

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU RELACIÓN CON LA  
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA ASOCIACIÓN  
DE TRANSPORTISTAS BRISAS DEL GERA  
JEPELACIO, AÑO 2018.**

Por:  
Teodomiro Salas Flores  
Silnia Beatriz Díaz Díaz

Asesor:  
Mtro. José Tarrillo Paredes

**Tarapoto, diciembre 2018**

## **DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS**

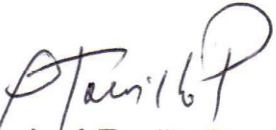
Yo, Mtro. José Tarrillo Paredes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión.

**DECLARO:**

Que el presente informe de investigación titulado: "SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA ASOCIACIÓN DE TRANSPORTISTAS BRISAS DEL GERA JEPELACIO, AÑO 2018" constituye la memoria que presenta los Bachilleres Salas Flores, Teodomiro y Díaz Díaz, Silnia Beatriz para aspirar a Licenciado en Administración ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe de tesis son de entera responsabilidad de los autores, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en morales, a los días 03 del mes de diciembre del año 2018.

  
Mtro. José Tarrillo Paredes

Asesor

Servicio de atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018.

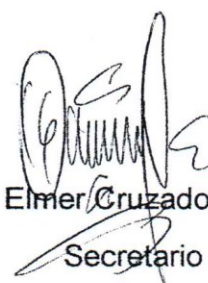
# TESIS

Presentada para optar el título de Licenciado en Administración

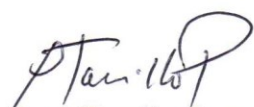
## JURADO DE SUSTENTACIÓN



Mtro. David Troya Palomino  
Presidente




Mtro. Elmer Cruzado Vásquez  
Secretario



Mtro. José Tarrillo Paredes  
Asesor



Lic. Kelita Guillen López  
Vocal 1



Mtro. Amado Arce Cobeñas  
Vocal 2

Tarapoto, 03 de diciembre de 2018

## DICATORIA

A mi adorable esposa la Sra. Consuelo Marisol Montalvo Frías por su amor y apoyo incondicional en el logro de mis objetivos, también a mis queridos hijos, Diana Marisol Salas Montalvo y Erik Jhoel Salas Montalvo, por ser la razón de mi vida en este mundo y también a mis apreciados padres el Sr. Reguló Salas Salazar y Paulina Flores Barahona, por darme la vida y los principios para luchar en esta vida.

*Teodomiro Salas Flores*

A mis queridos padres por su muestra de amor y por brindarme su apoyo incondicional y también agradecer a todas las personas que me motivaron a seguir adelante y por ser parte de mis logros.

*Silnia Beatriz Díaz Díaz*

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por darme la vida y la salud, asimismo, agradecer al Sr. Presidente José Vásquez Delgado, socios y al personal que labora en la Asociación Brisas del Gera por habernos proporcionado la información necesaria para realizar la presente investigación, de igual manera agradecer a nuestros docentes de la escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales por la formación recibida y el asesoramiento en la elaboración de la presente investigación.

*Teodomiro Salas Flores*

Quiero agradecer a Dios por brindarme la vida y la salud, y por darme la oportunidad de poder alcanzar un logro más en mi vida, asimismo, agradecer a mis queridos padres por su apoyo incondicional, porque siempre estuvieron conmigo en todo momento.

*Silnia Beatriz Díaz Díaz*

## Tabla de Contenido

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
LISTA DE TABLAS.....	VIII
LISTA DE ANEXOS.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....	17
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	17
1.2.2. PROBLEMA ESPECIFICO.....	17
1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
1.3.2. OBJETIVO ESPECIFICO.....	18
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
CAPÍTULO II.....	20
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1.1. INTERNACIONALES.....	20
2.1.2. NACIONALES.....	22
2.1.3. LOCAL.....	27
2.2. BASES TEÓRICAS.....	27

4.2.1. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	27
2.3. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	38
2.4. MARCO CONCEPTUAL O TÉRMINOS.....	38
2.5. HIPÓTESIS.....	39
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	40
CAPÍTULO III .....	41
MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN .....	41
3.1. TIPO DE ESTUDIO .....	41
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
3.3.1. DELIMITACIÓN ESPECIAL Y TEMPORAL .....	41
3.3.2. DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
3.4. PLAN DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	43
3.4.1. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.4.2. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS .....	43
CAPÍTULO IV .....	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	45
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES .....	56
BIBLIOGRAFÍA .....	58
ANEXOS.....	62

