seguridad de ETPOSA (como salida, extintor, etc.) es...?  | 0    | 1    | 4   | 7    | 2   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>El 7.1% de los trabajadores considera que la señalización es mala y el 50% manifiesta que es buena, situación que es de vital importancia para garantizar la seguridad en las instalaciones de la empresa.  | 0%   | 7.1% | 29% | 50%  | 14% | 100%  |
| 5. ¿Sobre la flota vehicular de ETPOSA, considera usted que es...?   | 3    | 3    | 4   | 0    | 4   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>En este punto observamos que los trabajadores tienen una opinión dividida al respecto para el 42% sumando pésima y mala consideran que la empresa carece de una flota vehicular adecuada mientras que el 58% sumando regular y excelente manifiestan que la flota vehicular está en un punto medio, lo cual se deba probablemente al tiempo en que la empresa no había renovado vehículos, pero hace unos meses se ha adquirido dos ómnibus nuevos. | 21%  | 21%  | 29% | 0%   | 29% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 08**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**EVIDENCIAS FÍSICAS DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**  
**ITEMS DEL 1 AL 5**



Fuente: Cuadro N° 08  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 08 se observa que los trabajadores sobre la dimensión evidencias físicas en un 17% le dan el valor porcentual resumido al acondicionamiento, el 18% respecto a infraestructura, el 20% sobre el mobiliario, el 21% sobre el cumplimiento de la señalización, y el 24% respecto a la flota vehicular, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión evidencias físicas siendo importante para la empresa.

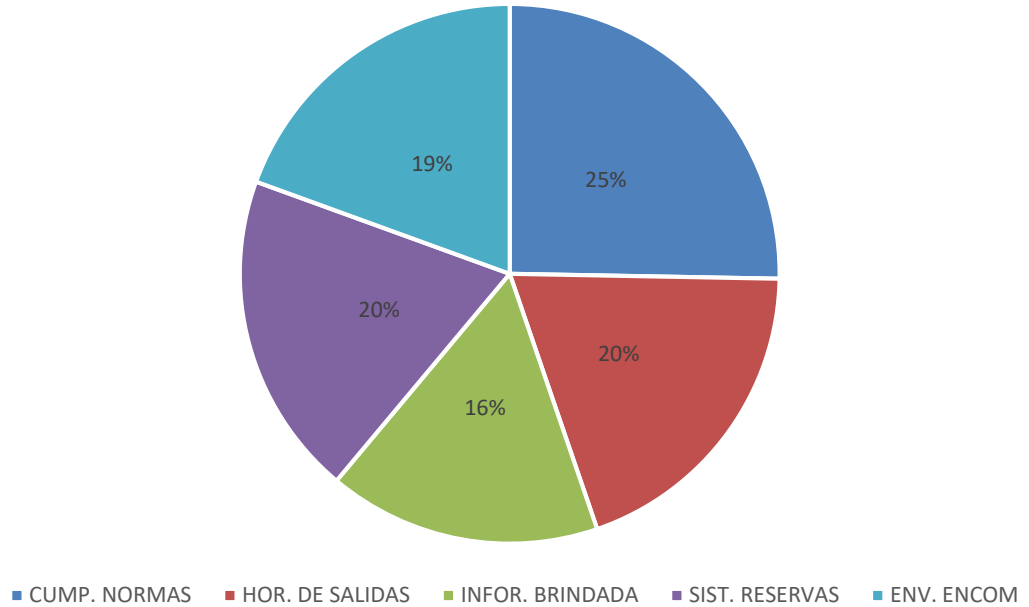
**CUADRO N° 09**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD DE**  
**ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| FIABILIDAD-VI  | 1   | 2    | 3   | 4    | 5   | TOTAL |
|--|-----|------|-----|------|-----|-------|
| 6. ¿El cumplimiento de las normas en ETPOSA es...?   | 0   | 0    | 5   | 5    | 4   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Podemos apreciar que referente al cumplimiento de normas los trabajadores opinan que regularmente se cumplen en un 36% y otro 29% indica que es excelente el cumplimiento de normas en la empresa.  | 0%  | 0%   | 36% | 36%  | 29% | 100%  |
| 7. ¿El horario de salidas de los buses se ajusta a la programación y este es...?   | 0   | 1    | 3   | 6    | 4   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>En cuanto a este aspecto observamos que el 7.1% de los trabajadores considera que el horario de salidas es malo lo que indica que no salen a tiempo mientras que un 43% manifiestan que el horario es bueno lo que nos muestra que si se cumplen los horarios de salida de los vehículos. | 0%  | 7.1% | 21% | 43%  | 29% | 100%  |
| 8. ¿La información que usted facilita al cliente es...?  | 0   | 1    | 7   | 3    | 3   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>En este caso para los trabajadores la información que facilitan a los clientes es regular en un 50% mientras que un 7.1% indican que es mala, considerando que los señores  | 0%  | 7.1% | 50% | 21%  | 21% | 100%  |
| 9. ¿El sistema de recursos de reservas de pasajes de la empresa es...?   | 6   | 5    | 0   | 1    | 2   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Acá podemos apreciar que el 7.1% de los trabajadores manifiesta que el sistema de reservas de pasajes es regular pero el 43% manifiesta que es pésimo esto debido que hasta hace poco el método utilizado era manual.   | 43% | 36%  | 0%  | 7.1% | 14% | 100%  |
| 10. ¿El sistema de envíos de encomienda de ETPOSA es...?   | 0   | 1    | 6   | 3    | 4   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Tenemos el 7.1% que indican que los envíos de encomiendas son malos frente a un 43% que indican que es regular, esto en la entrevista refleja que la empresa no tienen quejas sobre perdidas de encomiendas en los últimos tres años, lo cual es favorable para la empresa.               | 0%  | 7.1% | 43% | 21%  | 29% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 09**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**FIABILIDAD DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**  
**ITEMS DEL 6 AL 10**



Fuente: Cuadro N° 09  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 09 se observa que los trabajadores sobre la dimensión fiabilidad en un 16% le dan el valor porcentual resumido a la información brindada, el 19% respecto al envío de encomiendas, el 20% sobre el cumplimiento de las horas de salidas, el 20% sobre el sistema de reservas, y el 25% respecto al cumplimiento de normas, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión fiabilidad siendo importante para la empresa.

**CUADRO N° 10**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN INTERACCIÓN**  
**DEL PERSONAL DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

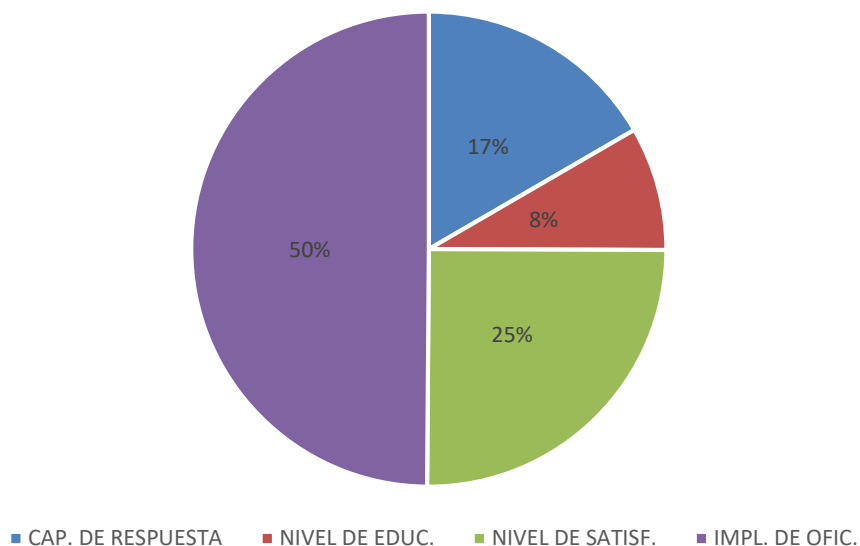
ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| INTERACCION DEL PERSONAL-VI   | 1    | 2   | 3   | 4    | 5   | TOTAL |
|---|------|-----|-----|------|-----|-------|
| 11. ¿Cómo considera usted su capacidad de respuesta con los clientes...?  | 0    | 0   | 12  | 2    | 0   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Observamos que el 14% indica que la forma como atienden al cliente es buena y un 86% considera que es regular, esto debido a que la capacidad de respuesta muchas veces no es la más acertada hacia los clientes.  | 0%   | 0%  | 86% | 14%  | 0%  | 100%  |
| 12. ¿Cómo considera usted su nivel de educación para trabajar en la empresa?  | 0    | 0   | 13  | 1    | 0   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>7.1% considera que su nivel de educación es bueno y un 93% considera que es regular para trabajar en la empresa, esto probablemente debido a que la mayoría es personal técnico o con secundaria completa, siendo poca la presencia profesional universitaria.   | 0%   | 0%  | 93% | 7.1% | 0%  | 100%  |
| 13. ¿Usted como trabajador cómo considera la satisfacción del cliente en ETPOSA?  | 1    | 2   | 10  | 1    | 0   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>El 7.1% de los trabajadores opina que la satisfacción del cliente es pésima pero el 71% es regular esto en base a la percepción de ellos respecto a los clientes.  | 7.1% | 14% | 71% | 7.1% | 0%  | 100%  |
| 14. ¿Las condiciones de implementación de las oficinas en ETPOSA es...?   | 3    | 3   | 5   | 1    | 2   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>El 7.1% de los trabajadores considera que la implementación de oficinas es bueno mientras que un 36% de trabajadores considera que son regulares esto debido probablemente a la poca implementación de la empresa de transportes, que no da la comodidad a los trabajadores y clientes en sus instalaciones. | 21%  | 21% | 36% | 7.1% | 14% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia



**GRÁFICO N° 10**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**INTERACCIÓN DEL PERSONAL DE ACUERDO A LOS**  
**TRABAJADORES**  
**ITEMS DEL 11 AL 14**



Fuente: Cuadro N° 10  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

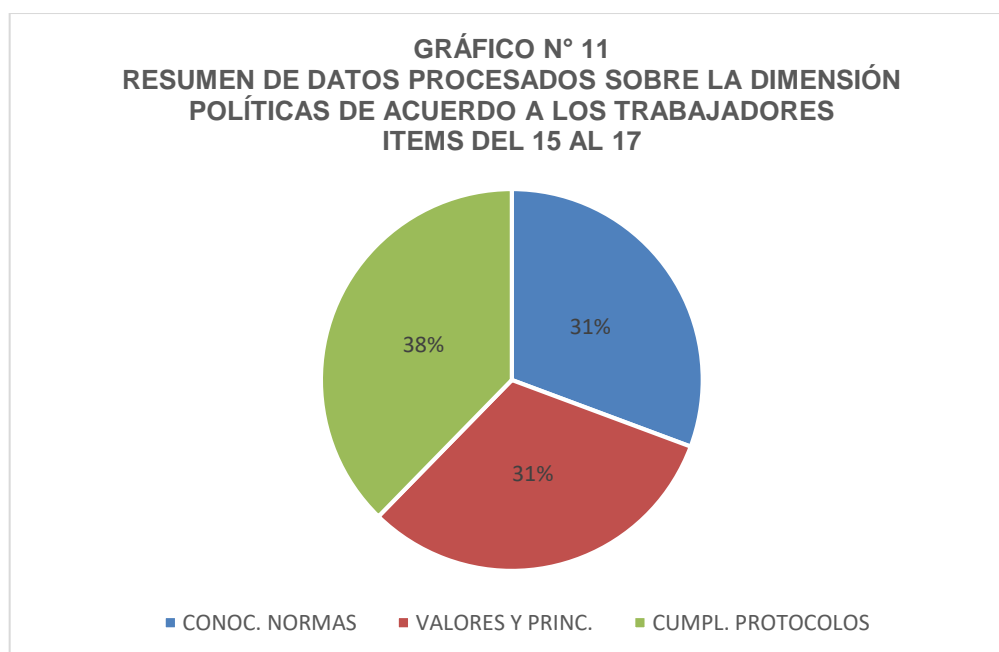
En el gráfico de resumen N° 10 se observa que los trabajadores sobre la dimensión interacción en un 8% le dan el valor porcentual al nivel de educación, el 17% respecto a la capacidad de respuesta, el 25% sobre el nivel de satisfacción, y el 50% sobre la implementación de las oficinas, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión interacción siendo importante para la empresa.

