

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA  
EMPRESA DE TRANSPORTE GM INTERNACIONAL -  
PUCALLPA, 2022**

Tesis para optar el título profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

CHRISTIAN MEDINA YAUN  
JHON ANDERSON MENDOZA ROSALES

PUCALLPA – PERÚ

2023



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**COMISION DE GRADOS Y TÍTULOS**

**“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”**



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Siendo las 4:00 pm. del día sábado 11 de noviembre del 2023, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Título de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Mg. Jonel Raul Manzano Mejía (Presidente)**, **Mg. Roger Lozano Ruiz (Miembro)**, y **Dr. Jackie Frank Chang Saldaña (Miembro)**.

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES GM INTERNACIONAL -PUCALLPA, 2022”**, por el/la/los Bachilleres en **Administración: Christian Medina Yaun y Jhon Anderson Mendoza Rosales, EN FORMA PRESENCIAL.**

Qué; según el Artículo 21º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Título de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

“La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

- Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
- Aprobado por unanimidad
- Aprobado por mayoría
- Desaprobado...”

El/la defensor (a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR UNANIMIDAD

Siendo las 8:00 am. del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

  
Mg. Jonel Raul Manzano Mejía  
Presidente

  
Mg. Roger Lozano Ruiz  
Miembro

  
Dr. Jackie Frank Chang Saldaña  
Miembro

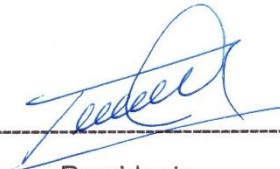


  
Mg. Olmedo Pizango Isuiza  
Secretario Académico

**APROBACIÓN Y FIRMA DE JURADO DE TESIS**

La presente Tesis fue aprobada por el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Mg. Jonel Raul Manzano Mejia



---

Presidente

Mg. Roger Lozano Ruiz



---

Miembro


Dr. Jackie Frank Chang Saldaña



---

Miembro

Dr. Lincoln Fritz Cachay Reyes



---

Asesor

Bach. Christian Medina Yaun



---

Tesista

Bach. Jhon Anderson Mendoza Rosales



---

Tesista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

# CONSTANCIA

## ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Nº V/0601-2023.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

**"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE GM INTERNACIONAL - PUCALLPA, 2022"**

Autor(es) : **MEDINA YAUN, CHRISTIAN**  
**MENDOZA ROSALES, JHON ANDERSON**

Facultad : **CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela : **ADMINISTRACIÓN**

Asesor(a) : **Dr. CACHAY REYES LINCOLN FRITZ**

Presenta un porcentaje de similitud de 10%, verificado en el Sistema Antiplagio URKUND/OURIGINAL, De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: **SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud**, procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma v sella el presente documento.

Fecha: 11/10/2023



Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA  
Director de Producción Intelectual



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

### Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, Christian Medina YauriAutor de la tesis titulada: "Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes OM Internacional - Pucallpa, 2022"Sustentada el año 2023Asesor(a): Dr. Lincoln Fritz Cachay ReyesFacultad: Ciencias Económicas, Administrativas y ContablesEscuela Profesional: Administración

Autorizo la publicación:

PARCIAL

TOTAL

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali ([www.repositorio.unu.edu.pe](http://www.repositorio.unu.edu.pe)), bajo los siguientes términos:

**Primero:** Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

**Segundo:** Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 31 / 05 / 2024Email: medimachristian0318@gmail.comFirma: Teléfono: 968924386DNI: 63405623



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, Jhon Anderson Mendoza Rosales

Autor de la tesis titulada: "Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes GM Internacional - Pucallpa, 2022"

Sustentada el año 2023

Asesor(a): Dr. Lincoln Fritz Cachay Reyes

Facultad: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Escuela Profesional: Administración

Autorizo la publicación:

PARCIAL

TOTAL

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali ([www.repositorio.unu.edu.pe](http://www.repositorio.unu.edu.pe)), bajo los siguientes términos:

**Primero:** Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

**Segundo:** Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 31 / 05 / 2024

Email: Mendoza.14.09.1999.23@gmail.com Firma: 

Teléfono: 916 632 372 DNI: 70944071

## DEDICATORIA

En primer lugar, agradecemos a Dios, por darnos la fuerza y voluntad que ha puesto en nosotros para llevar a cabo este proyecto hasta su completa culminación.

A nuestros familiares, quienes nos han enseñado el valor del trabajo, la dedicación y responsabilidad.

Y a todos nuestros amigos que de alguna manera me han demostrado su aprecio y me han dado ánimo para llevar a cabo este trabajo.

*Christian Medina y Jhon Mendoza*

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento a la Universidad Nacional de Ucayali por ser una institución que ha brindado la oportunidad de continuar mis estudios y llevar a término este paso en mi vida profesional

A la empresa de transporte GM INTERNACIONAL por facilitar el acceso a sus instalaciones, contactar, organizar y poner a disposición al personal del área de recaudación tributaria y poder realizar encuestas que ayudaron a desarrollar nuestra investigación para mi tesis.

Para finalizar, me gustaría agradecer a mi asesor, el Dr. Lincoln Fritz Cachay Reyes, quien nunca se dio por vencido, me brindo todas las indicaciones, dedicó su valioso tiempo para el desarrollo completo de mi tesis.



**ÍNDICE GENERAL**

DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.1.Descripción del problema .....	19
1.2.Formulación del problema .....	21
1.2.1. Problema general.....	21
1.2.2. Problemas específicos .....	21
1.3.Objetivos .....	22
1.3.1. Objetivo general.....	22
1.3.2. Objetivos específicos .....	22
1.4.Hipótesis.....	22
1.4.1. Hipótesis .....	22
1.5.Variables .....	23
1.6.Operacionalización de variables.....	25
1.7.Justificación.....	26
1.7.1. Justificación Teórica .....	26
1.7.2. Justificación Metodológica .....	26
1.7.3. Justificación Practica .....	26

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	27
2.1. Antecedentes de la problemática .....	27
2.1.1. Tesis internacionales .....	27
2.1.2. Tesis nacionales .....	28
2.1.3. Tesis locales .....	30
2.2. Bases teóricas del problema .....	30
2.2.1. Base teoría de la variable 1 Calidad de servicio .....	30
2.2.2. Base teórica de la variable 2 Satisfacción del cliente .....	33
2.3. Definición de términos básicos .....	35
CAPÍTULO III. MARCO METODOLOGICO .....	37
3.1. Método de investigación .....	37
3.2. Población y muestra .....	38
3.2.1. Población .....	38
3.2.2. Muestra .....	39
3.3. Instrumentos de recolección de datos .....	39
3.3.1. Técnicas .....	39
3.3.2. Instrumentos de recolección .....	40
3.3.3. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección .....	40
3.4. Procedimiento de recolección de datos .....	41
3.5. Tratamientos de los datos .....	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42

4.1. Análisis de resultados descriptivos.....	42
4.2. Prueba de normalidad .....	48
4.3. Prueba de hipótesis.....	48
4.4. Discusión de los resultados.....	51
CONCLUSIONES .....	56
SUGERENCIAS.....	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	59
ANEXOS.....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización. ....	25
<i>Tabla 2.</i> Población de la provincia de coronel Portillo.....	38
Tabla 3. Variable 1 Calidad de servicio & Variable 2 Satisfacción del cliente..	42
Tabla 4. Dimensión 1 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	43
Tabla 5. Dimensión 2 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	44
Tabla 6. Dimensión 3 Capacidad de respuesta & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	45
Tabla 7. Dimensión 4 Seguridad & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	46
Tabla 8. Dimensión 5 Fiabilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	47
Tabla 9. Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov. ....	48
Tabla 10. Correlación de Spearman de la hipótesis general. ....	48
Tabla 11. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 1. ....	49
Tabla 12. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 2. ....	49
Tabla 13. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 3. ....	50
Tabla 14. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 4. ....	50
Tabla 15. Correlación de Spearman de la hipótesis específica 5. ....	51

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Variable 1 Calidad de servicio & Variable 2 Satisfacción del cliente.	42
Figura 2. Dimensión 1 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.....	43
Figura 3. Dimensión 2 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.....	44
Figura 4. Dimensión 3 Capacidad de respuesta & Variable 2 Satisfacción del cliente. ....	45
Figura 5. Dimensión 4 Seguridad & Variable 2 Satisfacción del cliente.....	46
Figura 6. Dimensión 5 Fiabilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.....	47

**ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos .....	65
Anexo 2. Matriz de consistencia. ....	69

## RESUMEN

Nuestra investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, su hipótesis la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional - Pucallpa 2022, es directa y significativa; se desarrolló bajo el siguiente marco metodológico, su población estuvo conformada por el total de pobladores mayores de 18 años de la provincia de coronel portillo (346 993 unidades), su muestra el total de la muestra de estudio será 385 pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel Portillo, de tipo aplicada, nivel descriptivo, diseño Transeccional correlacional. Para la obtención de datos, se utilizaron dos herramientas para medir tanto la variable independiente que es calidad de servicio y la variable dependiente que es la satisfacción del cliente, utilizando la escala de Likert. Para los resultado el 34,8% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, determinaron que de calidad de servicios se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022; consideramos la hipótesis general en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.679 que es moderada y positiva, también p-valor ,000, entonces se concluye; La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Palabras claves: Calidad de servicio, Satisfacción del cliente y Fiabilidad.