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Estadística de fiabilidad.....	45
Tabla 2: Correlación entre servicio de atención al cliente y satisfacción de los usuarios ...	46
Tabla 3: Correlación entre parte física de la empresa y satisfacción de los usuarios.....	47
Tabla 4: Correlación entre fiabilidad y satisfacción de los usuarios .....	48
Tabla 5: Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario .....	49
Tabla 6: Correlación entre seguridad y satisfacción del usuario .....	50
Tabla 7: Correlación entre empatía y satisfacción del usuario .....	51



## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz instrumental.....	62
Anexo 2: Matriz de consistencia .....	64
Anexo 3: Instrumento de investigación .....	65
Anexo 4: Constancia de flujo de pasajeros y resoluciones.....	68

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar la relación que existe entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, asimismo, el tipo de investigación es correlacional, a consecuencia de que se busca establecer relación entre las variables objeto de estudio, atención al cliente y satisfacción de los usuarios, por consiguiente, el diseño de la presente investigación será no experimental, esto debido a que no se realizará manipulación alguna en las variables atención al cliente y satisfacción, los cuales son objeto de estudio, asimismo, será de corte trasversal, debido a que las variables serán analizadas por única vez en su entorno natural, por otro lado que podemos afirmar que la realidad en el Perú es similar al de la realidad internacional, ya que en ambos ámbitos existe el problema respecto al servicio de atención al cliente, haciendo que como resultado de un mal servicio, se obtenga la insatisfacción de los clientes que utilizan el servicio, por consiguiente podemos mencionar que dicho problema se ha extendido en todo el territorio peruano, en donde intervienen el tiempo de espera, atención al cliente deficiente, vehículos no acondicionados, vehículos deteriorados, entre otros.

***Palabras clave:*** Atención al cliente, satisfacción de los usuarios, empatía, capacidad de respuesta, seguridad.

## **ABSTRACT**

The objective of the present investigation is to determine the relationship that exists between the customer service and the satisfaction of the users of the Brisas del Gera Jepelacio Transporters Association, likewise, the type of research is correlational, as a result of which it is sought establish a relationship between the variables under study, customer service and user satisfaction, therefore, the design of this research will be non-experimental, this is because no manipulation was made in the variables customer service and satisfaction, which are the object of study, will also be cross-sectional, because the variables will be analyzed only once in that natural environment, on the other hand we can affirm that reality in Peru is similar to that of international reality, since In both areas there is the problem regarding the customer service, causing that as a result of a bad service is obtained the dissatisfaction of customers who use the service, therefore we can mention that this problem has spread throughout the Peruvian territory, where the waiting time, poor customer service, non-conditioned vehicles, damaged vehicles, intervene others.

***Keywords:*** Customer service, user satisfaction, empathy, responsiveness, security.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca determinar la relación que existe entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio.

Asimismo, podemos mencionar que las empresas dedicadas al transporte de pasajeros, tienen problemas que hacen que la cartera de clientes disminuya y por ende se obtenga la insatisfacción de los usuarios, dentro de ello se ven involucrados diferentes factores que si no son tomados en cuenta la empresa podría sufrir pérdidas económicas a consecuencia de un mal servicio brindado, es importante mencionar que la investigación consta de cuatro capítulos donde el contenido se explicará a continuación en una forma breve y precisa:

En el primer capítulo se presenta el problema y el planteamiento del problema, que incluye descripción de la situación problemática, antecedentes de la investigación, formulación del problema, justificación y viabilidad donde se explica las razones por las cuales se investiga el servicio de atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios, asimismo se identifican los objetivos que se logra cumplir mediante la investigación.

En el segundo capítulo, se presenta los fundamentos teóricos de la investigación como marco histórico, marco teórico, marco conceptual y definiciones de términos que apoyarán la formulación del problema y que servirán para que el lector se ubique y conozca el tema que se quiere tratar. Asimismo, se presenta la hipótesis que se pretende comprobar, las variables e indicadores.