**CUADRO N° 11**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN POLÍTICAS DE**  
**ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| POLITICAS-VI  | 1  | 2    | 3   | 4   | 5    | TOTAL |
|---|----|------|-----|-----|------|-------|
| 15. ¿Considera usted que conoce las normas de la empresa?   | 0  | 2    | 8   | 3   | 1    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>El 7.1% considera que el conocimiento de normas es excelente por parte de los trabajadores sin embargo el 57% indicaron que es regular lo incluso muchos de ellos desconocían las normas y políticas de la empresa.  | 0% | 14%  | 57% | 21% | 7.1% | 100%  |
| 16. ¿Los valores y principios de la institución se cumplen?   | 0  | 1    | 4   | 8   | 1    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>El 7.1% tanto para excelente como malo indicaron respecto a los principios y valores de la empresa incluso manifiestan que no conocen los principios, y el 57% indicaron que el cumplimiento es regular refiriendo a valores como el orden y la puntualidad. | 0% | 7.1% | 29% | 57% | 7.1% | 100%  |
| 17. ¿Cómo considera el cumplimiento de los procesos y protocolos de la empresa?   | 0  | 1    | 7   | 4   | 2    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Tenemos al 7,1% que manifiesta que es malo el cumplimiento de los procesos mientras que el 50% indican que es regular incluso los protocolos de seguridad no los conocen o no los tienen.  | 0% | 7.1% | 50% | 29% | 14%  | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 11  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 11 se observa que los trabajadores sobre la dimensión políticas en un 31% le dan el valor porcentual al tema de valores y principios de manera regular que la empresa práctica, otro 31% en resumen indican que el conocimiento de normas es regular dado en que algunas veces no se cumplen, y un 38% respecto al cumplimiento de protocolos, siendo esto un factor muy importante que no se debe dejar de tomar en cuenta.

**CUADRO N° 12**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**CONFIABILIDAD DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

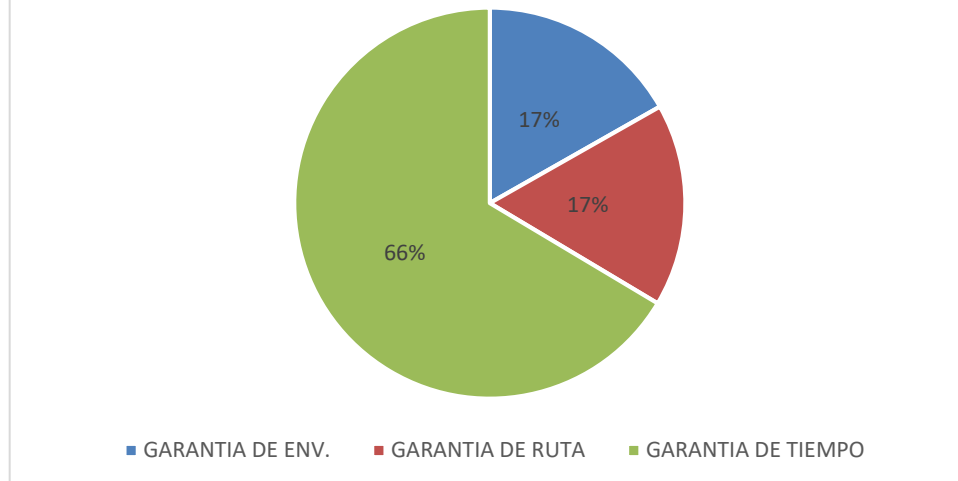
ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| CONFIABILIDAD-VD   | 1  | 2    | 3   | 4    | 5    | TOTAL |
|--|----|------|-----|------|------|-------|
| 18. ¿La garantía en los envíos de encomienda y otros en ETPOSA es...?  | 0  | 0    | 13  | 1    | 0    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>7.1% considera que el envío de encomiendas es bueno pero el 93% indica que es regular nos indicaron que ellos opinan esto debido a que no hay un cuidado especial en las encomiendas y que muchas veces se rompen cuando no son bien embaladas, pero hacen hincapié que la responsabilidad es del usuario.                | 0% | 0%   | 93% | 7.1% | 0%   | 100%  |
| 19. ¿La garantía en los viajes de la ruta Huánuco-Lima, Lima-Huánuco es...?  | 0  | 0    | 13  | 1    | 0    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>De igual manera que en el anterior el 7.1% opina que la garantía de la ruta es buena y un 93% indica que esta es regular tomando en cuenta que muchas veces la ruta se ve afectada por el mal tiempo o las condiciones pésimas de nuestra carretera central lo cual podría repercutir en una incomodidad para el cliente. | 0% | 0%   | 93% | 7.1% | 0%   | 100v  |
| 20. ¿La garantía respecto al tiempo en el traslado de pasajero es...?  | 0  | 1    | 9   | 3    | 1    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Tenemos 7.1 para excelente y malo en cuanto a la opinión del trabajador sobre el tiempo de traslado de los pasajeros aludiendo al igual que la pregunta anterior que esto se debe a las carreteras, el 64%  | 0% | 7.1% | 64% | 21%  | 7.1% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02

Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 12**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA**  
**DIMENSIÓN CONFIABILIDAD DE ACUERDO A LOS**  
**TRABAJADORES**  
**ITEMS DEL 18 AL 20**



Fuente: Cuadro N° 12  
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 12 se observa que los trabajadores sobre la dimensión confiabilidad en un 17% le dan el valor porcentual resumido a la garantía de envío, el 17% respecto a la garantía de ruta, y el 66% sobre la garantía de tiempo, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión confiabilidad siendo importante para la empresa.

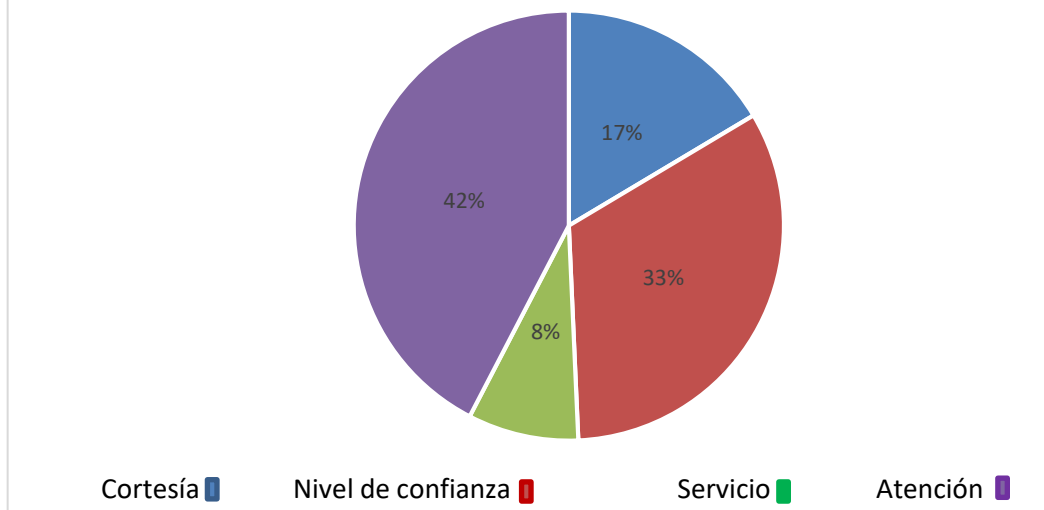
**CUADRO N° 13**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN ACTITUD DE**  
**ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| ACTITUD-VD   | 1  | 2    | 3   | 4    | 5    | TOTAL |
|--|----|------|-----|------|------|-------|
| 21. ¿Usted como trabajador como considera su cortesía hacia el cliente?  | 0  | 2    | 12  | 0    | 0    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Vemos que el 14% de los trabajadores considera que la cortesía brindada a los clientes es mala, frente al 86% que considera que esta es regular, esto nos da un indicador de alerta ya que parte de la satisfacción es la cortesía característica propia de la actitud que tienen algunas personas.   | 0% | 14%  | 86% | 0%   | 0%   | 100%  |
| 22. ¿Qué tipo de nivel de confianza considera usted que le brinda al cliente?  | 0  | 1    | 10  | 3    | 0    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Tenemos 7.1 % ubicado en malo y regular respecto a la confianza y un 21% manifiesta que si son confiables hacia los clientes, la confianza también es determinante en el trato con los clientes.  | 0% | 7.1% | 71% | 21%  | 0%   | 100%  |
| 23. ¿El servicio en general que ofrece ETPOSA es...?   | 0  | 0    | 13  | 1    | 0    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>7.1% indica que el servicio ofrecido a los clientes en general es bueno frente a un 93% que considera que es regular, el personal es consiente que la empresa necesita mejorar su servicio al cliente, pero muchos culpan a la gerencia por no comprometerse con capacitaciones u otros que permita que los trabajadores sean más eficientes en este aspecto. | 0% | 0%   | 93% | 7.1% | 0%   | 100%  |
| 24. ¿Considera usted que la atención al cliente es...?   | 0  | 1    | 4   | 8    | 1    | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>7.1% indica excelente y malo sobre la atención al cliente y el 57% indica que este es bueno, los trabajadores declaran una situación de acuerdo a la percepción propia, sin duda muchos consideran que, si cumplen y hacen bien su trabajo,   | 0% | 7.1% | 29% | 57%  | 7.1% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia

**GRÁFICO N° 13**  
**RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN**  
**ACTITUD DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**  
**ITEMS DEL 21 AL 24**