## ABSTRACT

Our research had the general objective of determining the relationship between quality of services and customer satisfaction in the GM international transport company -Pucallpa, 2022, its hypothesis the relationship between quality of services and customer satisfaction in the GM international transport company -Pucallpa 2022, is direct and significant; It was developed under the following methodological framework, its population was made up of the total of residents over 18 years of age in the province of Colonel Portillo (346,993 units), its sample the total study sample will be 385 residents over 18 years of age from the province of Colonel Portillo, applied type, descriptive level, correlational transectal design. To obtain data, two tools were used to measure both the independent variable, which is service quality, and the dependent variable, which is customer satisfaction, using the Likert scale. For the results, 34.8% of the users, who are residents over 18 years of age in the province of Colonel Portillo, determined that the quality of services is regularly related to customer satisfaction in the transport company GM Internacional-Pucallpa. , 2022; We consider the general hypothesis in this table is confirmed using Spearman's Rho finding a correlation of 0.679 which is moderate and positive, also p-value .000, then it is concluded; The relationship between quality of services and customer satisfaction in the international GM transport company -Pucallpa 2022, is direct and significant.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction and Reliability.



## INTRODUCCIÓN

Actualmente, el transporte interprovincial es una actividad que sostiene la economía global, nacional y regional, como si fuera la columna vertebral del sistema económico, a través del movimiento de personas para trabajar, estudiar o visitar personas en diversos países. Debieron integrarse diferentes redes de transporte para permitir la movilización de la población y satisfacer diferentes necesidades Rojas (Citado por Moreno y Nieto 2020). Sin duda, el transporte es un medio que permite el desempeño de otras actividades laborales y promueve el desarrollo económico de las ciudades y países. Por ello, es muy importante que su calidad sea óptima y cumpla con los requisitos locales específicos del entorno empresarial y social.

En nuestro país existe una alta demanda por el uso del sector del transporte terrestre interestatal como principal medio alternativo de comunicación y transferencia. Así lo refleja uno de los informes del INEI (2019), donde el sector transporte terrestre aumentó un 19% de enero a junio, con una participación del 1,51%, y el general explica que se ha convertido en un medio de transporte popular. Eso es bastante crecimiento. Esto se debe a que la población de diversas ciudades está aumentando, generando la necesidad de unidades de transporte que puedan transportar pasajeros por motivos de trabajo, ocio y otros. El transporte de personas es esencial para fomentar el crecimiento económico de un país, ya que muchas de las personas son turistas y en algunos casos personas que necesitan viajar por motivos profesionales.

Como investigadores, reconocemos la necesidad de resolver este problema que día a día vive la sociedad y formulamos las siguientes preguntas: ¿Cuál es la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la

empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?, dando desarrollo a nuestro trabajo de investigación:

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según García (2017) En la actualidad vivimos globalmente, en el cual las entidades se enfocan por lograr la excelencia del servicio, así mismo se preocupan por investigar el comportamiento del mercado y poder determinar las expectativas con el fin de solucionar las insatisfacciones que este presenta, mejorando el servicio, porque los clientes cada vez más son exigentes y el compromiso con ellos es mayor, por esas razones las organizaciones deben de mejorar sus servicios para poder competir en el mercado. En américa del sur la contaminación ambiental se viene incrementando por la rápida urbanización de la población y los grandes movimientos de las industrias producidas en años recientes. De acuerdo con el diario El Día en el país de Argentina un organismo estatal fue multado a raíz de los reclamos de sus clientes a consecuencia de un servicio insatisfecho. Dada esta situación nos da a entender que no solo existen estos tipos de problemas en la actualidad empresarial peruana, sino que también a nivel de toda Latinoamérica. El Perú también posee este tipo de problemas y esto queda demostrado, en una investigación realizada por el diario gestión, quien afirma que el 91% de usuarios que no muestran satisfacción no regresarían a un negocio que les ha deparado mal experiencia, de estos un 78% no efectuaría compra alguna en dicho local, aun cuando hubiese previsto la compra de un producto; hecho que no es conveniente para la organización. El problema del servicio de transporte se agrava puesto que la empresa opta por incrementar su

inversión para poder brindar un mejor servicio; pero para ello necesita saber los factores que le permitan acrecentar la complacencia de los clientes. Asimismo, la problemática dada en la empresa TRANSPORTE S&R cuyo giro es el transporte de residuos sólidos y líquidos emitidos por empresa industriales, centros de salud, etc. Planea implementar más unidades, pero a la vez tiene el problema de la 14 incertidumbre con la aceptación o rechazo por parte de los clientes. Esta empresa tiene catorce años en el mercado y cuenta con unas políticas de crecimiento. La empresa está en búsqueda de mejorar su servicio y por consecuencia ser una empresa competitiva dentro del mercado. La calidad constituye vital importancia para las entidades tercerizadoras las cuales han comprendido que serían eficientes y direccionadas adecuadamente, lo que los llevaría a ser precisos y exactos en sus procesos, así como en la aptitud que muestran; sin embargo, ello no sería completo si no considera prioritario cubrir las expectativas de los clientes, por ser estos el motivo y motor de su existencia. Ante la problemática expuesta, se propone una investigación que mide el grado relacional que tiene la calidad de servicio con satisfacción de los clientes en TRANSPORTES S & R S.R.L, SANTA ANITA 2017 (pg.13 y 14)

De igual forma viene sucediendo en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022. Si bien es cierto los clientes en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa. en cuanto al 40% no brindan esa confianza que necesita el cliente, y es bastante preocupante las expectativas que tienen de los trabajadores, tal es así que 50% manifiesta que hay mal manejo y cuidado de los usuarios, igualmente el 60% afirma

que no se siente satisfecho con el buen manejo y cuidado del cliente ya que cuentan con personales capacitados pero no brindan esa satisfacción que se requiere la cual afecta directamente a los clientes y trabajadores de la empresa de transporte, por ello se realiza la presente investigación.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema general**

- ¿Cuál es la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es la relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?
- ¿Cuál es la relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?
- ¿Cuál es la relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?
- ¿Cuál es la relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?
- ¿Cuál es la relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?

### 1.3. OBJETIVOS

#### 1.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

#### 1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.
- Demostrar la relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.
- Comparar la relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.
- Definir la relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.
- Explicar la relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.

### 1.4. HIPÓTESIS

#### 1.4.1. Hipótesis

##### 1.4.1.1. Hipótesis general

- La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

#### 1.4.1.2. Hipótesis específicas

- La relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.
- La relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.
- La relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.
- La relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.
- La relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

### 1.5. VARIABLES

#### 1.5.1. Variable 1 Comunicación asertiva

##### - Definición conceptual

Según Mateos (2019) Calidad de servicio es un conglomerado de acciones que aplican las entidades para atender los requerimientos y expectativas de los clientes y así ofertarles servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el cliente se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido.

- Definición operacional

La calidad de servicio se evaluó mediante el cuestionario de calidad de servicio que está compuesto por cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

1.5.2. Variable 2 Productividad

- Definición conceptual

Por lo mismo Thompson (2019) describe que, en el mundo globalizado actual, lograr la satisfacción de los clientes es requisito para ocupar un lugar en las mentes de los clientes y por lo tanto en el comercio.

- Definición operacional

La satisfacción del cliente se evaluó mediante el cuestionario de satisfacción del cliente que está compuesto por tres dimensiones: Confianza, expectativas, rendimiento percibido.



## 1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Calidad de servicio	Según Mateos (2019) Calidad de servicio es un conglomerado de acciones que aplican las entidades para atender los requerimientos y expectativas de los clientes y así ofertarles servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el cliente se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido.	La calidad de servicio se evaluó mediante el cuestionario de calidad de servicio que está compuesto por cinco dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Tangibilidad	- Equipos - Instalaciones físicas - Personal - Materiales
			Fiabilidad	- Promesa - Eficiencia - Eficacia
			Capacidad de respuesta	- Comunicación - Disposición - Agilidad
			Seguridad	- Confianza - Cortesía - Habilidad
			Empatía	- Atención - Necesidad - Comprensión
Variable 2: Satisfacción del cliente	Por lo mismo Thompson (2019) describe que, en el mundo globalizado actual, lograr la satisfacción de los clientes es requisito para ocupar un lugar en las mentes de los clientes y por lo tanto en el comercio.	La satisfacción del cliente se evaluó mediante el cuestionario de satisfacción del cliente que está compuesto por tres dimensiones: Confianza, expectativas, rendimiento percibido.	Confianza	- Experiencia - Fidelidad
			Expectativa	- Beneficios - Promociones
			Rendimiento percibido	- Innovación en el servicio - Medios de transporte

Fuente: (Moreno y Pastor, 2020)

## **1.7. JUSTIFICACIÓN**

### **1.7.1. Justificación Teórica**

La justificación teórica supone que esta investigación contribuirá a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, particularmente en una población que utiliza servicios de transporte GM INTERNACIONAL, reafirmando teorías preexistentes. Dado que se concentra en comprender la satisfacción, también tiene relevancia social del cliente que utiliza el transporte terrestre.

### **1.7.2. Justificación Metodológica**

De manera similar, la justificación metodológica es que este estudio puede actuar como base para otros estudios que tengan como objetivo mejorar y brindar calidad en sus servicios en beneficio de la sociedad.