En el tercer capítulo, se explica la metodología empleada para llevar a cabo la investigación. Entre ellas: el tipo de investigación, el diseño de la investigación, delimitación, población y muestra las técnicas empleadas para recolectar los datos.

En el cuarto capítulo, presenta el análisis e interpretación de datos, habiendo realizado la organización de resultados, análisis de los resultados e interpretación de los resultados.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

En el ámbito internacional, podemos mencionar que dentro de los países existen diversas empresas dedicadas al transporte ya sea público o privado, en donde buscan siempre generar ingresos y obtener rentabilidad del negocio, sin embargo existe un problema latente dentro de dichas empresas, la calidad brindada no siempre son buenas, lo que produce que se tengan clientes insatisfechos.

Asimismo, es importante afirmar que el proceso de la globalización, trae consigo corrientes como el posmodernismo y el consumismo, en esta era del desarrollo tecnológico y empresarial, las empresas de transporte con el afán de crecer se dedican arduamente a generar beneficios económicos dejando de lado la importancia que existe respecto a la calidad de atención al usuario en relación a la satisfacción, por ende la globalización ha generado no solo cambios importantes en la economía, sino que también en el comportamiento de los mercados, esto produjo que las personas puedan elegir diversas opciones de servicios de transporte según su economía y su comodidad.

Por lo tanto podemos decir “que la forma en cómo se atiende al cliente, en muchos casos es uno de los problemas que tienen las empresas de transporte en diferentes países del mundo, haciendo que se produzca un malestar en los clientes que lo utilicen, según la (OMC) por sus siglas en inglés traducido como Organización Mundial de Comercio, señala en el reporte del año 2016, que son más de 700 millones de usuarios que usan transporte público en el mundo y cada uno de ellos, recibe un servicio deficiente, por otro lado, según el MTC,

se descubrió que más del 55% de la los usuarios que usan el servicio de transporte público presentan niveles de insatisfacción”.

“En el Perú existen diferentes empresas con deficiencias respecto al servicio de atención al cliente, pues en los últimos años con el incremento de la población en el Perú existe poco control del tráfico como del sistema de transporte, de igual manera existe una alta insatisfacción por parte de los clientes que utilizan dichos servicios ya que no logran beneficiarse de la manera tal como esperan del servicio, ya que existen deficiencias de gestión y operación, otro de los aspectos de no brindar un buen servicio de atención es la informalidad por parte de las empresas dedicadas al transporte como también la escasa cultura de respeto a los reglamentos de tránsito de conductores y peatones”.

Por lo tanto podemos afirmar que la realidad en el Perú es similar al de la realidad internacional, ya que en ambos ámbitos existe el problema respecto al servicio de atención al cliente, haciendo que como resultado de un mal servicio se obtenga la insatisfacción de los clientes que utilizan el servicio, por consiguiente podemos mencionar que dicho problema se ha extendido en todo el territorio peruano, en donde intervienen el tiempo de espera, atención al cliente deficiente, vehículos no acondicionados, vehículos deteriorados, entre otros.

En el Departamento de San Martín, Provincia de Moyobamba, Distrito de Jepelacio según estimaciones, el transporte de pasajeros se ha ido incrementando en los últimos años debido al aumento de la población y mejoramiento de las vías de acceso con el asfaltado del tramo Moyobamba – Jepelacio y viceversa y pueblos aledaños, es importante mencionar que para las empresas de transportes es complicado lidiar con sus clientes respecto al tema de fidelización, los precios, la pérdida de valor y los defectos en servicio de atención al cliente, todo lo cual origina la pérdida de participación en el mercado, con disminución de clientes y por ende se ve una disminución de los niveles de satisfacción de los usuarios.

La asociación Brisas del Gera, busca de manera constante la forma correcta de administrar el servicio de atención al cliente y por ende llegar a tener la satisfacción de los usuarios, pues debido a la competencia existente en el Distrito de Jepelacio en lo referente al transporte de pasajeros, muchas de las empresas buscan fidelizar a sus clientes, sin embargo existen deficiencias en las prestación del servicio de transporte.