Fuente: Cuadro N° 13  
Elaboración: Propia

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

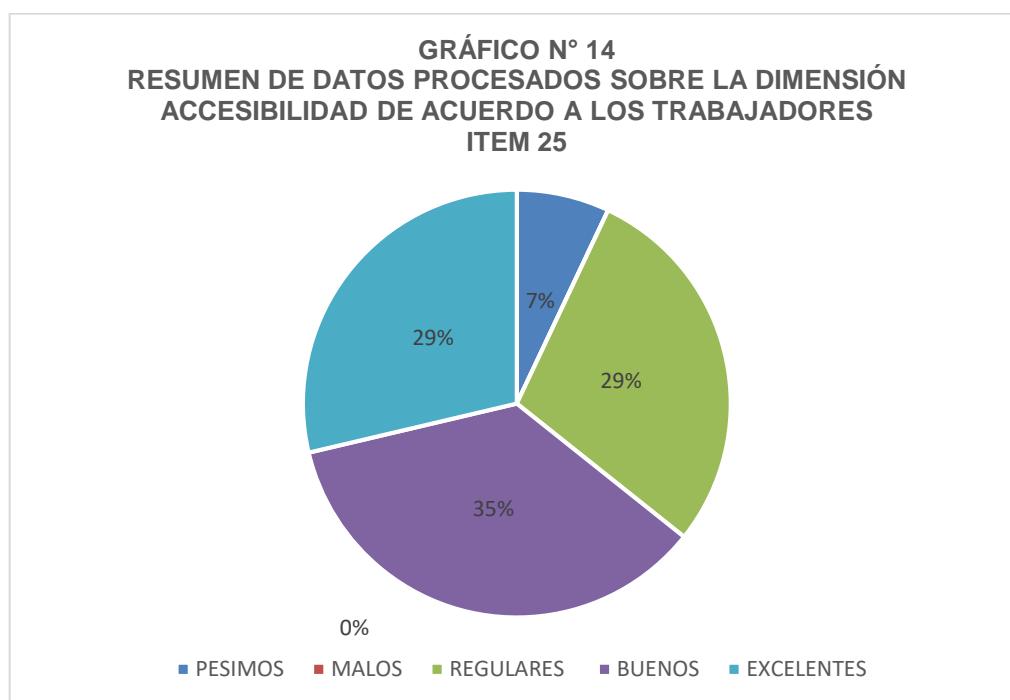
En el gráfico de resumen N° 13 se observa que los trabajadores sobre la dimensión actitud en un 8% le dan el valor porcentual resumido a la garantía de tiempo, el 17% respecto a la garantía de envió, el 33% sobre la garantía de ruta, el 42% sobre el cumplimiento de al tiempo de atención, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión actitud siendo importante para la empresa.

**CUADRO N° 14  
RESUMEN DE DATOS PROCESADOS SOBRE LA DIMENSIÓN  
ACCESIBILIDAD DE ACUERDO A LOS TRABAJADORES**

ESCALA: 1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

| ACCESIBILIDAD-VD  | 1    | 2  | 3   | 4   | 5   | TOTAL |
|---|------|----|-----|-----|-----|-------|
| 25. ¿Los locales de enlace de ETPOSA son...?  | 1    | 0  | 4   | 5   | 4   | 14    |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:</b><br>Tenemos 7.1% que manifiesta que los locales de enlace de la empresa son pésimos frente a un 36% que indican que son buenos, los locales de lima Lince tienen buena ubicación sin embargo de acuerdo a la observación realizada esta aún no se moderniza como debiera, las demás oficinas de enlace en ambo y en Huacar solo son la recepción de encomiendas y venta de pasajes que también necesitarían mejorar en apariencia física e implementación. | 7.1% | 0% | 29% | 36% | 29% | 100%  |

Fuente: Cuestionario N° 02 Elaboración: Propia



Fuente: Cuadro N° 14  
Elaboración: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el gráfico de resumen N° 14 se observa que los trabajadores sobre la dimensión accesibilidad en un 07% le dan el valor porcentual resumido de pésimo, el 29% regular, el 29% excelente, y el 35% buenos, de manera resumida se puede apreciar que los clientes consideran en porcentaje regular los aspectos de la dimensión accesibilidad siendo importante para la empresa.



**4.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN REALIZADA POR LA INVESTIGADORA PARA COMPARAR ITEMS CON LOS CUESTIONARIOS PROPUESTOS.**

**CUADRO N° 15  
RESULTADO DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN REALIZADA EN LA EMPRESA ETPOSA**

| <b>EVIDENCIAS FISICAS</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
|---|-----------|-----------|
| 1. ¿La empresa cuenta con infraestructura, acondicionamiento de terminales, mobiliario, señalización y flota vehicular adecuada para atender la demanda de pasajeros?   | X         |           |
| <p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Se pudo observar que la empresa si cuenta con infraestructura y acondicionamiento de terminales, sin embargo, es importante recalcar que la fachada e interiores no han sido pintadas hace bastante tiempo, así mismo el mobiliario es antiguo y un tanto obsoleto, la señalización es escasa no cumple con la regulación de defensa civil, Tampoco se permitió el ingreso a la revisión de buses.</p> |           |           |
| <b>FIABILIDAD</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 2. Respecto al cumplimiento de normas, el horario de salidas de los buses, la información facilitada por la empresa, el sistema de reservas, y el sistema de envíos de encomiendas ¿la empresa cuenta con el personal idóneo y se cumplen estos indicadores de manera positiva?   | X         |           |
| <p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Se pudo observar que la empresa si cumple con algunas de sus normas como el horario de salidas, la prohibición de mascotas, y la revisión por el representante de la PNP de civil, que de manera aleatoria revisa maletas y verifica que los pasajeros no suban al bus en estado etílico, o portando armas, de acuerdo a lo que exige el MTC.</p>  |           |           |
| <b>INTERACCIÓN PERSONAL</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 3. Respecto a la capacidad de respuesta, la implementación de oficinas y el nivel de satisfacción de los clientes, ¿se percibe un nivel de satisfacción alto?   |           | X         |
| <p><b>INTERPRETACIÓN:</b></p> <p>Se puede observar respecto a la capacidad de respuesta la implementación de oficinas y el nivel de satisfacción de clientes no es el más adecuado, se pudo observar descontento por parte de algunos pasajeros.</p>  |           |           |
| <b>POLITICAS</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 4. Respecto a lo que proyectan que conocen los trabajadores para solucionar, si conocen los principios y si cumplen los procesos y protocolos establecidos, ¿se puede observar que este se aplica de manera adecuada?   |           | X         |

|   |           |           |
|---|-----------|-----------|
| <b>INTERPRETACIÓN:</b>  |           |           |
| Se observó que los trabajadores no dan soluciones prácticas ante algún problema en la agencia, por ejemplo no cuentan con bolsas, cintas o pegamentos para corregir el embalaje de alguna encomienda. Así mismo los protocolos de la empresa no se cumplen en un 100% el llamado a los pasajeros es fuera de la hora, la salida de los buses tiene pequeños retrasos, y el sistema de recepción de equipaje es ineficiente y lento. |           |           |
| <b>CONFIABILIDAD</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 5. Respecto a los envíos de encomiendas el tiempo de viaje de la ruta Hco –Lima, se puede observar que cumple con lo propuesto por la empresa?  | X         |           |
| <b>INTERPRETACIÓN:</b>  |           |           |
| En este sentido se ha podido observar que la empresa tiene un sistema manual con un cuaderno de envíos para el control de encomiendas, el cual al parecer funciona bien, por otro lado las rutas si se cumplen de acuerdo a lo establecido.   |           |           |
| <b>ACTITUD</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 6. Se pudo observar el trato al cliente en cuanto a la cortesía y la confianza que ejercen los trabajadores para con los clientes ¿son realmente adecuadas?   |           | X         |
| <b>INTERPRETACIÓN:</b>  |           |           |
| Definitivamente la cortesía y la confianza no son sus principales fortalezas, el trato de los trabajadores no es a veces el más adecuado para los clientes creando malestar entre los clientes  |           |           |
| <b>ACCESIBILIDAD</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
| 7. Se pudo observar en base a un comparativo de precios, ubicación de locales de la competencia versus ETPOSA, ¿es acorde al mercado y a las necesidades de los pasajeros?  | X         |           |
| <b>INTERPRETACIÓN:</b>  |           |           |
| Se observó que de acuerdo a los comparativos de precios la empresa está acorde al mercado, sin embargo, otras empresas como GyM y Turismo Real proponen otros tipos de vehículos, respecto a la ubicación de locales, el de lima tiene una ubicación que a la mayoría que son clientes de ETPOSA gusta y por eso la prefieren.  |           |           |

Fuente: Aplicación de la guía de observación realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia

#### 4.4. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS.

##### 4.4.1. DE LA HIPÓTESIS GENERAL DEL RESULTADO DE LOS CLIENTES:

**Hi:** La Calidad de Servicio **SI** se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017.

##### ANALIZANDO EL CUADRO N° 06 DEL ITEM N° 23 (CUESTIONARIO N° 01)

Variable Independiente(X): CALIDAD DE SERVICIO

| ESCALA VALORATIVA | N i (X)    | Fi (%)      |
|-------------------|------------|-------------|
| PESIMA            | 65         | 18 %        |
| MALA              | 56         | 15 %        |
| REGULAR           | 67         | 19 %        |
| BUENA             | 87         | 24 %        |
| EXCELENTE         | 87         | 24 %        |
| <b>TOTAL</b>      | <b>362</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta Aplicada a los clientes  
Elaboración: Propia

##### ANALIZANDO EL CUADRO N° 03 DEL ITEM N° 13 (CUESTIONARIO N° 01)

Variable Dependiente (Y): SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

| ESCALA VALORATIVA | N i (Y)    | Fi (%)      |
|-------------------|------------|-------------|
| PESIMA            | 35         | 9.7 %       |
| MALA              | 62         | 17 %        |
| REGULAR           | 85         | 23 %        |
| BUENA             | 115        | 32 %        |
| EXCELENTE         | 65         | 18 %        |
| <b>TOTAL</b>      | <b>362</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta Aplicada a los clientes  
Elaboración: Propia

| CUADRO N° 16<br>CÁLCULO DE COEFICIENTE DE CORRELACION DE PEARSON |            |            |                |              |                |
|--|------------|------------|----------------|--------------|----------------|
| Escala<br>Valorativa   | (X)        | (Y)        | Y <sup>2</sup> | XY           | X <sup>2</sup> |
| PESIMA   | 65         | 35         | 1225           | 2275         | 4225           |
| MALA   | 56         | 62         | 3844           | 3472         | 3136           |
| REGULAR  | 67         | 85         | 7225           | 5695         | 7225           |
| BUENA  | 87         | 115        | 13225          | 10005        | 7569           |
| EXCELENTE  | 87         | 65         | 4225           | 5655         | 7569           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>362</b> | <b>362</b> | <b>29744</b>   | <b>27102</b> | <b>29724</b>   |

Fuente: Cuadro N° 06 y Cuadro N° 03 del cuestionario N° 01 aplicado a los clientes.  
Elaboración: Propia