### **1.7.3. Justificación Práctica**

El estudio se realizó en una población específica, los residentes de Pucallpa, quienes son representativos de muchas personas en la nación. El estudio estuvo relacionado con la calidad de servicio y satisfacción del cliente brindado por la empresa de transporte GM INTERNACIONAL, y también tuvo en cuenta que se trataba de un servicio básico que los consumidores tenían una gran necesidad. Con este entendimiento, el estudio producirá los resultados deseados y apoyará a la institución para que sus autoridades tomen decisiones.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA PROBLEMÁTICA

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Orejuela (2017), ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS, USUARIOS DE LOS RESTAURANTES DE LA CALLE CHARLES BINFORD, EN SANTA CRUZ – GALÁPAGOS, tuvo como conclusión:

Los resultados obtenidos fueron lamentables ya que los clientes manifestaron que el personal que los atiende no están capacitado y además existen tardanza en la entrega de los pedidos. Por tal razón se plantea un plan de capacitación, basados en talleres demostrativos a fin de mejorar la calidad del servicio y el desarrollo de económico de estos lugares. (p. xvi).

Vega (2017), en su informe final titulado “La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares - CCICEV”, tuvo como conclusión:

Que el restaurante Blanca de la ciudad de Piura, ofrece un servicio un tipo de servicio y atención de calidad se relaciona que un cliente esté satisfecho. Como recomendación es necesario hacer un seguimiento de los factores que se relacionan en la satisfacción del

cliente, mediante un procedimiento de sus quejas y sugerencias. (p. vii)

Quizhpe (2022), en su tesis Análisis de la calidad del servicio al cliente interno-externo y propuesta de modelo de gestión de la calidad para el área de admisión de laboratorio clínico del hospital Isidro Ayora de Loja, tuvo como conclusión:

Evidenciando que, el 36,8% de usuarios externos tienen una actitud muy favorable con relación al servicio brindado por la institución, mientras que el 43,8% de usuarios internos manifestaron tener una actitud favorable con la atención recibida. Ante estos resultados, y en base a las observaciones y recomendaciones de los usuarios se desarrolló una propuesta de modelo de gestión de la calidad para el área de admisión, el producto final fue impreso y entregado a la institución estudiada para su revisión y posible implementación siempre y cuando la organización así lo decida. (p. 2)

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Centeno (2022), en su tesis de grado Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022, tuvo como conclusión:

Que existe relación significativa entre calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla Cusco, lo cual se evidencia a partir de la prueba de hipótesis para la correlación de Spearman, en la que se obtuvo el

valor de 0.704, valor que muestra una correlación alta y directa entre dichas variables. (p. vi)

Hurtado (2021), en su tesis Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del Restaurant Blanca en el distrito de Piura, 2021, tuvo como conclusión:

Que el restaurante Blanca de la ciudad de Piura, ofrece un servicio de calidad, destacando el atributo de sus productos, el precio y calidad del servicio. También se encontró bastante satisfacción por los servicios que ofrece dicho restaurante. Otro de los resultados importantes es la relación significativa (Sig. <0.05) que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. (p. 6)

Moreno y Nieto (2020), en su tesis Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Pamelita S.A.C. Trujillo – 2020, tuvo como conclusión:

En la calidad de servicio un 63% de los clientes, considera un nivel alto y un 38% que representa un nivel regular, en la satisfacción del cliente el rendimiento obtenido es de un 81% considerándose un nivel alto, donde el 19% un nivel regular. Al analizar la relación entre las variables mediante la prueba de correlación de Pearson, en donde se obtuvo un valor de 0.579 y un valor p 0.00 lo cual demuestra que, si existe relación entre las dos variables, la empresa se preocupa por mantener una buena calidad en base a su servicio y los clientes se encuentren satisfechos de sus servicios, ya que las variables están correlacionadas. (p. vi)

Cortez (2017), en su trabajo titulado La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Tharina Perú Tours, San Martín de Porres, 2017, concluyo que:

Demuestran que las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente se relacionan significativamente. (p.x)

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Pérez (2022), en su tesis “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IPARIA 2021”, concluyo que:

Si hay una alta relación entre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la municipalidad distrital de Iparía, se determina que la Calidad si se relaciona con la satisfacción de usuarios. (p.x)

## **2.2. BASES TEÓRICAS DEL PROBLEMA**

### **2.2.1. Base teoría de la variable 1 Calidad de servicio**

#### **2.2.1.1. Definición de la Calidad de servicio**

Según Mateos (2019) Calidad de servicio es un conglomerado de acciones que aplican las entidades para atender los requerimientos y expectativas de los clientes y así ofertarles servicios rápidos, acordes, oportunos, seguros y confiables, de modo que el cliente se sienta entendido, atendido y valorado, incluso sorprendido.

De igual manera, Carhuapoma y Caro (2019) argumenta, cuando la calidad de un servicio mejora la

empresa también mejora y por lo tanto surge un mejor valor económico, social y de imagen empresarial”.

#### 2.2.1.2. Dimensiones de la Calidad de servicio

Cortez (2017) define que, para fines de investigación analizaremos las dimensiones que aparecen en el modelo SERVQUAL acerca de la calidad de servicio; este modelo fue el óptimo para ser aplicado en el presente trabajo de investigación, ya que se desea analizar a profundidad las comparaciones entre las percepciones y expectativas que los clientes tienen sobre el servicio ofrecido:

##### - Dimensión 1 Tangible

Zeithaml, Berry y Parasuraman (Cortez, 2017) nos definen los elementos tangibles como aquellos elementos (instalaciones) de una empresa que causan percepción y satisfacción del cliente (p. 25).

Vargas y Aldana (2014) nos definen esta dimensión como la apariencia que tienen las instalaciones de una organización; estas se pueden establecer mediante los equipos, los materiales para la comunicación, las oficinas, entre otras (p.203)

##### - Dimensión 2 Fiabilidad

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (Cortez, 2017) la fiabilidad es la habilidad para realizar el servicio de forma cuidadosa y fiable, con la finalidad que el cliente se sienta satisfecho (p.33).

Por otro lado, Vargas y Aldana (2014) nos define la dimensión fiabilidad como la capacidad para brindar un servicio prometido en forma precisa y digna de confianza (p.203).

- Dimensión 3 Capacidad de respuesta

Para Zeithaml, Berry y Parasuraman (Cortez, 2017) la capacidad de respuesta se refiere a la actitud con la que los empleados de una empresa responden ante un problema que pueda suscitarse con el cliente (p. 33).

Vargas y Aldana (2014) nos explican que la capacidad de respuesta es la buena disposición que tenga el empleado al momento de ayudar al cliente, con el fin de proporcionarles un servicio de calidad (p.203).

- Dimensión 4 Seguridad

Vargas y Aldana (2014) nos definen la dimensión seguridad como el conocimiento y cortesía que tienen los empleados, así como su capacidad para transmitir confianza y seguridad. La seguridad es uno de los factores que engloba la calidad de servicios, este se puede definir como el conocimiento mostrado por los empleados mediante sus habilidades o actitudes que inspiren credibilidad y confianza del cliente a la hora de adquirir un servicio (p.203).

- Dimensión 5 Empatía



Para Zeithaml, Berry y Parasuraman (1994) la dimensión empatía se define como el estado de ánimo que demuestra la persona al momento de brindar un servicio; el compromiso y el deseo de comprender las necesidades, gustos, y deseos del cliente (p. 203). De tal manera, Vargas y Aldana (2014) también nos explican que la dimensión empatía es capacidad cognitiva de percibir y entender los sentimientos de otros (p.203).

## **2.2.2. Base teórica de la variable 2 Satisfacción del cliente**

### **2.2.2.1. Definición de Satisfacción del cliente**

Para Kotler (Citado por Cortez, 2017) Hoy en la actualidad, la satisfacción es un tema de gran interés para los profesionales de las diversas áreas; quienes consideran que la satisfacción es el foco central en el diseño de campañas de difusión y publicidad de una 35 marca. La historia de la satisfacción surge a partir del marketing; ya que esta apunta a identificar las necesidades insatisfechas que hay en el mercado, con el fin de ofrecerle al cliente lo que el realmente desea (Kotler, 2013, p.10)

Por lo mismo Thompson (2019) describe que, en el mundo globalizado actual, lograr la satisfacción de los clientes es requisito para ocupar un lugar en las mentes de los clientes y por lo tanto en el comercio.

### 2.2.2.2. Dimensiones de la Productividad

Para fines de estudio, analizaremos tres dimensiones que aparecen en las teorías acerca de la satisfacción; conformado por:

#### -Dimensión 1 Confianza

Para Kotler (Citado por Cortez 2017) La confianza es la creencia de que la otra parte realizará acciones que tendrán resultados positivos, que están ligadas a la fidelidad y lealtad; sin confianza no existe posibilidad de fidelidad ni lealtad (Kotler, 2012, p.41).

Y de acuerdo con Nielsen's customized services (2015) revela que la confianza del cliente se obtiene a través de las recomendaciones de otros clientes, ya que ellos son la fuente de información más confiable para el nuevo cliente (Citado por Cortez, 2017).