En el Distrito de Jepelacio la asociación de transporte Brisas del Gera enfrenta problemas con un servicio de atención al cliente deficiente, por ende no hay satisfacción de los usuarios al utilizar los servicios de transporte, además de ello de manera frecuente los usuarios presentan cada vez más quejas respecto a la mala atención, asimismo, quejándose del estado de los vehículos los cuales están en condiciones precarias, en el cual no cuentan con los estándares establecidos por el Ministerio de Transportes.

Los ambientes en donde se atiende y la sala de espera no está acondicionada adecuadamente y tampoco cuenta con indicaciones de seguridad según lo que establece defensa civil en nuestro país.

“Es importante mencionar que los problemas que viene atravesando la empresa Brisas del Gera, son básicamente en la parte física de la empresa, pues el ambiente no resulta ser tan cómodo para los clientes, la confiabilidad, en muchas ocasiones se perdió, debido a que la empresa no cumple con las promociones que realiza, la capacidad de respuesta por parte de la empresa no es eficiente, debido a que existe un proceso largo para atender las molestias de los clientes, y finalmente la empatía por parte de los choferes no es tan buena, ya que el trato o la presencia no son las adecuadas, estos resultan ser factores importantes que la empresa debe tener en cuenta, ya que existe un gran número de clientes poco satisfechos según información del encargado de la empresa”.

Estos problemas antes mencionados podrían traer efectos negativos en la empresa, pudiendo presentarse una disminución en la cartera de clientes, esto generará que la



rentabilidad de la empresa también se vea afectada, ya que al tener clientes insatisfechos por el servicio brindado, estos se encargaran de difundirlo afectando seriamente a la empresa.

El encargado de turno de la empresa de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, afirmó que estos problemas se dan con frecuencia, pues los reclamos e inconvenientes se hacen notar a diario por parte de los clientes, pues en el caso de que dichos problemas por el que pasa la empresa no son solucionados, la empresa podría darse de basa por falta de solvencia económica.

## **1.2. Formulación de problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?

### **1.2.2. Problema específico**

- a) ¿Qué relación existe entre la parte física de la empresa y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?
- b) ¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?
- c) ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?
- d) ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?
- e) ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?

### **1.3. Objetivos de investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.

#### **1.3.2. Objetivo específico**

- a) Determinar la relación que existe entre la parte física de la empresa y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.
- b) Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.
- c) Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.
- d) Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.
- e) Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018.

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

“La presente investigación se justifica teóricamente a consecuencia de que se utilizará la teoría de autores ya existentes que respalden a las variables que son objeto de estudio, la variable de servicio de atención al cliente estará respaldada por la teoría del autor” Camisón, Cruz y Gonzales (2007), “mientras que la variable de satisfacción de los usuarios estará respaldada por la teoría del autor” Cosso (2008).

Asimismo, “se justifica de manera práctica a consecuencia de que dentro del propósito del estudio se encuentra la necesidad de evaluar el servicio de atención al cliente y la relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, 2018, por lo expuesto anteriormente se determina que el servicio de atención

al cliente es uno de los factores más importantes de una organización para lograr eficiencia y satisfacción en los usuarios, el cual será llevada a la práctica para poder mejorar aspectos deficientes”.

Dicho trabajo de investigación es importante “debido a que busca de una u otra manera mejorar el servicio de atención al cliente para poder lograr la satisfacción de los mismos, dicha satisfacción se reflejará en el incremento de la cartera de clientes y sobre todo en la rentabilidad de la empresa, por otro lado ayudará al crecimiento y desarrollo del mismo”.

La presente investigación “se realiza con la finalidad de poder determinar la relación que existe entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios, por ende el aporte teórico es importante ya que ayudará a respaldar el trabajo, asimismo, dicho aporte teórico servirá a la empresa para poder tomar decisiones y asimismo a otras personas que deseen tomarlo como referencia para futuras investigaciones”.

Por otro lado “dicha investigación se justifica de manera metodológica, siendo el tipo de investigación” según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “en donde menciona que será correlación de diseño no experimental, a consecuencia de que se busca establecer relación existente entre las variables de estudio y no se realizará manipulación alguna”.