Aplicación de la Fórmula:

$$r = \frac{n \sum(xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{[(n \sum(x^2) - (\sum x)^2) [(n \sum(y^2) - (\sum y)^2)]]}$$

$$r = \frac{362 (27102) - (362) (362)}{\sqrt{(362 * 29744 - 131044) (362 * 29724 - 131044)}}$$

$$r = \frac{9810924 - 131044}{\sqrt{(10636284) (10629044)}}$$

$$r = \frac{9679880}{\sqrt{113053530}}$$

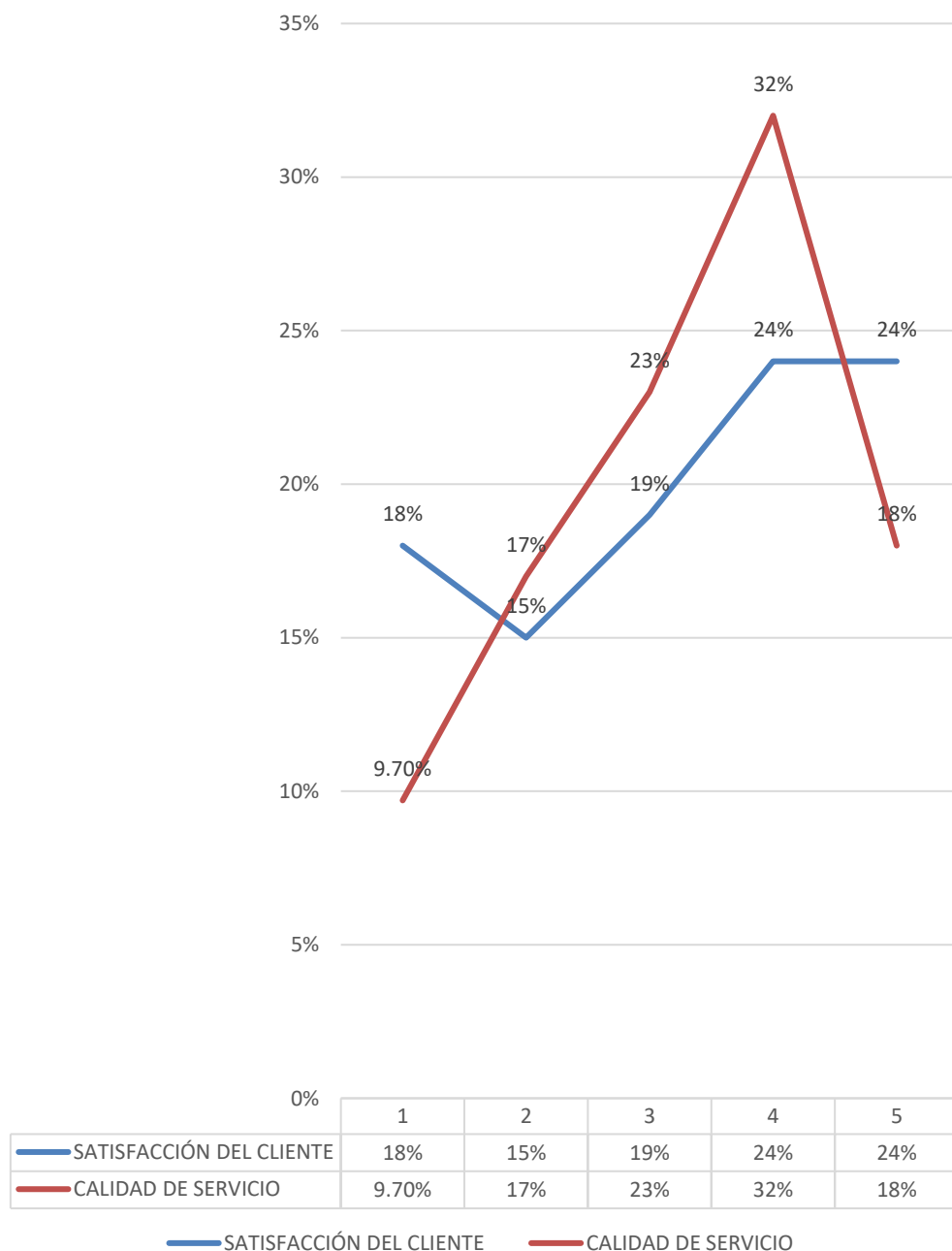
$$r = 910.390904$$

$$r = 9.10 \%$$

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 9.10\%$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los clientes, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo equitativamente proporcional una variable con la otra, como se muestra en el siguiente gráfico:

## GRÁFICO N° 15 CORRELACIÓN ENTRE CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ACUERDO A LA PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES



**Fuente: Cuadro N° 16**

**Elaboración: Propia**

#### 4.4.2. DE LA HIPÓTESIS GENERAL DEL RESULTADO DE LOS TRABAJADORES:

**Hi:** La Calidad de Servicio **SI** se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

##### ANALIZANDO EL CUADRO N° 13 DEL ITEM N° 23 (CUESTIONARIO N° 02)

Variable Independiente(X): CALIDAD DE SERVICIO

| ESCALA VALORATIVA | N i (X)   | Fi (%)      |
|-------------------|-----------|-------------|
| PESIMA            | 0         | 0 %         |
| MALA              | 0         | 0 %         |
| REGULAR           | 13        | 93 %        |
| BUENA             | 1         | 7.1 %       |
| EXCELENTE         | 0         | 0 %         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>14</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta Aplicada a los trabajadores  
Elaboración: Propia

##### ANALIZANDO EL CUADRO N° 10 DEL ITEM N° 13 (CUESTIONARIO N° 02)

Variable Dependiente (Y): SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

| ESCALA VALORATIVA | N i (Y)   | Fi (%)      |
|-------------------|-----------|-------------|
| PESIMA            | 1         | 7.1 %       |
| MALA              | 2         | 14%         |
| REGULAR           | 10        | 71%         |
| BUENA             | 1         | 7.1 %       |
| EXCELENTE         | 0         | 0 %         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>14</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta Aplicada a los trabajadores  
Elaboración: Propia

| CUADRO N° 17<br>CÁLCULO DE COEFICIENTE DE CORRELACION DE PEARSON |           |           |            |            |            |
|--|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Escala<br>Valorativa   | (X)       | (Y)       | X2         | XY         | Y2         |
| PESIMA   | 0         | 1         | 0          | 0          | 1          |
| MALA   | 0         | 2         | 0          | 0          | 4          |
| REGULAR  | 13        | 10        | 169        | 130        | 100        |
| BUENA  | 1         | 1         | 1          | 1          | 1          |
| EXCELENTE  | 0         | 0         | 0          | 0          | 0          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>14</b> | <b>14</b> | <b>170</b> | <b>130</b> | <b>106</b> |

Fuente: Cuadro N° 13 y Cuadro N° 10 del cuestionario N° 02 aplicado a los trabajadores.  
Elaboración: Propia

Aplicación de la Fórmula:

$$r = \frac{n \sum(xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{[(n \sum(x^2) - (\sum x)^2) [(n \sum(y^2) - (\sum y)^2)]]}$$

$$r = \frac{14 (28) - (14) (14)}{\sqrt{(14 * 170 - 196) (14 * 106 - 196)}}$$

$$r = \frac{392 - 196}{\sqrt{(2184) (1288)}}$$

$$r = \frac{196}{\sqrt{2812992}}$$

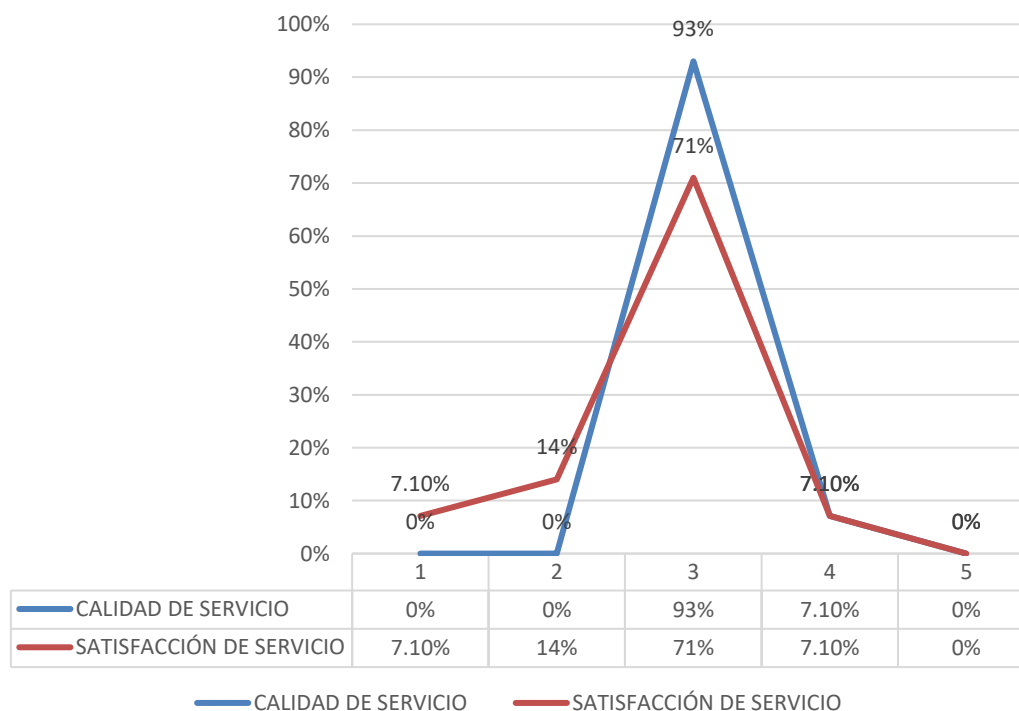
$$r = 0.116931317$$

$$r = 11.69 \%$$

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 0.1169$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los trabajadores, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo totalmente proporcional una variable con la otra, como se muestra en el siguiente gráfico:

## GRÁFICO N° 16 CORRELACIÓN ENTRE CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ACUERDO A LA PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES



Fuente: Cuadro N° 17

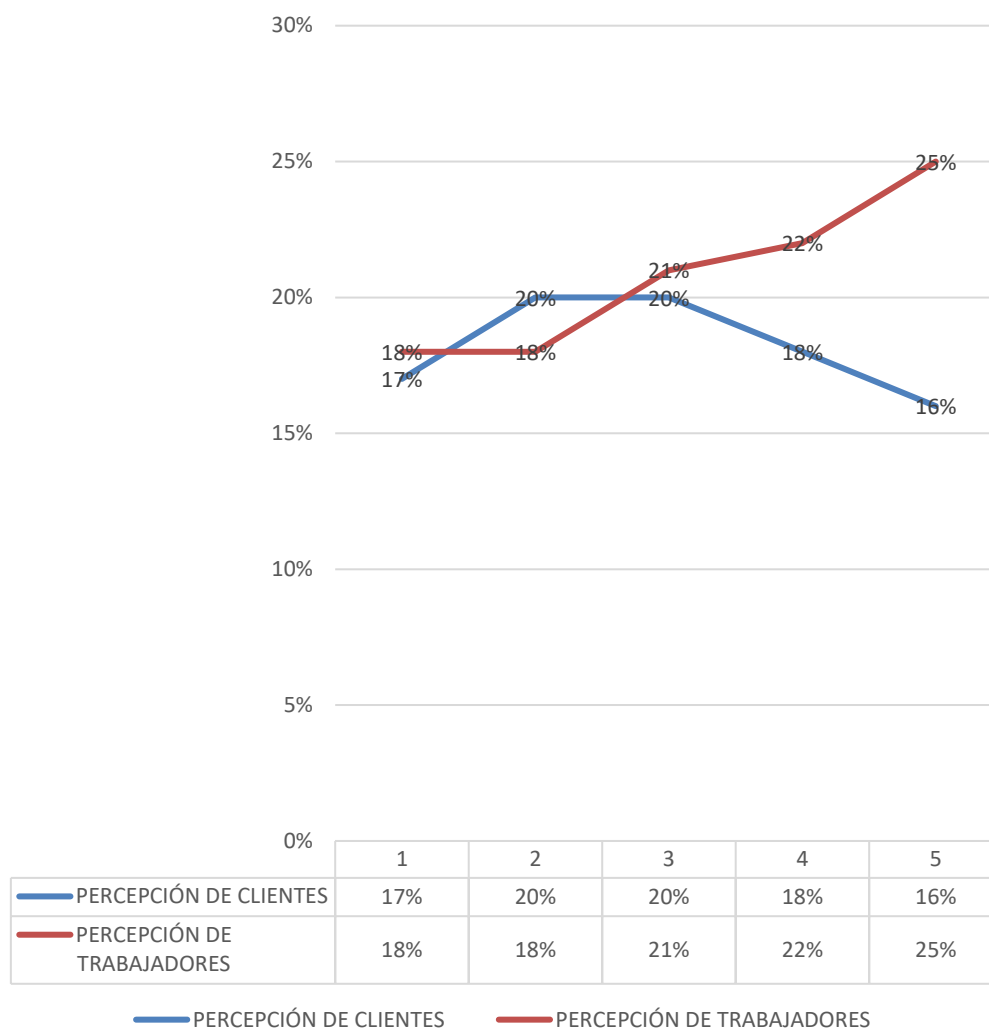
Elaboración: Propia

### 4.4.3. CONTRASTACIÓN DESCRIPTIVA DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

**HE<sub>1</sub>:** Las evidencias físicas **SI** se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017.



**GRÁFICO N° 17  
CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICA 1  
SOBRE LA DIMENSIÓN DE EVIDENCIAS FÍSICAS**