#### - Dimensión 2 Expectativas

Centeno (2022) define que las expectativas, está referido a la respuesta del cliente ante el servicio o producto consumido y se relaciona a cuatro aspectos: primero si la empresa cumple con promesas y beneficios que ofertó, segundo, algunas experiencias que tuvo el cliente, tercero, la opinión del entorno, familia, socios u otros y, por último, la competencia hace su parte al ofrecer algunos beneficios.

#### - Dimensión 3 Rendimiento percibido

Centeno (2022) define que el rendimiento percibido, está relacionado al valor que da el cliente hacia lo que ha conseguido, tras haber adquirido un servicio o producto, se caracteriza por darle el valor a lo recibido desde la percepción como cliente y no como entidad, está basado en el efecto que obtuvo del servicio y es influenciado también por la opinión de otros clientes, además que depende del estado emocional que en el momento atraviesa.

### **2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

- Organizacional: Es una asociación de personas que se relacionan entre sí y utilizan recursos de diversa índole con el fin de lograr determinados objetivos o metas. (Roldán, 2017)

- Estrategia: La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. (Westreicher, 2022)

- Percepciones: Es la acción y efecto de percibir. En este sentido, el término percepción hace alusión a las impresiones que puede percibir un individuo de un objeto a través de los sentidos (vista, olfato tacto, auditivo y gusto) (Significados.com 2022)

- Calidad: Capaquira (2019) menciona que es una situación que se da tanto en entidades públicas como privadas, puesto que ambas tienen la obligación de brindar calidad de servicio con tendencia a mejorar cada vez más, debiendo ser manejada con responsabilidad, pues es compleja con ello generar bienestar en el cliente.

- Rendimiento percibido: Según Mateos (2019) está relacionado al valor que da el cliente hacia lo que ha conseguido, tras haber adquirido un servicio o producto, se caracteriza por darle el valor a lo recibido desde la percepción como cliente y no como entidad, está basado en el efecto que obtuvo del servicio y es influenciado también por la opinión de otros clientes, además que depende del estado emocional que en el momento atraviesa.

- Expectativas: Según Mateos (2019) Expectativas, está referido a la respuesta del cliente ante el servicio o producto consumido y se relaciona a cuatro aspectos: primero si la empresa cumple con promesas y beneficios que ofertó, segundo, algunas experiencias que tuvo el cliente, tercero, la opinión del entorno, familia, socios u otros y, por último, la competencia hace su parte al ofrecer algunos beneficios.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

##### 3.1.1. Tipo de investigación

La investigación será tipo aplicada, según Flores & Zepeda (citado en Maguiña, 2018) define a la investigación aplicada como que “Este tipo de investigación también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico” (p.38).

##### 3.1.2. Nivel de investigación

Hernández (citado en Florez & Choque, 2022) La investigación es de nivel descriptivo, nos indica que “Los estudios descriptivos especifican las propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p.22).

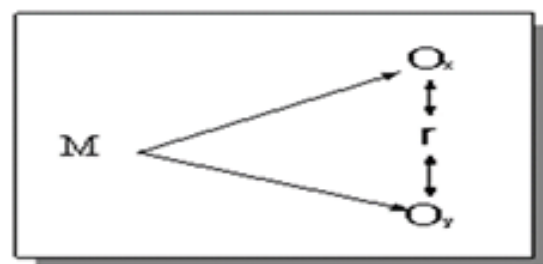
##### 3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es transeccional correlacional, Yrigoyen (2019) menciona que el nivel nos permite medir el grado de relación que existe entre la variable independiente de la calidad en el servicio y su incidencia con la variable dependiente satisfacción de los clientes.

El estudio correlacional busca encontrar el grado de asociación que existe entre las variables, es decir: “este tipo de investigación tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular. (p53).

### Figura 1

*Esquema de la investigación*



Donde:

M: Muestra, calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa GM Internacional-Pucallpa, 2022.

V1: Variable calidad de servicio

V2: Variable satisfacción del cliente

r: correlación entre variables

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. Población

Será el total pobladores mayores de 18 años de la provincia de coronel Portillo, así:

*Tabla 2.* Población de la provincia de coronel Portillo.

Población total de la Provincia de coronel Portillo.	Población de estudio (Población mayores de 18 años)
447 733	346 993

### 3.2.2. Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra de la presente investigación, se utilizará la fórmula del muestreo aleatorio simple, así:

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

Donde:

Población (N)	: 346 939
Nivel de confiabilidad al	: 95%
Valor de la distribución (z)	: 1.96
Margen de error (e)	: 0.05
Porcentaje de aceptación (p)	: 0.5
Porcentaje de no aceptación (q)	: 0.5

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)(346939)}{(0,05)^2(346939 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 386$$

El total de la muestra de estudio será 385 pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel Portillo.

## 3.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 3.3.1. Técnicas

La técnica de estudio será la encuesta que ayudará a recolectar los datos sobre las variables de estudio. De acuerdo con Gosgot y Canta (2019), técnica elaborada por el investigador quien

otorga la rigurosidad y confiabilidad, de modo que la información obtenida sea referente de la población examinada.

### **3.3.2. Instrumentos de recolección**

Este estudio usará como instrumento de recolección el cuestionario. Hernández, Fernández, y Baptista, (Citado por Gosgot y Canta, 2019), preciso que un cuestionario consta de un conjunto de ítems propuestos en manera de declaraciones o juicios; antes de eso, se pide al sujeto que responda.

Para medir la variable 1 Calidad de servicio se usará un cuestionario que constará de 15 ítems, 5 por cada dimensión y serán medidos con escalas de puntuación de Siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

Para medir la variable 2 Satisfacción del cliente se usará un cuestionario que constará de 20 ítems, 4 por cada dimensión y serán medidos con escalas de puntuación de Siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

### **3.3.3. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección**

Para la validez de los cuestionarios se empleará la ficha de juicio de expertos. Se señala asimismo verificar la capacidad de la recolección de datos, es necesario verificar la medición de variables y desarrollar una serie de proyectos para medir variables y sus dimensiones. Para la confiabilidad de los instrumentos se realizará con el alfa de Cronbach.



### **3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Cadena Lñiguez (Citado en Hidalgo, 2019) define que se utilizará la técnica de encuesta para recabar información relevante sobre la calidad del servicio y satisfacción al cliente que la empresa está brindando al cliente. Para detallan que las encuestas son un método ampliamente utilizado en el área investigativa, para recabar información de un grupo de personas sobre temas específicos. Además, lo consideran como una técnica donde se interroga de forma verbal, escrita o en forma digital gracias a la tecnología (p.41).

### **3.5. TRATAMIENTOS DE LOS DATOS**

La información se procesará en el programa Excel, para cual se creará una base de datos de la variable, diseñado por dimensiones, ítems y opciones de respuesta, Los datos serán presentados en tablas de frecuencias y figuras extraídas del Programa Excel, las mismas que mostrarán el nivel de variables y dimensiones. Igualmente se presentará en tablas extraídas del Programa Estadístico SPSSv26, las mismas que mostrarán la relación entre variables y dimensiones , el nivel de variables se determinará a través de la escala de clima organizacional (EDCO), luego de determinar el número de ítems de las encuestas por variable y el coeficiente de correlación se determinará luego de realizar la prueba de normalidad de las variables, puede resultar paramétrica (coeficiente Estadístico de Pearson) o no Paramétrica (coeficiente Rho de Spearman).

## CAPÍTULO IV

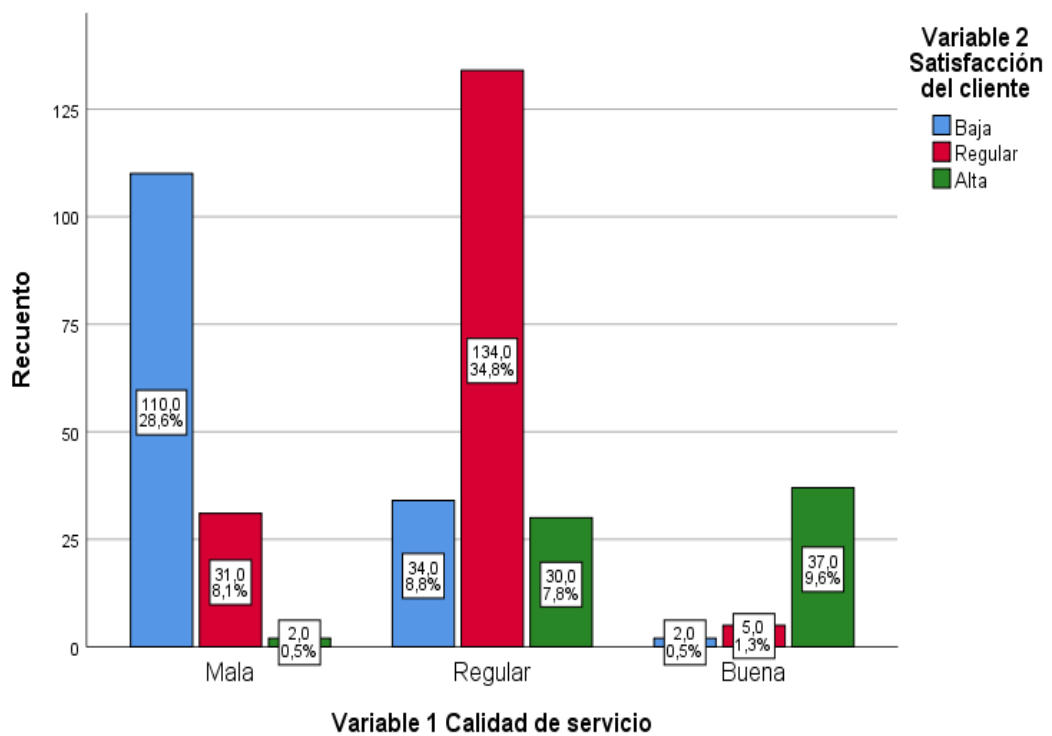
### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Tabla 3. Variable 1 Calidad de servicio & Variable 2 Satisfacción del cliente.

		Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Variable 1 Calidad de servicio	Mala	Recuento	110	31	2	143
		% del total	28,6%	8,1%	0,5%	37,1%
	Regular	Recuento	34	134	30	198
		% del total	8,8%	34,8%	7,8%	51,4%
	Buena	Recuento	2	5	37	44
		% del total	0,5%	1,3%	9,6%	11,4%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0 %	

Figura 1. Variable 1 Calidad de servicio & Variable 2 Satisfacción del cliente.



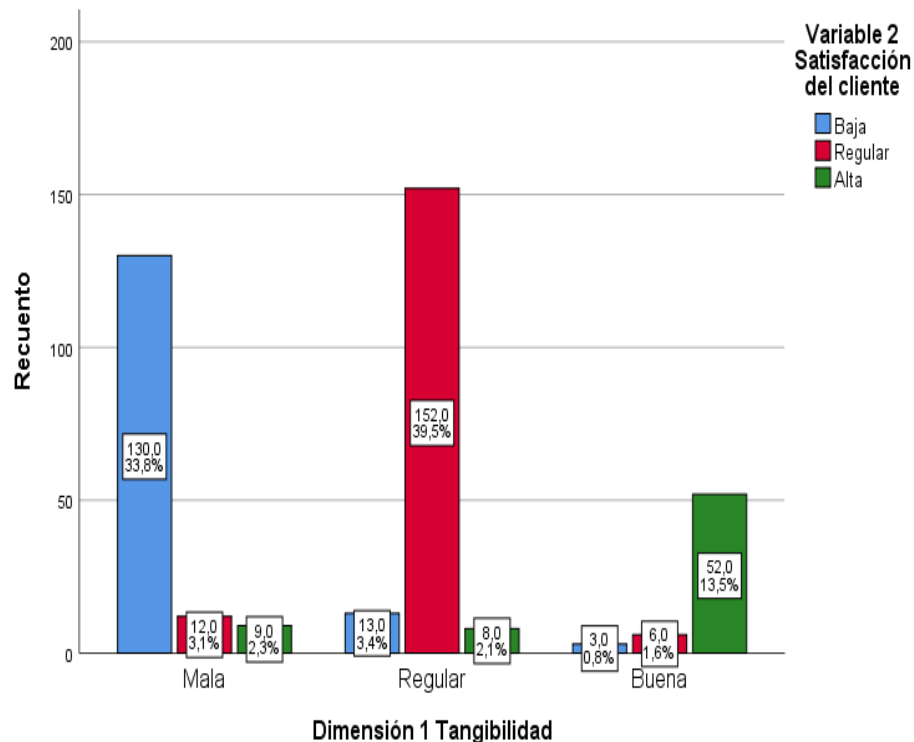
Interpretación:

El 34,8% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, determinaron que de calidad de servicios se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

Tabla 4. *Dimensión 1 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*

		Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Dimensión 1 Tangibilidad	Mala	Recuento	130	12	9	151
		% del total	33,8%	3,1%	2,3%	39,2%
	Regular	Recuento	13	152	8	173
		% del total	3,4%	39,5%	2,1%	44,9%
	Buena	Recuento	3	6	52	61
		% del total	0,8%	1,6%	13,5%	15,8%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0%	

Figura 2. *Dimensión 1 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*



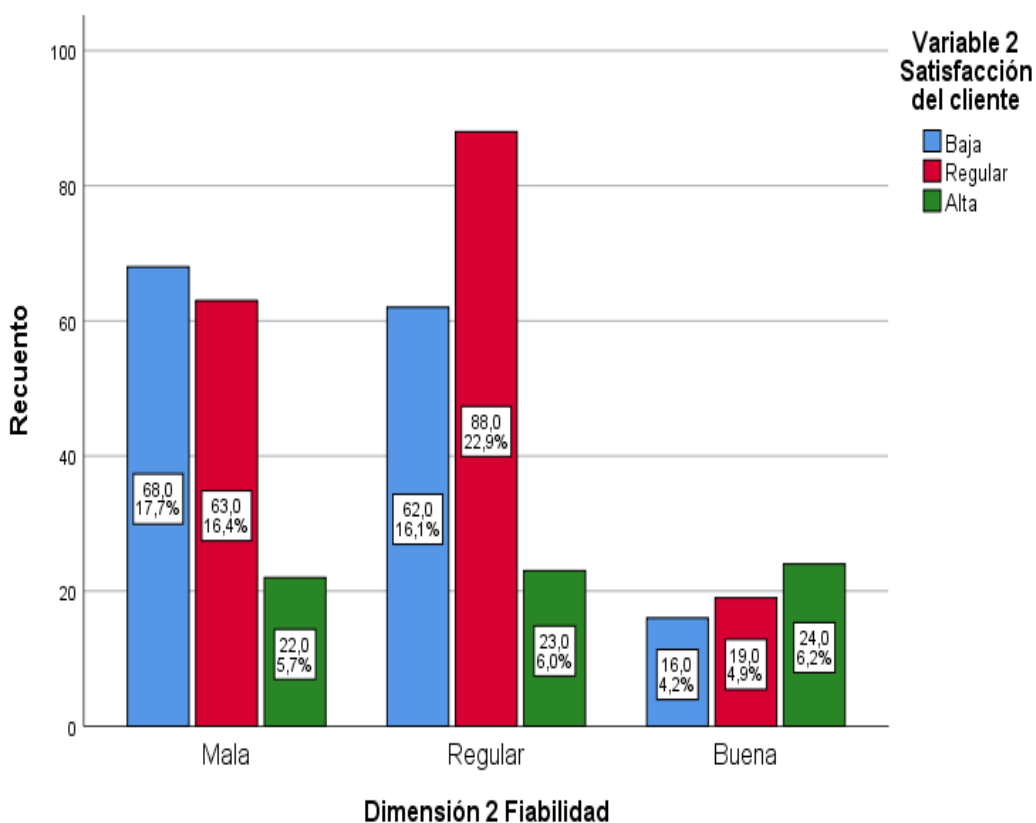
### Interpretación:

El 39,5% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, determinaron que la tangibilidad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

Tabla 5. *Dimensión 2 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*

		Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Dimensión 2 Fiabilidad	Mala	Recuento	68	63	22	153
		% del total	17,7%	16,4%	5,7%	39,7%
	Regular	Recuento	62	88	23	173
		% del total	16,1%	22,9%	6,0%	44,9%
	Buena	Recuento	16	19	24	59
		% del total	4,2%	4,9%	6,2%	15,3%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0 %	

Figura 3. *Dimensión 2 Tangibilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*



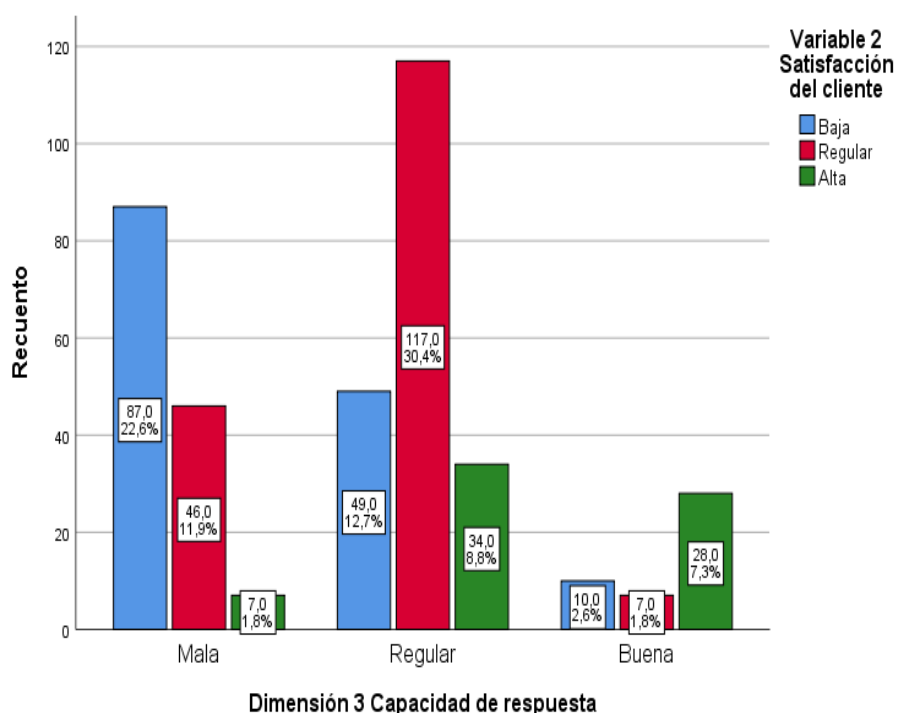
Interpretación:

El 22,9% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, demostraron que la fiabilidad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

Tabla 6. *Dimensión 3 Capacidad de respuesta & Variable 2 Satisfacción del cliente.*

		Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Dimensión 3 Capacidad de respuesta	Mala	Recuento	87	46	7	140
		% del total	22,6%	11,9%	1,8%	36,4%
	Regular	Recuento	49	117	34	200
		% del total	12,7%	30,4%	8,8%	51,9%
	Buena	Recuento	10	7	28	45
		% del total	2,6%	1,8%	7,3%	11,7%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0 %	

Figura 4. *Dimensión 3 Capacidad de respuesta & Variable 2 Satisfacción del cliente.*



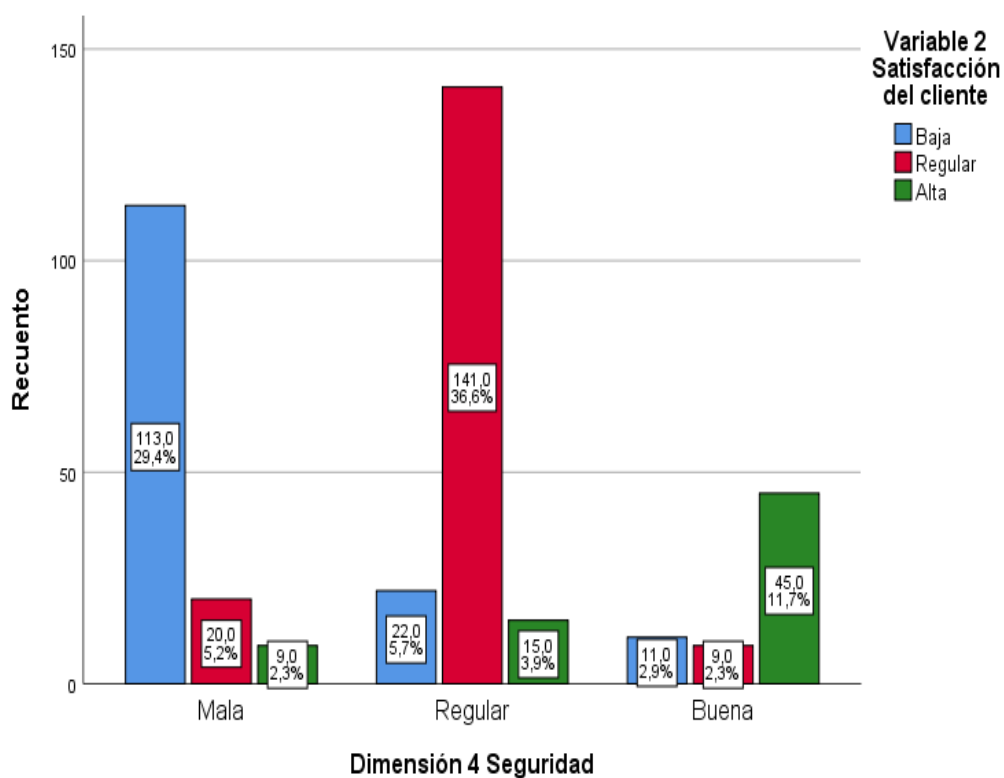
Interpretación:

El 30,4% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, demostraron que la capacidad de respuesta se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

Tabla 7. *Dimensión 4 Seguridad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*

		/Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Dimensión 4 Seguridad	Mala	Recuento	113	20	9	142
		% del total	29,4%	5,2%	2,3%	36,9%
	Regular	Recuento	22	141	15	178
		% del total	5,7%	36,6%	3,9%	46,2%
	Buena	Recuento	11	9	45	65
		% del total	2,9%	2,3%	11,7%	16,9%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0%	

Figura 5. *Dimensión 4 Seguridad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*



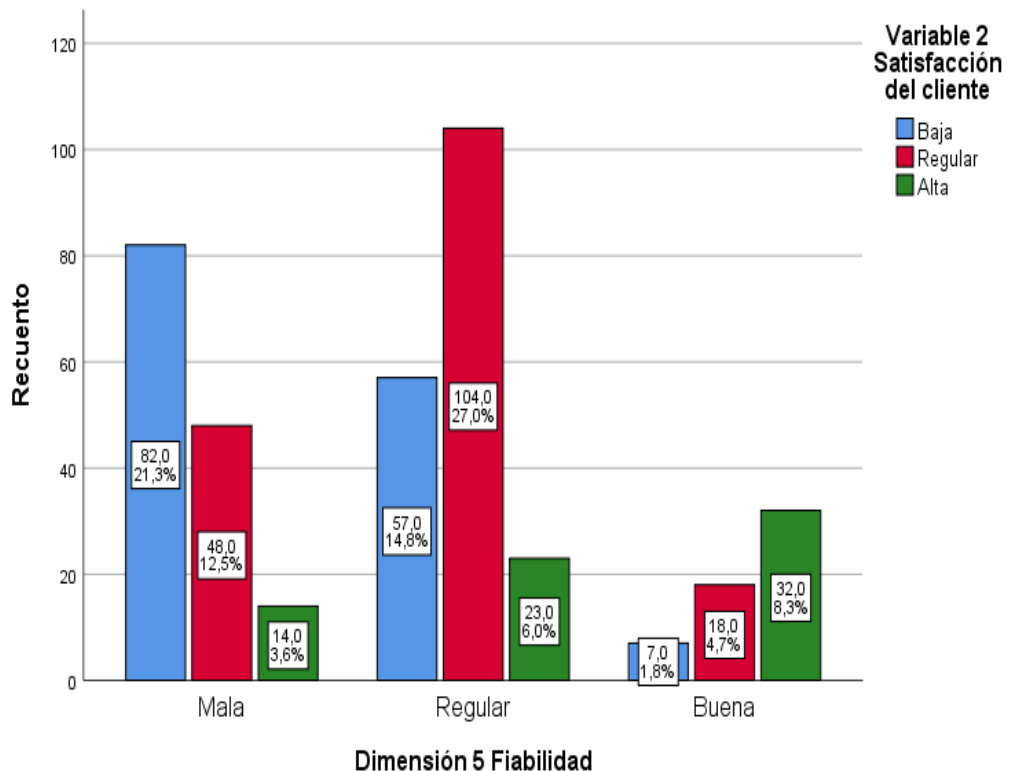
Interpretación:

El 36,6% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, definieron que la seguridad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

Tabla 8. *Dimensión 5 Fiabilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*

		/Variable 2 Satisfacción del cliente			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Dimensión 5 Fiabilidad	Mala	Recuento	82	48	14	144
		% del total	21,3%	12,5%	3,6%	37,4%
	Regular	Recuento	57	104	23	184
		% del total	14,8%	27,0%	6,0%	47,8%
	Buena	Recuento	7	18	32	57
		% del total	1,8%	4,7%	8,3%	14,8%
Total	Recuento	146	170	69	385	
	% del total	37,9%	44,2%	17,9%	100,0 %	

Figura 6. *Dimensión 5 Fiabilidad & Variable 2 Satisfacción del cliente.*



Interpretación:

El 27 % de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, explicaron que la empatía se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.

#### 4.2. PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 9. *Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov.*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión 1 Tangibilidad	,254	385	,000
Dimensión 2 Fiabilidad	,257	385	,000
Dimensión 3 Capacidad de respuesta	,285	385	,000
Dimensión 4 Seguridad	,243	385	,000
Dimensión 5 Fiabilidad	,255	385	,000
Variable 1 Calidad de servicio	,283	385	,000
Variable 2 Satisfacción del cliente	,246	385	,000

Interpretación:

Luego de obtener la prueba de normalidad que se visualizan en la tabla anterior Sig. menores que 0,05; lo que nos llevó a tomar como decisión que se va a utilizar de forma segura la prueba de correlación de Spearman para contrastar las hipótesis.

#### 4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Tabla 10. *Correlación de Spearman de la hipótesis general.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Variable 1	Rho de contraste	,679
Calidad de servicio	Sig. (bilateral) o p-valor	,000
	N o total de la muestra	385



Interpretación:

Consideramos la hipótesis general en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.679 que es moderada y positiva, también p-valor ,000, entonces se concluye; La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Tabla 11. *Correlación de Spearman de la hipótesis específica 1.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Dimensión 1 Tangibilidad	Rho de contraste	,782
	Sig. (bilateral) o p-valor	,000
	N o total de la muestra	385

Interpretación:

Consideramos la hipótesis específica 1 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.782 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Tabla 12. *Correlación de Spearman de la hipótesis específica 2.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Dimensión 2 Fiabilidad	Rho de contraste	,165
	Sig. (bilateral) o p-valor	,001
	N o total de la muestra	385

Interpretación:

Consideramos la hipótesis específica 2 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.165 que

es positiva y baja, también una p-valor ,001 entonces se concluye; La relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Tabla 13. *Correlación de Spearman de la hipótesis específica 3.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Dimensión 3 Capacidad de respuesta	Rho de contraste	,432
	Sig. (bilateral) o p-valor	,000
	N o total de la muestra	385

Interpretación:

Consideramos la hipótesis específica 3 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.432 que es moderada y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Tabla 14. *Correlación de Spearman de la hipótesis específica 4.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Dimensión 4 Seguridad	Rho de contraste	,632
	Sig. (bilateral) o p-valor	,000
	N o total de la muestra	385