Finalmente podemos afirmar que dicha investigación es viable a consecuencia de que se cuenta con la información necesaria para el desarrollo de dicha investigación y asimismo, con el apoyo de la empresa, para poder realizar la recolección de datos a través del instrumento elaborado y sobre todo se dispone con los recursos financieros, humanos y materiales necesarios para el desarrollo de dicha investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

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

##### **2.1.1. Internacionales**

Ramírez (2016), en su investigación “Calidad en el servicio de transporte turístico del Cantón Santa Rosa”, de la Universidad Técnica de Machala, tiene como objetivo principal, “determinar la calidad en el servicio de transporte turístico del Cantón Santa Rosa”, siendo la población de estudio de la investigación de 100 usuarios o clientes, del mismo modo el diseño de investigación es descriptiva de tipo exploratoria-empírica, los resultados son los siguientes, el 97% de los encuestado afirma que utiliza el transporte terrestre, el 2% aéreo, y el 1% marítimo, el 55 % de los encuestados afirma que el servicio es regular, el 17% es bueno y un 28% afirmo que el servicio es malo, el 88% afirma que el servicio de transporte de Cantón Santa Rosa no satisface sus necesidades turísticas y un 12% afirma que sí.

León y Pítala ( 2011 ) en su investigación “Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena”, de la Universidad de Cartagena, tiene como objetivo general, Analizar la calidad del servicio del transporte intermunicipal de pasajeros ofrecido en la terminal de transporte de Cartagena, según interpretación de los resultados, los usuarios del servicio, contrastando expectativa y percepciones, siendo el tipo de investigación descriptiva de diseño no experimental, asimismo la población fue de 43,560 con una muestra de 100 personas, asimismo, como un elemento positivo en la satisfacción del servicio al cliente la calificación promedio de las percepciones es 3,77 (conceptualmente la mayoría percibe ligeramente de acuerdo en la mayoría de los enunciados) y el promedio general de las expectativas es 3,75. Esto nos dice que se

equipara cuantitativamente para efectos de establecer diferencias o que existen elementos que la Terminal de Transporte ha cuidado en ofrecer para satisfacer un buen servicio.

Oña (2013) en su investigación “Análisis de la calidad del servicio del transporte público mediante árboles de decisión” de la Universidad de Granada, tiene como objetivo general, “analizar la calidad de servicio del transporte público, siendo el tipo de investigación descriptiva de diseño no experimental, llegando finalmente a los siguientes resultados”:

Como indican las discusiones anteriores, la evaluación SQ del transporte público plantea desafíos formidables: cómo tratar un concepto tan complejo, llamativo y abstracto como SQ; si deberíamos usar la percepción del desempeño solamente o también las expectativas de los clientes; qué expectativas deben considerarse (calidad ideal, deseada, adecuada o tolerable); cuál es la relación entre SQ y satisfacción; cómo identificar los atributos más relevantes que afectan a SQ; cómo tratar con datos subjetivos, cualitativos y difusos de las encuestas; existe la posibilidad de utilizar datos objetivos (de empresas de transporte) combinados con datos subjetivos para el análisis de SQ; limitaciones de las encuestas de satisfacción del cliente (máximo de la encuesta, escala utilizada, etc.); mejores formas de analizar la heterogeneidad; etc.

Heredia (2015) en su investigación, “Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrando variables latentes” de la UNacional de Colombia, tiene como objetivo general “desarrollar un modelo que represente la satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus en la ciudad de Medellín”, incluyendo variables latentes, siendo el tipo de investigación explicativo de diseño experimental, asimismo la población fue de 22,000 pasajeros por día siendo la muestra de 384 pasajeros finalmente llegamos a los siguientes resultados:

El creciente interés por los modelos del comportamiento de los usuarios de diferentes áreas da a entender que el centro de todo son los usuarios, además refleja una evolución en los modelos de transporte, por ejemplo, ya que se pasa de entender los viajes con el de dónde se realizan (modelo gravitatorio), a la teoría económica en la que se considera que el usuario pretende la máxima utilidad en los viajes que realizan.

### **2.1.2. Nacionales**

Ocaña (2016), en su tesis de investigación “características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote tiene como objetivo principal, “determinar las características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en la ciudad de Piura, año 2015”, siendo la población de estudio de la investigación de 17 MYPES, del mismo modo el diseño de investigación no experimental – transversal, de tipo descriptiva, los resultados son los siguientes del total de los encuestados tanto el 58.33% indica que la empresa a veces brinda capacitaciones, el 27.78% indica casi nunca, y el 13.78% afirmó que nunca son capacitados, asimismo, llegó a los siguientes resultados:

Se logró determinar que las MYPE no tienen capacitación e inducción del personal lo que refleja deficiencias en su desempeño respecto a calidad de servicio durante el trabajo, lo cual representa un alto porcentaje de personal no capacitado lo que indica que en el mercado de Piura referente al servicio de transporte público de taxi hay clientes insatisfechos, esto quiere decir que las MYPES necesitan realizar capacitaciones y motivar al personal.