Fuente: Gráfico N° 01 y Gráfico N°08

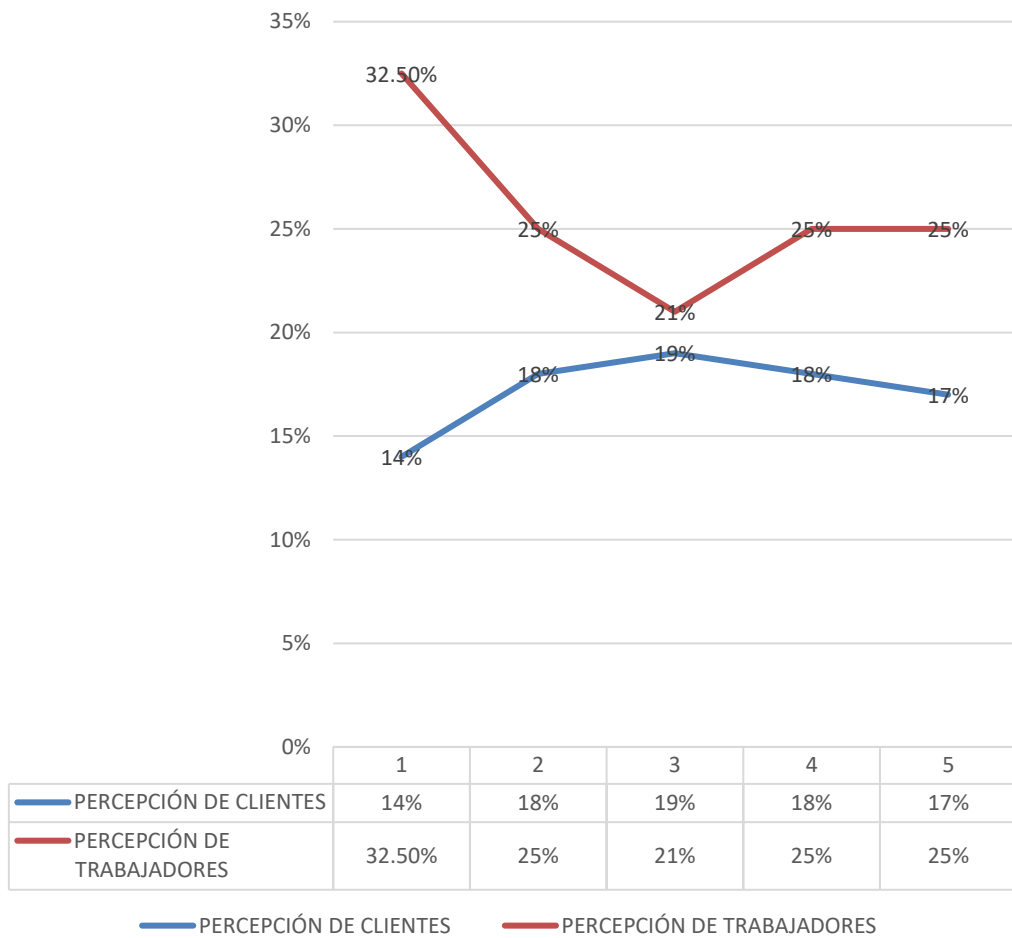
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a las evidencias físicas de acuerdo a la percepción de clientes y la percepción de los trabajadores.

**HE<sub>2</sub>**: La fiabilidad **SI** se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**GRÁFICO N° 18  
CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2  
SOBRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD**



Fuente: Grafico N° 02 y Gráfico N°09

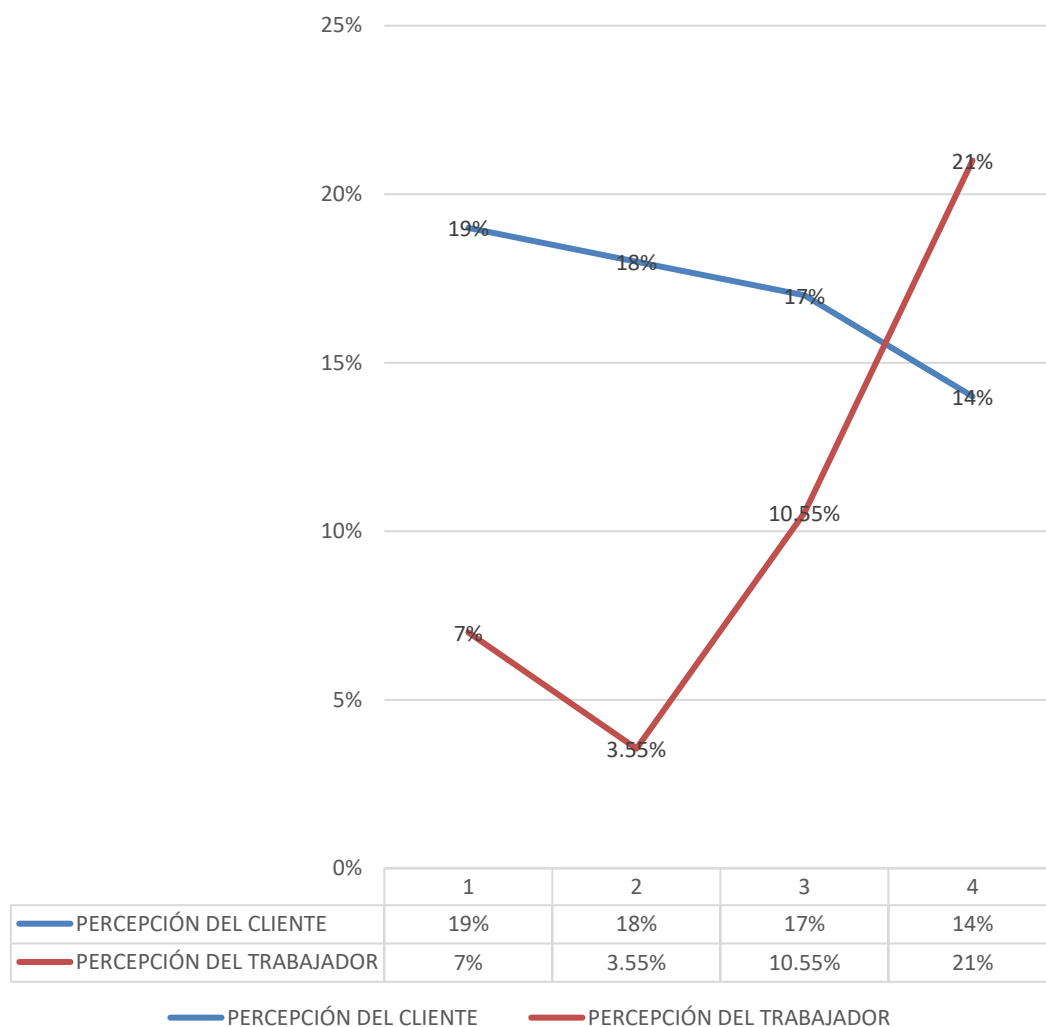
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a la fiabilidad de acuerdo a la percepción de clientes y la percepción de los trabajadores.

**HE<sub>3</sub>:** La interacción del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**GRÁFICO N° 19**  
**CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 SOBRE**  
**LA DIMENSIÓN INTERACCIÓN DEL PERSONAL**



Fuente: Gráfico N° 03 y Gráfico N°10

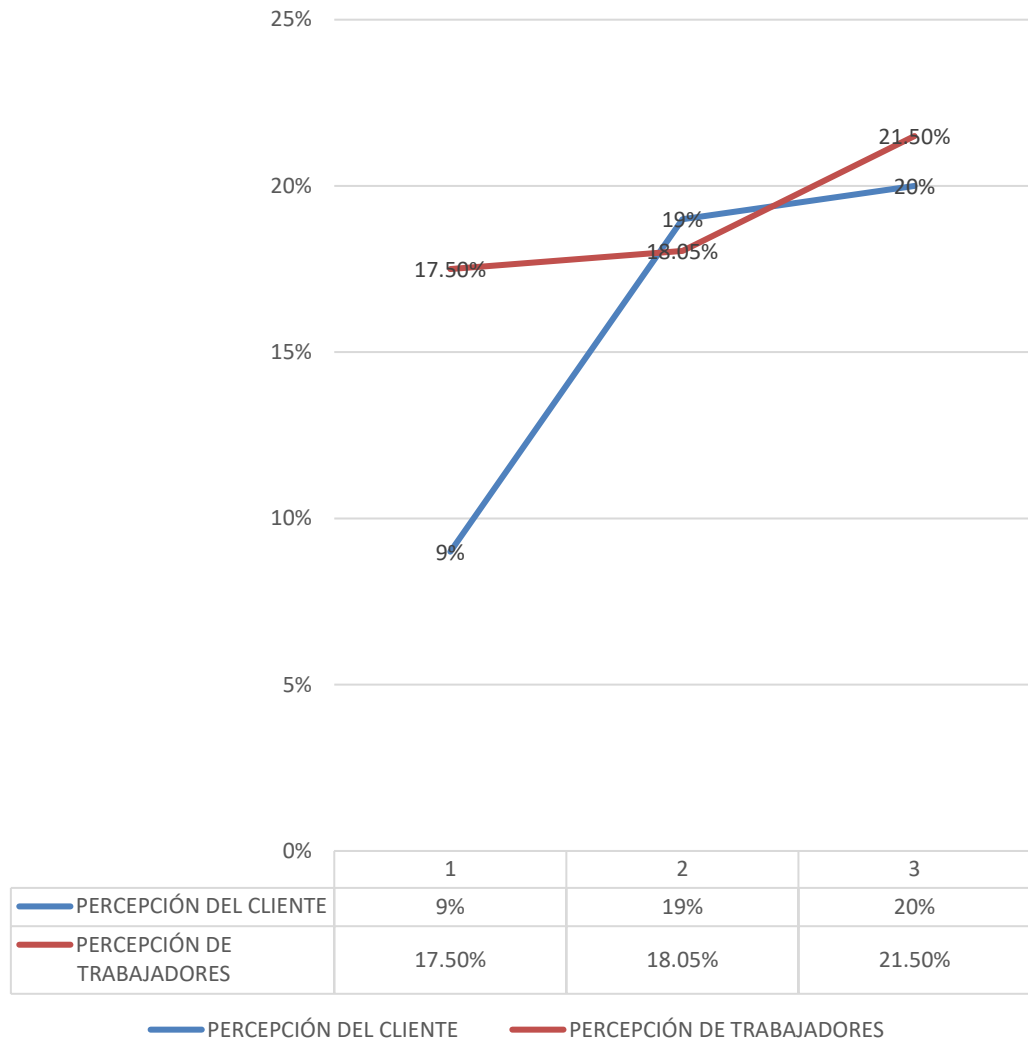
Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a la interacción del personal de acuerdo a la percepción de clientes y la percepción de los trabajadores.