Interpretación:

Consideramos la hipótesis específica 4 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.632 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

Tabla 15. *Correlación de Spearman de la hipótesis específica 5.*

Correlación entre variables		Variable 2 Satisfacción del cliente
Dimensión 5 Fiabilidad	Rho de contraste	,382
	Sig. (bilateral) o p-valor	,000
	N o total de la muestra	385

Interpretación:

Consideramos la hipótesis específica 5 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.382 que es baja y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

#### 4.4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Obtuvimos los siguientes resultados con respecto a los objetivos, El 34,8% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, determinaron que de calidad de servicios se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo general; El 39,5% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, determinaron que la tangibilidad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo específico 1; El 22,9% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, demostraron que la fiabilidad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo

específico 2; El 30,4% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, demostraron que la capacidad de respuesta se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo específico 3; El 36,6% de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, definieron que la seguridad se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo específico 4; El 27 % de los usuarios, que vienen siendo los pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel portillo, explicaron que la empatía se relaciona con satisfacción del cliente regularmente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022, el objetivo específico 5. Los que debatimos con los siguientes estudios Orejuela (2017), ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS, USUARIOS DE LOS RESTAURANTES DE LA CALLE CHARLES BINFORD, EN SANTA CRUZ – GALÁPAGOS, tuvo como conclusión los resultados obtenidos fueron lamentables ya que los clientes manifestaron que el personal que los atiende no están capacitado y además existen tardanza en la entrega de los pedidos. Por tal razón se plantea un plan de capacitación, basados en talleres demostrativos a fin de mejorar la calidad del servicio y el desarrollo de económico de estos lugares; Vega (2017), en su informe final titulado “La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e

Investigación en Control de Emisiones Vehiculares - CCICEV”, tuvo como conclusión que el restaurante Blanca de la ciudad de Piura, ofrece un servicio un tipo de servicio y atención de calidad se relaciona que un cliente esté satisfecho. Como recomendación es necesario hacer un seguimiento de los factores que se relacionan en la satisfacción del cliente, mediante un procedimiento de sus quejas y sugerencias, y por ultimo Moreno y Nieto (2020), en su tesis Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Pamelita S.A.C. Trujillo – 2020, tuvo como conclusión en la calidad de servicio un 63% de los clientes, considera un nivel alto y un 38% que representa un nivel regular, en la satisfacción del cliente el rendimiento obtenido es de un 81% considerándose un nivel alto, donde el 19% un nivel regular. Al analizar la relación entre las variables mediante la prueba de correlación de Pearson, en donde se obtuvo un valor de 0.579 y un valor p 0.00 lo cual demuestra que, si existe relación entre las dos variables, la empresa se preocupa por mantener una buena calidad en base a su servicio y los clientes se encuentren satisfechos de sus servicios, ya que las variables están correlacionadas.

Así mismo para las hipótesis de estudio, consideramos la hipótesis general en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.679 que es moderada y positiva, también p-valor ,000, entonces se concluye; La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional - Pucallpa 2022, es directa y significativa, respondiendo la hipótesis general; Consideramos la hipótesis específica 1 en esta tabla es confirmada

utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.782 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa, respondiendo la hipótesis específica 1; Consideramos la hipótesis específica 2 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.165 que es positiva y baja, también una p-valor ,001 entonces se concluye; La relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa, respondiendo la hipótesis específica 2; Consideramos la hipótesis específica 3 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.432 que es moderada y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa, respondiendo la hipótesis específica 3; Consideramos la hipótesis específica 4 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.632 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa; respondiendo la hipótesis específica 4, Consideramos la hipótesis específica 5 en esta tabla es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.382 que es baja y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa

de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa, respondiendo la hipótesis específica 5.

Estos resultados fueron discutidos y comparados con el estudio Cortez (2017), en su trabajo titulado La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Tharina Perú Tours, San Martín de Porres, 2017, concluyó que demuestran que las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente se relacionan significativamente; Pérez (2022), en su tesis "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IPARÍA 2021", concluyó que si hay una alta relación entre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la municipalidad distrital de Iparía, se determina que la Calidad si se relaciona con la satisfacción de usuarios, y por último Quizhpe (2022), en su tesis Análisis de la calidad del servicio al cliente interno-externo y propuesta de modelo de gestión de la calidad para el área de admisión de laboratorio clínico del hospital Isidro Ayora de Loja, tuvo como conclusión evidenciando que, el 36,8% de usuarios externos tienen una actitud muy favorable con relación al servicio brindado por la institución, mientras que el 43,8% de usuarios internos manifestaron tener una actitud favorable con la atención recibida. Ante estos resultados, y en base a las observaciones y recomendaciones de los usuarios se desarrolló una propuesta de modelo de gestión de la calidad para el área de admisión, el producto final fue impreso y entregado a la institución estudiada para su revisión y posible implementación siempre y cuando la organización así lo decida.

## CONCLUSIONES

-Primera conclusión: Consideramos y es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.679 que es moderada y positiva, también p-valor ,000, entonces se concluye; La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional - Pucallpa 2022, es directa y significativa.

-Segunda conclusión: Consideramos la hipótesis específica 1 es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.782 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

-Tercera conclusión: Consideramos la hipótesis específica 2 es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.165 que es positiva y baja, también una p-valor ,001 entonces se concluye; La relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

-Cuarta conclusión: Consideramos la hipótesis específica 3 es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.432 que es moderada y positiva, también una p-valor ,000 entonces; La relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

-Quinta conclusión: Consideramos la hipótesis específica 4 es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.632 que es alta y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de



seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.

-Sexta conclusión: Consideramos la hipótesis específica 5 es confirmada utilizando el Rho de Spearman encontrando una correlación de 0.382 que es baja y positiva, también una p-valor ,000 entonces se concluye; La relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional

-Pucallpa 2022, es directa y significativa.

## SUGERENCIAS

- Implementar un plan anual de capacitación enfocado en la calidad de servicio al cliente con el fin de poder brindar la respuesta adecuada a los clientes y brindarles la información necesaria respecto de la ubicación y rutas de la empresa unidad de transporte.
- Realizar evaluaciones periódicas de la satisfacción del cliente para identificar las necesidades de mejora de manera temprana y permitir la implementación oportuna de las intervenciones.
- Los gerentes de servicio al cliente deben crear protocolos de servicio para diferentes tipos de emergencias, de modo que los empleados estén capacitados para responder de inmediato a cualquier problema que pueda surgir con respecto a los clientes.
- Se recomienda incidir positivamente en la satisfacción del cliente ofreciendo nuevos beneficios que incrementen aún más la fidelidad de los clientes habituales y mejoren su percepción sobre la calidad del servicio que brinda la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Capaquira Colque J.M. (2019) Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa regional de servicio público de electricidad Electro Sur del distrito de Tacna 2018 <https://repositorio.unjbg.edu.pe/items/178b42ba-1c3b-40d2-bb9d-318dca3705ec>
- Carhuapoma, J. E. y Caro, K. L. (2019). Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la empresa electro centro s.a. ss. ee. la oroya-2018 (Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo-Perú).  
[https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7139/T01\\_0\\_71645384\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7139/T01_0_71645384_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Centeno, F. (2022). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Electro Sur Este en el distrito de Saylla, Cusco, 2022 (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Lima-Perú).  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96184/Centeno\\_MF-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96184/Centeno_MF-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Cortez, V. A. (2017). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Tharina Perú Tours, San Martín de Porres, 2017 (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima-Perú).  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12688/Cortez\\_IVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12688/Cortez_IVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Florez, C., & Choque, A. (2022). Elaboración de un plan estratégico para la empresa de panificación tanta wuawua de Ciudad de Dios del distrito de Yura de la Ciudad de Arequipa periodos 2020-2021, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa; Perú.

[http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14185/ADfittcj\\_chguam.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14185/ADfittcj_chguam.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

García, M. (2017). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de TRANSPORTES S & R S.R.L, Santa Anita –Lima 2017 (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima-Perú).

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39104/Garcia%20CM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gosgot y Canta (2019). Cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Chachapoyas (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Piura-Perú). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39098>

Hidalgo, M. (2019). Maestría en gestión empresarial basados en métodos cuantitativos Cohorte diciembre 2015, Universidad Técnica de Ambato; Ecuador.

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>

Hurtado, H. E. (2021). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del Restaurant Blanca en el distrito de Piura, 2021 (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Piura-Perú).

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87918/Hurtado\\_VHE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87918/Hurtado_VHE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

INEI. (2019). Evolución del Índice mensual de la producción nacional junio 2019. Recuperado de [https://m.inei.gob.pe/media/principales\\_indicadores/informe\\_tecnico\\_produccion\\_nacional.pdf](https://m.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe_tecnico_produccion_nacional.pdf)

- Maguiña, M. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el BBVA continental de los Olivos, Lima 2018, título posgrado, Universidad César Vallejo; Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24956/Magui%C3%B1a\\_GMJ.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24956/Magui%C3%B1a_GMJ.pdf?sequence=1)
- Mateos, M. A. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO.  
[https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente\\_y\\_calidad\\_en\\_el\\_ser.html?id=0VcpEAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Atenci%C3%B3n_al_cliente_y_calidad_en_el_ser.html?id=0VcpEAAAQBAJ)
- Moreno, L. M. y Nieto, S. M. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transportes y Servicios Generales Pamelita S.A.C. Trujillo – 2020 (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Trujillo-Perú).  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55882/Moreno\\_PLM-Nieto\\_PSM-SD.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55882/Moreno_PLM-Nieto_PSM-SD.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
- Orejuela, G. S. (2017). ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS, USUARIOS DE LOS RESTAURANTES DE LA CALLE CHARLES BINFORD, EN SANTA CRUZ – GALÁPAGOS (Tesis de pregrado, Universidad Central Del Ecuador, Puerto Ayora-Ecuador).  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10486/1/T-UCE-0017-H001-2017.pdf>
- Pérez, L. (2022). “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IPARIA 2021” (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa-Perú).