Cahuana et al. (2011) en la investigación, “Calidad de los servicio de transporte público urbano de la ruta 104 – dorado en la ciudad del cusco” de la Universidad UNSAAC Universidad Nacional de san Antonio abad del Cusco, tiene como objetivo general analizar la calidad del servicio público de transporte urbano de la ruta 104 el dorado en la ciudad

Cusco siendo el tipo de investigación explicativa de diseño no experimental llegando finalmente a los siguientes resultados:

En esta investigación, se considera la calidad de servicio como el buen estado de los componentes que integran el sistema de transporte público urbano y de sus interrelaciones, para lo cual se propone considerar y cuantificar: cobertura del transporte público, infraestructura vial, infraestructura de apoyo, vehículos para la prestación del servicio, satisfacción de los usuarios, satisfacción de los transportistas y participación de los usuarios en el proceso de formación de las políticas de transporte urbano.

Luque (2015) en la investigación, “Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano José María Arguedas Andahuaylas 2015” de la Universidad Nacional José María Arguedas, tiene como objetivo general Demostrar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015, siendo el tipo de investigación descriptivo de diseño no experimental asimismo la población fue de 70 trabajadores de la empresa de transporte asimismo el diseño se tomará el cien por ciento de los trabajadores, finalmente llegando a los siguientes resultados:

Finalmente con relación al objetivo general: Determinar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El valor de “sig.” es de 0.000 que es menor a 0.05 nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ); y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) por lo tanto, se puede afirmar con un nivel de confianza del 90 % que existe relación. Asimismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,747, entonces se concluye que si existe una relación positiva alta entre estas dos variables.

Hermosa (2015) en su investigación “estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente dela empresa Gechisa de Sullana 2015” de la Universidad Nacional

de Piura, tiene como objetivo general, “conocer de qué forma la calidad de servicio influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana”, siendo el tipo de investigación descriptivo correlacional de diseño no experimental, asimismo la población fue de 76,320 personas con una muestra de 720 personas llegando finalmente a los siguientes resultados:

“Se ha determinado la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente mediante el análisis del coeficiente correlacional del spearman, obteniéndose que la calidad de servicio influye de forma significativa y directa que al aumentar la calidad de servicio aumenta el nivel de satisfacción de cliente demostrando que la calidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Gechisa”.

Montalban (2016), en su investigación “Caracterización de la capacitación y calidad del servicio en las MYPES rubro transporte de pasajeros ciudad de Tumbes, 2016”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote tiene como objetivo principal, “determinar las principales características de la capacitación y la calidad del servicio en las MYPES: rubro transporte de pasajeros en la ciudad de Tumbes, 2016”, siendo la población de estudio de la investigación de 138 clientes o usuarios, del mismo modo la el diseño de investigación no experimental – transversal de tipo descriptiva, de los 138 usuarios o clientes encuestados los resultados de la investigación fueron, en el resultado N° 01 71% tiene un nivel alto de cambio y aptitud , el 22% un nivel medio el cambio y aptitud, un nivel bajo el 7% no hay cambio en los trabajadores, en el resultado N° 02 el 59% la capacitación ayudo a adaptar a nuevas actividades y el 41% no se adapta, en el resultado N° 03 el 82% cuentan con un plan de capacitación y el 18% no sabe, en el resultado N° 04 el 88% dice que la empresa si brindan constante programas y capacitación 12% opina lo contrario, en el resultado N° 05 el 68% recibe cursos de capacitación y 32% opina lo contrario, en el resultado N° 06 el 57% la empresa sí reconoce sus esfuerzo y el 43 % opina lo contrario, en el resultado N° 07 el 28%