**HE<sub>4</sub>:** Las políticas **SI** se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.

**GRÁFICO N° 20  
CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4  
SOBRE LA DIMENSIÓN POLÍTICAS**



Fuente: Grafico N° 04 y Gráfico N°11

Elaboración: Propia

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a las políticas de acuerdo a la percepción de clientes y la percepción de los trabajadores.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. SOBRE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO

**Según ABADI Miguel (2004-p.3)** el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

**Según VILLAVICENCIO FLORIÁN, Ronaldo Amauri, (2014).** En su trabajo de investigación “Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomiendas y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa de Transportes Línea S.A. Trujillo 2013”. Informe final para optar el título de licenciado en Administración de la Universidad

Nacional de Trujillo – Lima, resaltamos una de sus principales conclusiones.

Los clientes perciben el servicio en general, como un buen servicio de calidad pues el 48% opina de manera positiva del servicio brindado por el centro, resaltando aspectos como el buen desempeño de sus colaboradores en todas sus áreas, pues el 57% está complacido con el servicio que los trabajadores desarrollan y por la amabilidad y buen trato brindado hacia los clientes.

**Según los resultados del cuadro N° 16 y gráfico N° 15, de nuestra investigación sobre la correlación de Pearson de acuerdo a la percepción de clientes:**

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 0.910$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los clientes, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo equitativamente proporcional una variable con la otra.

**Según los resultados del cuadro N° 17 y gráfico N° 16, de nuestra investigación sobre la correlación de Pearson de acuerdo a la percepción de trabajadores:**

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 0.1169$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los trabajadores, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo totalmente proporcional una variable con la otra.

**Discusión de la tesista:**

Se puede observar que el autor ABADI resalta la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio). Destacando entonces que la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Así mismo la tesis de VILLAVICENCIO, concluye demostrando que en un 48% opino de manera positiva del servicio brindado y el 57%

está complacido con el servicio que los trabajadores desarrollan y por la amabilidad y buen trato brindado hacia los clientes, en la empresa de transportes mencionada.

Se puede decir entonces que la calidad de servicio será medida por el cliente y por el trabajador de manera distinta, sin embargo, si una empresa plantea adecuadamente sus políticas empresariales desde el inicio esta percepción llegará al trabajador para que luego sea extendida al cliente y se logre así cumplir con la expectativa del mismo.

## **5.2. SOBRE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:**

**Según KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2007 – 14)** “Grado en el que desempeño percibido de un producto coincide con las expectativas del comprador”. “...Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas el cliente se sentirá satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, el cliente se sentirá muy satisfecho o incluso encantado”.

**Según VILLAVICENCIO FLORIÁN, Ronaldo Amauri, (2014).** En su trabajo de investigación “Calidad de Servicio en el Área de Carga y Encomiendas y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa de Transportes Línea S.A. Trujillo 2013”. Informe final para optar el título de licenciado en Administración de la Universidad Nacional de Trujillo – Lima, resaltamos una de sus principales conclusiones.

El atributo mejor percibido lo constituye la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, pues la empresa le brinda un buen trato, sobre todo personalizado y una respuesta inmediata frente a cualquier problema que le pueda presentar, creando en ellos un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar la elección del servicio.

**Según los resultados del cuadro N° 16 y gráfico N° 15, de nuestra investigación sobre la correlación de Pearson de acuerdo a la**

**percepción de clientes:**

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 0.910$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los clientes, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo equitativamente proporcional una variable con la otra.

**Según los resultados del cuadro N° 17 y gráfico N° 16, de nuestra investigación sobre la correlación de Pearson de acuerdo a la percepción de trabajadores:**

El coeficiente de correlación obtenido es  $r = 0.1169$  lo que indica que **SI** existe relación positiva tomando en cuenta que  $r > 0$ ; entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente percibido por los trabajadores, en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente ETPOSA Huánuco 2017, siendo totalmente proporcional una variable con la otra.

**Discusión de la tesis:**

Acá podemos ver que KOTLER es muy enfático en resaltar el nivel de satisfacción con la expectativa, por lo que utilizó la conclusión de la tesis de VILLAVICENCIO, el atributo más resaltante en esta investigación es la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, la investigación realizada por mi persona demuestra que cada una de las dimensiones estudiadas tienen resultados equitativamente proporcionales entre sí, por ejemplo la fiabilidad y las evidencias físicas son dos de las dimensiones que se debe resaltar ya que son muy favorable tanto en la percepción de clientes como en el de trabajadores, y eso es positivo y Bueno para la empresa.



## CONCLUSIONES

- 1) Se da a conocer que efectivamente existe relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes la Perla del Oriente S.A. ETPOSA Huánuco, 2017, como se muestra en la correlación obtenida de  $r = 0.91$  de acuerdo a la percepción de los clientes y  $r = 0.1169$  de acuerdo a la percepción de los trabajadores, tomando en cuenta que  $r > 0$ , por lo tanto los resultados de la prueba de hipótesis para ambos casos nos dice que las variables son equitativamente proporcionales es decir si una sube la otra también o viceversa, según los clientes en el grafico N° 15 el 24% califica como buena la calidad de servicio y 32% buena la satisfacción del cliente, y según los trabajadores en el grafico N° 16 regular en 93% para calidad de servicio y 71% regular para satisfacción del cliente.
- 2) Se determinó que las evidencias físicas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017, como se observa en el gráfico N° 17; se puede observar existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a las evidencias físicas de acuerdo a la percepción de clientes con 20% regular y la percepción de los trabajadores 25% excelente.
- 3) Se determinó que la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017, puede observar que existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a la fiabilidad de acuerdo al gráfico N° 18 la percepción de clientes con un 19% regular y la percepción de los trabajadores, con un 25% en bueno y excelente.
- 4) Se determinó que la interacción del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017, según el gráfico N° 19, se puede

observar que existe una relación positiva entre los indicadores que corresponden a la interacción del personal la percepción de clientes con un 19% pésimo y la percepción de los trabajadores, con un 21 % buena.

- 5) Se determinó que las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. "ETPOSA" Huánuco, 2017, de acuerdo al gráfico N° 20 la percepción de los clientes es de 20% regular y la percepción del trabajador es de 21.5% regular.

## RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda mejorar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de Transportes la Perla del Oriente S.A. ETPOSA Huánuco, 2017. Por ejemplo: contratar personal capacitado en atención al cliente, rotación de horarios del personal.
- 2) Se recomienda mejorar las evidencias físicas; infraestructura, acondicionamiento, mobiliario, señalización y flota vehicular de la empresa, por ejemplo: remodelando el interior y la fachada de la agencia, gestionar la compra de nuevos mobiliarios para mejorar la recepción y comodidad del cliente, así como la adquisición de nuevos buses.
- 3) Se recomienda recuperar la fiabilidad de los usuarios, por ejemplo, cumpliendo las normas establecidas por el MTC, respetar los horarios de salidas, mejorar la información que brindan los trabajadores para así recuperar su imagen ante los pasajeros; proponer el uso de uniformes y mayor identificación del personal que labora desde su personal administrativa como técnico.
- 4) Se recomienda mejorar la interacción del personal, el resultado muestra una percepción desfavorable respecto a esta dimensión; la capacidad de respuesta del trabajador debería ser inmediata y eficiente, solucionando los problemas, la empresa debería evaluar el nivel de educación de los trabajadores para garantizar un mejor servicio, y así también mejorar el nivel de satisfacción. Por ejemplo: la comodidad de las oficinas y de la distribución de espacios en los terminales.

- 5) Se recomienda implementar políticas claras y entendibles tanto para los trabajadores como para los clientes, y en el tiempo estas se puedan convertir en un modelo de gestión empresarial para este tipo de empresas, por ejemplo; 1º establecer la normativa interna, 2º difundir las normas, 3º proponer valores y principios, pero buscando que se dé su cumplimiento, 4º conocer los protocolos de seguridad y otros de este rubro y darle el cumplimiento respectivo.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ARELLADO CUEVA, Rolando (2002) “Comportamiento del Consumidor” – Enfoque América Latina. México. Primera edición. Editorial Mc Graw Hill.
2. CASANOVAS, Alain (2013) “Gestión de políticas de empresa” Madrid –España.
3. COLUNGA DÁVILA, Carlos. (1994) “Los costos de calidad” México.Editorial. Universitaria Patosina.
4. GALLACHER, Marcos (1996) “Interacción Humana en Organizaciones” Córdoba – Argentina. Revista Apertura.
5. HERNANDEZ SAMPIER, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar (2010) “Metodología de la Investigación” Quinta Edición - México. Editorial Mc Graw Hill.
6. Instituto Tecnológico de Sonora (2013) “Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente para el Funcionamiento de las Empresas- Obregón – México.
7. KEITH DENTON, Davis (1991) “Calidad en el Servicio a los Clientes Madrid- España. Editorial Díaz de Santos S.A.
8. KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2007). “Marketing – Versión para Latinoamérica” México. Decimoprimer edición. Editorial Pearson Educación.
9. KOTLER, Philip (2011) “Mercadotecnia Turística”. Quinta edición. Madrid - España. Editorial Pearson Educación.
10. PERALTA J. & ROSAS H. (1996) “Estudio de diversos Indicadores Organizacionales y su relación con la Calidad de Servicio- Santiago-Chile. Isapre Consalud.