[http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5696/B9\\_2022\\_UNU\\_ADMINISTRACION\\_T\\_2022\\_LEONOR\\_PEREZ\\_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5696/B9_2022_UNU_ADMINISTRACION_T_2022_LEONOR_PEREZ_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Roldán, P. N. 2017 Organizacional. Economipedia.com  
<https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html#:~:text=Una%20organizaci%C3%B3n%20es%20una%20asociaci%C3%B3n,lograr%20determinados%20objetivos%20o%20metas.>

Significados.com (2022). En: Percepción-significados.com. Disponible en:  
<https://www.significados.com/percepcion/>

Quizhpe, J. F. (2022). Análisis de la calidad del servicio al cliente interno-externo y propuesta de modelo de gestión de la calidad para el área de admisión de laboratorio clínico del hospital Isidro Ayora de Loja (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja, Loja-Ecuador).  
[https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25886/1/JonathanF\\_ernando\\_QuizhpeMorocho.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25886/1/JonathanF_ernando_QuizhpeMorocho.pdf)

Thompson, I. (2019). promonegocios.net.,  
<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Vargas, M. Y Aldana, L. (2014). Calidad y Servicio conceptos y herramientas. Colombia: Ecoe.

Vega, G. M. (2017). “La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares - CCICEV” (Tesis de pregrado, Universidad Central de Ecuador, Quito-

Ecuador). <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11789/1/T-UC-0007-PI011-2017.pdf>

Westreicher, G. (2020) Estrategia.  
<https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Yrigoyen, L. M. (2019). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR FERRETERO CASO: ZONA DENOMINADA “LAS MALVINAS” EN LIMA METROPOLITANA 2018 (Tesis de maestría, Universidad San Martín De Porres, Lima-Perú)(2019).  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5499/yriyoyen\\_ylma.pdf?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5499/yriyoyen_ylma.pdf?sequence=1)

# ANEXOS



## Anexo 1. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**INSTRUMENTO Nº 1****CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES GM INTERNACIONAL-PUCALLPA, 2022.**

**ESTIMADO CLIENTE:** El presente cuestionario tiene por finalidad la obtención de información sobre la calidad de servicio que brinda la empresa GM internacional. La confidencialidad de sus respuestas será respetada.

**INSTRUCCIONES:** Lea cada uno de los indicadores y marque con una (X) la alternativa que considere apropiada de la escala que se muestra en el cuadro.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES/ITEMS-CALIDAD DE SERVICIO	PUNTUACIONES				
		1	2	3	4	5
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>						
01	La empresa cuenta con tecnología y un sistema					
02	La empresa cuenta con cámaras de seguridad, aire acondicionado, televisión en la sala de espera.					
03	Las instalaciones físicas de la empresa son adecuadas					
04	Los trabajadores de la empresa cuidan su imagen					
05	La empresa le brinda facturas y boletas electrónicas de compra de manera detallada.					
<b>FIABILIDAD</b>						
06	La empresa cumple con sus obligaciones dentro del tiempo establecido					
07	La empresa muestra interés en resolver problemas de					
08	Considera usted que el proceso de compra es muy					
09	El orden que mantiene durante el proceso de viaje es					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
10	El personal le brinda información clara y precisa que usted requiere					
11	La empresa entiende sus necesidades					

12	El personal se toma el tiempo necesario para aclarar sus dudas e inquietudes					
13	La empresa se preocupa en brindarle un servicio rápido					
<b>SEGURIDAD</b>						
14	Los buses de la empresa le inspiran confianza					
15	Los trabajadores de la empresa lo tratan siempre con					
16	Se siente seguro con la atención brindada					
17	La empresa tiene personal altamente capacitado					
<b>EMPATÍA</b>						
18	Se siente satisfecho con la atención que le brinda los trabajadores de la empresa					
19	Los horarios son los más adecuados a tus necesidades					
20	El personal de la empresa recibe de buena manera cualquier queja y sugerencia					

## INSTRUMENTO Nº 2

### CUESTIONARIO SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES GM INTERNACIONAL-PUCALLPA, 2022

**ESTIMADO CLIENTE:** El presente cuestionario tiene por finalidad la obtención de información sobre la Satisfacción de los clientes de la empresa GM internacional. La confidencialidad de sus respuestas será respetada.

**INSTRUCCIONES:** Lea cada uno de los indicadores y marque con una (X) la alternativa que considere apropiada de la escala que se muestra en el cuadro.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES/ITEMS-SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL	PUNTUACIONES				
		1	2	3	4	5
<b>CONFIANZA</b>						
<b>01</b>	Considera que la empresa cumple todas tus expectativas					
<b>02</b>	La empresa se compromete en el cuidado de sus pertenencias					
<b>03</b>	Atienden sus necesidades cuando tiene problemas					
<b>04</b>	La empresa asegura su fidelidad					
<b>EXPECTATIVAS</b>						
<b>05</b>	El servicio que se le ofrece cumple con sus necesidades					
<b>06</b>	Considera usted que los trabajadores son respetuosos con los clientes					
<b>07</b>	Los costos recompensan el servicio que brindan					
<b>08</b>	Considera que los vehículos presentan fallas que retrasen su viaje					
<b>09</b>	Recibe algún descuento por parte de la empresa					
<b>10</b>	La empresa ofrece paquetes en pasajes					
<b>11</b>	La publicidad influye en su compra de pasajes					
<b>12</b>	Recomendaría los servicios que brinda la empresa					
<b>RENDIMIENTO PERCIBIDO</b>						

<b>13</b>	Considera que la plataforma virtual de la empresa es fácil de usar					
<b>14</b>	La empresa se preocupa con el cuidado del ambiente					
<b>15</b>	Considera que los asientos de los buses son cómodos					
<b>16</b>	Se siente satisfecho con el desempeño de la empresa					
<b>17</b>	Respetan tus principios y valores dentro de la empresa					
<b>18</b>	La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad					
<b>19</b>	Existe garantía en los envíos de las encomiendas					
<b>20</b>	La empresa brinda un servicio responsable					

## Anexo 2. Matriz de consistencia.

*Título: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa de transporte GM Internacional - Pucallpa, 2022”.*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> </ul>	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional-Pucallpa, 2022.</li> </ul>	<p>Hipótesis General</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La relación de calidad de servicios y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> </ul>	Variable 1: Calidad de servicio	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Equipos</li> <li>-Instalaciones físicas</li> <li>-Personal</li> <li>-Materiales</li> </ul>	<p>Población</p> <p>Estuvo por el total de pobladores mayores de 18 años de la provincia de coronel portillo (346 993unidades)</p> <p>Muestra</p> <p>El total de la muestra de estudio será 385 pobladores mayores a 18 años de la provincia de coronel Portillo.</p> <p>Tipo Aplicada</p> <p>Nivel Descriptivo</p> <p>Diseño Transeccional correlacional</p> <p>Esquema</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <math>X_1 \longrightarrow X_2</math> </div> <p>Donde: M: Muestra. X1: Calidad de servicio. X2: Satisfacción del cliente.</p> <p><math>\longrightarrow</math> : Relación causal <math>X_1</math> sobre <math>X_2</math></p> <p>Técnicas Técnica Instrumento Cuestionario</p>
<p>Problemas Especificos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> <li>¿Cuál es la relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> <li>¿Cuál es la relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> <li>¿Cuál es la relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> <li>¿Cuál es la relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022?</li> </ul>	<p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.</li> <li>Demostrar la relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.</li> <li>Comparar la relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.</li> <li>Definir la relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.</li> <li>Explicar la relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa, 2022.</li> </ul>	<p>Hipótesis Especificas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La relación de tangibilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> <li>La relación de fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> <li>La relación de capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> <li>La relación de seguridad y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> <li>La relación de empatía y satisfacción del cliente en la empresa de transportes GM internacional -Pucallpa 2022, es directa y significativa.</li> </ul>		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Promesa</li> <li>-Eficiencia</li> <li>-Eficacia</li> </ul>	
				Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Comunicación</li> <li>-Disposición</li> <li>-Agilidad</li> </ul>	
				Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Confianza</li> <li>-Cortesía</li> <li>-Habilidad</li> </ul>	
				Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención</li> <li>-Necesidad</li> <li>-Comprensión</li> </ul>	
				Confianza	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Experiencia</li> <li>-Fidelidad</li> </ul>	
Variable 2: Satisfacción del cliente	Expectativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Beneficios</li> <li>-Promociones</li> </ul>	Rendimiento percibido	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovación en el servicio</li> <li>-Medios de transporte</li> </ul>		