dice que las condiciones de los vehículos que presta el servicio son excelentes, el 38% que son buenas y el resto opinan que son regulares, en el resultado N° 08 el 39% nos dice que los choferes cuentan con la acreditación respectiva para prestar el servicio como clientes, el 27% opina que los choferes tienen su acreditación y el 28% está completamente satisfecho y 6% opina lo contrario, en el resultado N° 09 el 36% dice que es excelente el apoyo que brindan los choferes hacia los trabajadores, el 33% manifiesta que es bueno y 27% de los clientes le parece regular y el 4% opina todo lo contrario, en el resultado N° 10 el 28% manifiestan que es excelente la capacidad de los choferes para responder las necesidades de los clientes y el 43% opina que es muy buena y el 28% opina lo contrario, en el resultado N° 11 el 28% dice que la confianza que brinda los choferes es excelente, el 43% opina que es buena y el 26% opina lo contrario, en el resultado N° 12 el 28% manifiesta que la confianza que brinda los choferes es excelente, el 43% opina que es buena y el 26% opina lo contrario, en el resultado N° 13 el 27% manifiesta que es excelente el horario de atención al cliente y el 43% opina que es muy bueno el 29% opina lo contrario, en el resultado N° 14 el 25% manifiesta que la empresa si brinda una atención individualizada excelente, mientras que el 45% opina que es buena y el 30% opina lo contrario, finalmente, llega a las siguientes conclusiones:

Gamarra y Delgado (2016), en su investigación “Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014”, de la Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco, tiene como objetivo principal, “Evaluar la calidad del servicio de transporte público en la ciudad del Cusco”, siendo la población de estudio de la investigación de 384 usuarios, del mismo modo el diseño de la investigación trasversal correlacional-causal de tipo descriptiva, los resultados son los siguientes, “la percepción de calidad de servicio por parte del cliente el 59% afirma que es regular, mientras que un 38% afirma que el servicio es malo y un 3% afirma que es bueno, con una incidencia de errores

de 2.037, y un significativa de los coeficientes de las variables, con un nivel de significancia:  $r = 5\%$ ,  $P - \text{Valor} = 0.000 = 0\% < 5\%$  (esto indica que debemos aceptar  $H_1$  )”, asimismo, llegó a los siguientes resultados. “Se logró determinar que la calidad del servicio es regular ya que en las variables de estudio los encuestados han dado sus apreciaciones que la empresas tiene que mejorar en un aproximado al 50%, esto indica el que la calidad de servicio es regular en el transporte público y se recomienda mejorar según la opinión de los usuarios”.

Salazar (2015), en su investigación “Marketing relacional y su relación con la calidad de servicio en las empresas de transporte público interurbano de la cuenca Chicha-Andahuaylas, 2015”, de la Universidad Nacional José María Arguedas, tiene como objetivo principal, “Determinar la relación que existe entre el marketing relacional y la calidad de servicio en las empresas de transporte público interurbano de la Cuenca Chicha-Andahuaylas 2015”, siendo la población de estudio de la investigación de 126 usuarios, del mismo modo el diseño de la investigación no experimental de tipo no experimental - sustancial, de los 138 usuarios o clientes encuestados, los resultados de la investigación fueron, “el valor de significancia es de  $p=0,000$  que es menor al nivel de significancia 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ), y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ), es por ello el nivel de confianza del 95%, esto quiere decir que el valor  $r = 0.747$  que existe una relación positiva alta entre el marketing relacional y la calidad de servicio, porque  $p \leq 0,05$ , el valor  $r = 0,517$  que existe relación entre las variables de estudio, también entre la dimensión relación a largo plazo y la empatía, porque  $p \leq 0,05$ , el valor  $r = 0,410$  que existe una relación positiva moderada entre la dimensión relación a largo plazo y la confiabilidad, porque  $p \leq 0,05$ , el valor  $r = 0,697$  que existe una relación positiva moderada entre la dimensión fidelización y la empatía, porque  $p \leq 0,05$ , el valor  $r = 0,583$  que existe una relación positiva moderada entre la dimensión fidelización y la confiabilidad, porque  $p \leq 0,05$ .”