# ANEXOS

**ANEXO N° 01**

**MATRÍZ DE COSISTENCIA**  
**«LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES LA PERLA DEL ORIENTE S.A. “ETPOSA” HUÁNUCO, 2017»**

| <b>PROBLEMA</b>  | <b>OBJETIVO</b>   | <b>HIPOTESIS</b>   | <b>VARIABLES Y DIMENSIONES</b>   | <b>METODOLOGÍA</b>   | <b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>  |
|--|---|--|--|--|---|
| <p><b>General:</b></p> <p>PG: ¿Cómo la Calidad de Servicio se relaciona con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>PE<sub>1</sub> ¿Cómo las evidencias físicas se relacionan con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?</p> <p>PE<sub>2</sub> ¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?</p> <p>PE<sub>3</sub> ¿Cómo la interacción del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?</p> <p>PE<sub>4</sub> ¿Como las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017?</p> | <p><b>General:</b></p> <p>OG: Conocer la relación entre la Calidad de Servicio y La Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>OE<sub>1</sub> Determinar cómo las evidencias físicas se relacionan con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>OE<sub>2</sub> Determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>OE<sub>3</sub> Determinar cómo la interacción del personal se relaciona con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>OE<sub>4</sub> Determinar cómo las políticas se relacionan con la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> | <p><b>General:</b></p> <p>HI: La Calidad de Servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017</p> <p><b>Específicas:</b></p> <p>HE<sub>1</sub> Las evidencias físicas se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>HE<sub>2</sub> La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>HE<sub>3</sub> La interacción del personal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> <p>HE<sub>4</sub> Las políticas se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en la Empresa de transportes La Perla del Oriente S.A. “ETPOSA” Huánuco, 2017.</p> | <p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b></p> <p>Calidad de Servicio</p> <p><b>DIMENSIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evidencias físicas</li> <li>- Fiabilidad</li> <li>- Interacción del personal</li> <li>- Políticas</li> </ul> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p><b>DIMENSIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Confiabilidad</li> <li>- Actitud</li> <li>- Accesibilidad</li> </ul> | <p><b>Tipo:</b></p> <p>La investigación será de carácter descriptivo, explicativo</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>Es descriptivo/correlacional</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>Es no experimental, con su variante transaccional o transversal.</p> | <p><b>Población:</b></p> <p><b>N<sub>1</sub> = 6,240 clientes.</b></p> <p><b>N<sub>2</sub> = 14 trabajadores</b></p> <p><b>Muestra:</b></p> <p><b>n<sub>1</sub> = 362 clientes</b><br/>Muestra probabilística</p> <p><b>n<sub>2</sub> = 14 trabajadores</b><br/>Muestra no probabilística</p> <p align="center"><b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b></p> <p><b>TECNICA 1:</b><br/>Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO 1:</b><br/>2 Cuestionarios</p> <p><b>TECNICA 2:</b><br/>Observación</p> <p><b>INSTRUMENTO 2:</b><br/>1 Guía de observación</p> |

**ANEXO N° 02**

**CUESTIONARIO N° 01**

DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE ETPOSA PARA EVALUAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: «LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES LA PERLA DEL ORIENTE S.A. "ETPOSA" HUÁNUCO, 2017»

Se solicita marcar con una X la respuesta que considere de acuerdo a su criterio, se pide total veracidad, su apoyo es muy importante para la investigación.

**Escala valorativa**

1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

**DIMENSIONES**

| <b>EVIDENCIAS FISICAS</b>  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. ¿Considera usted que la infraestructura con la que cuenta ETPOSA es...?<br>2. ¿El acondicionamiento de las terminales de ETPOSA es...?<br>3. ¿El mobiliario con el que cuenta ETPOSA para la atención del cliente es...?<br>4. ¿La señalización de acuerdo a las normas de seguridad de ETPOSA (como salida, extintor, etc.) es...?<br>5. ¿Sobre la flota vehicular de ETPOSA, considera usted que es...? |   |   |   |   |   |
| <b>FIABILIDAD</b>  |   |   |   |   |   |
| 6. El cumplimiento de las normas en ETPOSA es...?<br>7. El horario de salidas de los buses se ajusta a la programación y este es...?<br>8. ¿La información facilitada en ETPOSA es...?<br>9. ¿El sistema de recursos de reservas de pasajes de la empresa es...?<br>10. ¿El sistema de envíos de encomienda de ETPOSA es...?   |   |   |   |   |   |
| <b>INTERACCION PERSONAL</b>  |   |   |   |   |   |
| 11. ¿La capacidad de respuesta de los trabajadores de ETPOSA hacia los clientes es...?<br>12. ¿Cómo considera usted que el nivel de educación de los trabajadores de ETPOSA?<br>13. ¿Usted como cliente siente un nivel de satisfacción con ETPOSA?<br>14. ¿Las condiciones de implementación de las oficinas en ETPOSA es...?   |   |   |   |   |   |
| <b>POLITICAS</b>   |   |   |   |   |   |
| 15. ¿Los trabajadores tienen un conocimiento adecuado de las normas de la empresa?<br>16. ¿Los valores y principios de la institución se cumplen?<br>17. ¿Cómo considera el cumplimiento de los procesos y protocolos de la empresa?   |   |   |   |   |   |
| <b>CONFIABILIDAD</b>   |   |   |   |   |   |
| 18. ¿La garantía en los envíos de encomienda y otros en ETPOSA es...?<br>19. ¿La garantía en los viajes de la ruta Huánuco-Lima, Lima-Huánuco es...?<br>20. ¿La garantía respecto al tiempo en el traslado de pasajero es...?  |   |   |   |   |   |
| <b>ACTITUD</b>   |   |   |   |   |   |
| 21. ¿La cortesía de parte de los trabajadores es...?<br>22. ¿El nivel de confianza que usted percibe de la empresa es...?<br>23. ¿El servicio en general que ofrece ETPOSA es...?<br>24. ¿Considera usted que la atención del cliente es...?   |   |   |   |   |   |
| <b>ACCESIBILIDAD</b>   |   |   |   |   |   |
| 25. ¿Los locales de enlace de ETPOSA son...?   |   |   |   |   |   |



**ANEXO N° 03**

**CUESTIONARIO N°02**

DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE ETPOSA PARA EVALUAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: «LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES LA PERLA DEL ORIENTE S.A. "ETPOSA" HUÁNUCO, 2017»

Se solicita marcar con una X la respuesta que considere de acuerdo a su criterio, se pide total veracidad, su apoyo es muy importante para la investigación.

**Escala valorativa**

1. Pésima 2. Mala 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

**DIMENSIONES**

| <b>EVIDENCIAS FISICAS</b>   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ¿Considera usted que la infraestructura con la que cuenta ETPOSA es....?                             |   |   |   |   |   |
| 2. ¿El acondicionamiento de las terminales de ETPOSA es...?   |   |   |   |   |   |
| 3. ¿El mobiliario en que cuenta ETPOSA para la atención del cliente es...?                              |   |   |   |   |   |
| 4. ¿La señalización de acuerdo a las normas de seguridad de ETPOSA (como salida, extintor, etc.) es...? |   |   |   |   |   |
| 5. ¿Sobre la flota vehicular de ETPOSA, considera usted que es...?                                      |   |   |   |   |   |
| <b>FIABILIDAD</b>   |   |   |   |   |   |
| 6. El cumplimiento de las normas en ETPOSA es...?   |   |   |   |   |   |
| 7. El horario de salidas de los buses se ajusta a la programación y este es....?                        |   |   |   |   |   |
| 8. ¿La información facilitada en ETPOSA es...?  |   |   |   |   |   |
| 9. ¿El sistema de recursos de reservas de pasajes de la empresa es...?                                  |   |   |   |   |   |
| 10. ¿El sistema de envíos de encomienda de ETPOSA es...?  |   |   |   |   |   |
| <b>INTERACCION PERSONAL</b>   |   |   |   |   |   |
| 11. ¿La capacidad de respuesta que usted brinda a los clientes es..?                                    |   |   |   |   |   |
| 12. ¿Cómo considera usted su nivel de educación para trabajar en la empresa?                            |   |   |   |   |   |
| 13. ¿Usted como trabajador siente que brinda un SERVICIO?   |   |   |   |   |   |
| <b>POLITICAS</b>  |   |   |   |   |   |
| 15. ¿Conoce usted las normas de la empresa?   |   |   |   |   |   |
| 16. ¿Los valores y principios de la institución se cumplen?   |   |   |   |   |   |
| 17. ¿Cómo considera el cumplimiento de los procesos y protocolos de la empresa?                         |   |   |   |   |   |
| <b>CONFIABILIDAD</b>  |   |   |   |   |   |
| 18. ¿La garantía en los envíos de encomienda y otros en ETPOSA es..?                                    |   |   |   |   |   |
| 19. ¿La garantía en los viajes de la ruta Huánuco-Lima, Lima-Huánuco es...?                             |   |   |   |   |   |
| 20. ¿La garantía respecto al tiempo en el traslado del pasajero es...?                                  |   |   |   |   |   |
| <b>ACTITUD</b>  |   |   |   |   |   |
| 21. ¿Considera usted que es cortés con los clientes?  |   |   |   |   |   |
| 22. ¿Cómo considera usted el nivel de confianza de la empresa?  |   |   |   |   |   |
| 23. ¿El servicio en general que ofrece ETPOSA es...?  |   |   |   |   |   |
| 24. ¿Considera usted que la atención del cliente es...?   |   |   |   |   |   |
| <b>ACCESIBILIDAD</b>  |   |   |   |   |   |
| 25. ¿Los locales de enlace de ETPOSA son...?  |   |   |   |   |   |

**ANEXO N° 04****GUÍA DE OBSERVACIÓN**

REALIZADA POR LA INVESTIGADORA DE LA TESIS, REALIZADO EN DISTINTAS SESIONES DE VISITAS A LA EMPRESA EL DÍA SABADO 17 DE JUNIO, SABADO 08 DE JULIO Y DOMINGO 20 DE AGOSTO: SOBRE LA TESIS «LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES LA PERLA DEL ORIENTE S.A. "ETPOSA" HUÁNUCO, 2017»

**DIMENSIONES**

| <b>EVIDENCIAS FISICAS</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
|---|-----------|-----------|
| 2. ¿La empresa cuenta con infraestructura, acondicionamiento de terminales, mobiliario, señalización y flota vehicular adecuada para atender la demanda de pasajeros?   |           |           |
| <b>FIABILIDAD</b>   |           |           |
| 2. Respecto al cumplimiento de normas, el horario de salidas de los buses, la información facilitada por la empresa, el sistema de reservas, y el sistema de envíos de encomiendas ¿la empresa cuenta con el personal idóneo y se cumplen estos indicadores de manera positiva? |           |           |
| <b>INTERACCION PERSONAL</b>   |           |           |
| 3. Respecto a la capacidad de respuesta, la implementación de oficinas y el nivel de satisfacción de los clientes, ¿se percibe un nivel de satisfacción alto?   |           |           |
| <b>POLITICAS</b>  |           |           |
| 5. Respecto a lo que proyectan que conocen los trabajadores para solucionar, si conocen los principios y si cumplen los procesos y protocolos establecidos, ¿se puede observar que este se aplica de manera adecuada?   |           |           |
| <b>CONFIABILIDAD</b>  |           |           |
| 5. Respecto a los envíos de encomiendas el tiempo de viaje de la ruta Hco – Lima, ¿se puede observar que cumple con lo propuesto por la empresa?  |           |           |
| <b>ACTITUD</b>  |           |           |
| 6. Se pudo observar el trato al cliente en cuanto a la cortesía y la confianza que ejercen los trabajadores para con los clientes ¿son realmente adecuadas?   |           |           |
| <b>ACCESIBILIDAD</b>  |           |           |
| 7. Se pudo observar en base a un comparativo de precios, ubicación de locales de la competencia versus ETPOSA, ¿es acorde al mercado y a las necesidades de los pasajeros?  |           |           |

**ANEXO Nº 05**  
**RELACION DE EMPRESAS DE TRANSPORTES DE REFERENCIA CON MAYOR MOVIMIENTO**  
**COMERCIAL EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO**

| AGENCIAS                 | HORARIO        | SERVICIO       | PISO      | COSTO    |
|--------------------------|----------------|----------------|-----------|----------|
| <b>ETPOSA</b>            | 9:30 p. m.     | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 160º | 2 do PISO | S/.50.00 |
| <b>BAHIA CONTINENTAL</b> | 10:00 a. m.    | BUSCAMA        | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | BUSCAMA        | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 10:30 a. m.    | BUSCAMA        | 1 er PISO | S/.50.00 |
|                          |                | BUSCAMA        | 2 do PISO | S/.40.00 |
|                          | 9:00 p. m.     | BUSCAMA        | 1 er PISO | S/.50.00 |
|                          |                | BUSCAMA        | 2 do PISO | S/.40.00 |
|                          | 9:30 p. m.     | VIP            | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | VIP            | 2 do PISO | S/.50.00 |
| 10:00 p. m.              | GOLDEN         | 1 er PISO      | S/.65.00  |          |
|                          | GOLDEN         | 2 do PISO      | S/.55.00  |          |
| <b>TURISMO REAL</b>      | 9:00 p. m.     | BUS CAMA 160º  | 1 er PISO | S/.50.00 |
|                          |                | BUS CAMA 160º  | 2 do PISO | S/.40.00 |
|                          | 9:30 p. m.     | BUS CAMA 160º  | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | BUS CAMA 160º  | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 10:00 p. m.    | BUS CAMA 160º  | 1 er PISO | S/.65.00 |
| BUS CAMA 160º            |                | 2 do PISO      | S/.55.00  |          |
| <b>GM INTERNACIONAL</b>  | 8:00 a. m.     | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.65.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 145º | 2 do PISO | S/.55.00 |
|                          | 8:30 p. m.     | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 145º | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 9:00 p. m.     | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 145º | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 9:45 p. m.     | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 145º | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 10:15 p. m.    | SEMI CAMA 160º | 1 er PISO | S/.60.00 |
|                          |                | SEMI CAMA 145º | 2 do PISO | S/.50.00 |
|                          | 9:30 p. m.     | BUS CAMA 160º  | 1 er PISO | S/.65.00 |
|                          |                | BUS CAMA 160º  | 2 do PISO | S/.60.00 |
|                          | 10:30 p. m.    | BUS CAMA 160º  | 1 er PISO | S/.65.00 |
|                          |                | BUS CAMA 160º  | 2 do PISO | S/.60.00 |
| 10:40 p. m.              | CAMA CAMA 160º | 1 er PISO      | S/.70.00  |          |
|                          | CAMA CAMA 180º | 2 do PISO      | S/.90.00  |          |

Fuente y elaboración: Trabajo de campo de la investigadora

## ANEXO N° 06

### Coeficiente de correlación de Pearson

---

Ejemplos de diagramas de dispersión con diferentes valores del coeficiente de correlación ( $\rho$ )

En [estadística](#), el **coeficiente de correlación de Pearson** es una medida de la relación lineal entre dos [variables aleatorias cuantitativas](#). A diferencia de la [covarianza](#), la correlación de [Pearson](#) es independiente de la escala de medida de las variables.

De manera menos formal, podemos definir el coeficiente de correlación de Pearson como un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de dos variables siempre y cuando ambas sean cuantitativas.

### Ejemplo

---

En el caso de que se esté estudiando dos variables aleatorias  $X$  y  $Y$  sobre una [población](#); el coeficiente de correlación de Pearson se simboliza con la letra  $\rho$ ,

siendo la expresión que nos permite calcularlo:

$$\rho_{X,Y} = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{E[(X - \mu_X)(Y - \mu_Y)]}{\sigma_X \sigma_Y},$$

Donde:

- $\sigma_{XY}$  es la [covarianza](#) de  $(X, Y)$
- $\sigma_X$  es la [desviación típica](#) de la variable  $X$
- $\sigma_Y$  es la [desviación típica](#) de la variable  $Y$

De manera análoga podemos calcular este coeficiente sobre un [estadístico muestral](#), denotado como  $r_{xy}$  a:

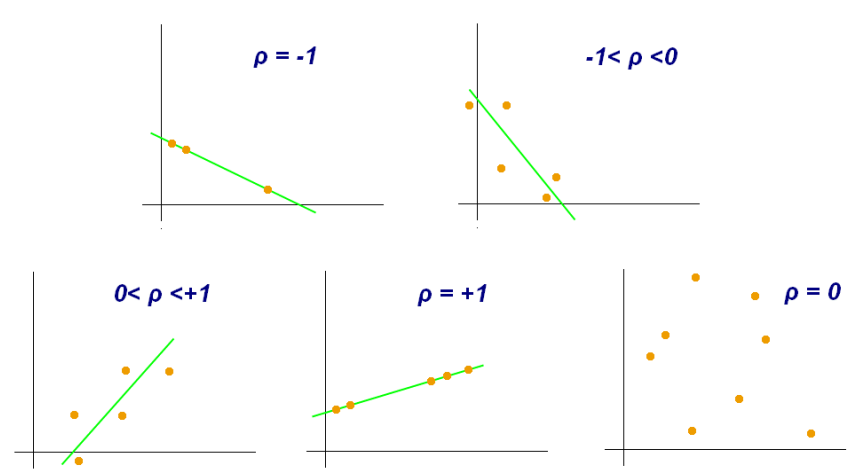
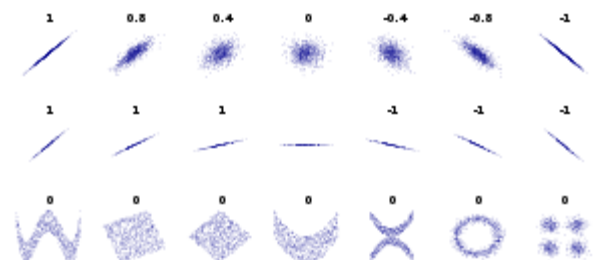
$$r_{xy} = \frac{\sum x_i y_i - n \bar{x} \bar{y}}{(n-1) s_x s_y} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \sqrt{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2}}.$$

## Interpretación:

El valor del índice de correlación varía en el intervalo  $[-1,1]$ , indicando el signo el sentido de la relación:

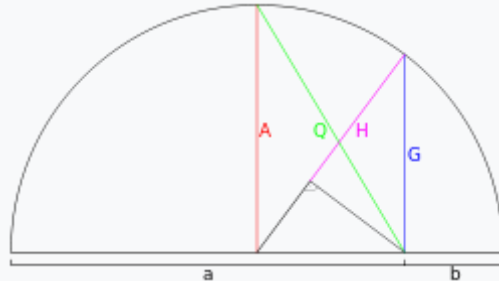
- Si  $r = 1$ , existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada *relación directa*: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.
- Si  $0 < r < 1$ , existe una correlación positiva.
- Si  $r = 0$ , no existe relación lineal. Pero esto no necesariamente implica que las variables son independientes: pueden existir todavía relaciones no lineales entre las dos variables.
- Si  $-1 < r < 0$ , existe una correlación negativa.
- Si  $r = -1$ , existe una correlación negativa perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables llamada *relación inversa*: cuando una de ellas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.

Varios grupos de puntos  $(x, y)$ , con el coeficiente de correlación para cada grupo. Nótese que la correlación refleja la no linealidad y la dirección de la relación lineal. En la figura del centro, la varianza de  $y$  es nula, por lo que la correlación es indeterminada.



## ANEXO N° 07

### Media armónica



Construcción geométrica para hallar las medias aritmética (A), cuadrática (Q), geométrica (G) y armónica (H) de dos números  $a$  y  $b$ .

La **media armónica** (designada usualmente mediante  $H$ ) de una cantidad finita de números es igual al recíproco, o inverso, de la media aritmética de los recíprocos de dichos valores y es recomendada para promediar velocidades.

Así, dados  $n$  números  $x_1, x_2, \dots, x_n$  la media armónica será igual a:

La media armónica resulta poco influida por la existencia de determinados valores mucho más grandes que el conjunto de los otros, siendo en cambio sensible a valores mucho más pequeños que el conjunto.

La media armónica no está definida en el caso de que exista algún valor nulo.

## Propiedades

1. La inversa de la media armónica es la media aritmética de los inversos de los valores de la variable.
2. Siempre se puede pasar de una media armónica a una media aritmética transformando adecuadamente los datos.
3. La media armónica siempre es menor o igual que la media aritmética, ya que para cualquier número real positivo :

## Ventajas

- Considera todos los valores de la distribución y en ciertos casos, es más representativa que la media aritmética.

## Desventajas

- La influencia de los valores pequeños y el hecho de que no pueda ser determinada en distribuciones con valores iguales a cero; por eso su empleo no es aconsejable en distribuciones donde existan valores muy pequeños.

Suele ser empleada para promediar velocidades, tiempos, rendimientos, etc.

## Curiosidades

---

La media armónica surge de manera natural al calcular el [índice de Paasche](#), uno de los [números índice](#) más comunes. Considérese una serie temporal que resulta de agregar el valor nominal de la producción o el gasto en mercancías. Para aislar cambios en cantidades de cambios en precios el índice de Laspeyres fija los precios del periodo anterior y compara el gasto hoy con los precios de ayer al gasto de ayer a al dejar los precios fijos, se interpreta que sólo refleja cambios en cantidades o reales. También se puede observar que se trata de una media donde el cambio en la cantidad de la mercancía aparece ponderada por el peso del gasto en esta mercancía sobre el gasto total.

El índice de Paasche, al revés, procede a dejar fijos los precios de hoy: compara el gasto hoy con el gasto de ayer si hubieran prevalecido los precios de hoy.

De esta definición no podemos obtener una media ponderada como antes. Sin embargo, si se considera la fórmula invertida ocurre que pero entonces esto es, el índice de Paasche resulta ser la media armónica de los cambios en cantidades en cada una de las mercancías.

# **GALERIA FOTOGRAFICA**

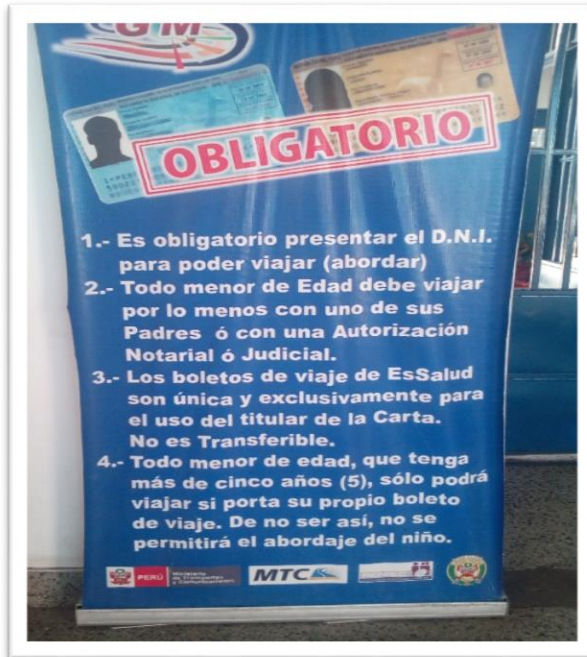


# FOTOGRAFÍAS Nº 01 FLOTA DE BUSES DE ETPOSA



## FOTOGRAFÍAS Nº 02

### AVISOS DE SEGURIDAD EN LAS EMPRESAS GYM Y TURISMO REAL



FOTOGRAFÍAS Nº 04  
LETREROS DE PUBLICIDAD EN ETPOSA



**FOTOGRAFÍA Nº 05**  
**AVISOS DE UPLIMIENTO DE NORMAS EN OTRAS EMPRESAS DE TRANSPORTES**  
**COMO BAHIA CONTINENTAL**