### **2.1.3. Local**

Armas (2016), en su investigación “Caracterización de gestión de calidad y formalización de las MYPES en el sector comercio rubro transportes a nivel nacional en la Provincia de Leoncio Prado período 2015 -2016”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote tiene como objetivo principal, “analizar de qué manera influye la gestión de calidad de trasportes a nivel nacional, en el período 2015 - 2016”, siendo la población de estudio de 25 MYPES del sector transporte terrestre, del mismo modo el diseño de la investigación es de corte transversa de tipo descriptiva cuantitativa, los resultados fueron los siguientes, el 100% afirma que sus servicios son de buena calidad, donde el 75% de los encuestados si conoce las normas ISO de certificación de calidad y el 25% no conoce, del total de los encuestados el 42% capacita a su personal dos veces al año para mejorar la atención al cliente, un 33% lo hace más de tres veces al año y solamente un 25% lo hace una vez al año, finalmente del total de los encuestados el 83% afirma que si evalúan la satisfacción del cliente, el 8% no lo hace y un 7% restante lo hace a veces, del total de los encuestados es decir el 100% afirma que están formalizados como empresa.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Servicio de atención al cliente**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “en el servicio de atención al cliente es lo que percibe del servicio que recibió, cabe decir si el cliente no percibe un buen servicio de atención en todos los aspectos de la empresa, esta comienza a tener dificultades y por ende muchos cliente prefieran ir a las empresas de la competencia donde ellos perciben mejor atención, es por ello que las empresa tiene que tener planes y estrategias que les permitan mitigar la mal servicio de atención al cliente”.

Según Vargas y Aldana (2014), menciona que, “el servicio al cliente en un factor que es de mucha importancia en la satisfacción al cliente, si consideramos que si este recibe un buena servicio los más probable es que quede satisfecho o lo contrario, además el cliente

recomiende y vuelva repetidas veces a la empresa donde fue atendido según sus necesidades, y por ende lograr más publicidad boca boca, entonces considero que es de vital importancia tener en cuenta que el buen servicio de atención al cliente es la clave del éxito del negocio por así decirlo”.

Según Stanton, Etzel y Walter (1992), menciona que “los servicios constituyen actividades identificables, intangibles, que son la parte principal de la actividad de la empresa, que ayudan en dar satisfacción de la necesidad del cliente o usuario esto quiere decir que el cliente identifica la parte intangible del servicio lo cual le constituye satisfacción o insatisfacción según se dé el caso”.

Según Kotler (1992), menciona que “un servicio es lo que ofrece al cliente esencialmente intangible, sin transmisión de propiedad, sin embargo su prestación puede ir o no ligada a productos físicos o no físicos según sea el caso, entonces se puede decir que cualquiera fuere el servicio que se haga siempre se tiene que buscar la el buen servicio de atención al cliente y de ese modo los clientes queden satisfechos”.

Finalmente luego de realizar un análisis, podemos mencionar que el autor principal de la variable servicio de atención al cliente será Camisón, Cruz y Gonzales (2006), en su libro titulado “Gestión de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas, debido a que menciona la forma de evaluación de la variable en estudio, definiéndolo a través de cinco dimensiones como son la parte física de la empresa, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y finalmente la empatía”.

#### **2.2.1.1. Parte física de la empresa**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “son todo lo que constituye lo palpable lo que se ve de la empresa, de los cuales menciona a cinco aspectos muy importantes los cuales se deben tomar en cuenta, estos son, equipamiento moderno,

instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia pulcra de los trabajadores, elementos tangibles atractivos, todos ellos se proceden a detallar el en párrafo siguiente”.

#### **2.2.1.1.1. Equipamiento moderno**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “se refiere a modernizar los equipos de la empresa en un todo, de los cuales están las computadoras, impresoras, ventiladores, equipos de sonido, aire acondicionado, y otros más que sean necesarios según se del caso del negocio, también para esto es necesario contar con un cronograma ya planeado de mantenimiento, donde los equipos funciones de manera correcto y facilite la gestión de la empresa y el buen servicio al cliente”.

#### **2.2.1.1.2. Instalaciones físicas visualmente atractivas**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “las instalaciones físicas visualmente atractivas, esto se refiere a las instalaciones en sí de la empresa, donde estas estén instaladas por profesionales en su campo, por ende estén bien instaladas y cumplan con los estándares de seguridad, donde estén instaladas de manera estética y estas se vean atractivas para los usuarios, estas son, instalaciones sanitarias, instalaciones eléctricas, instalaciones de intercomunicadores, instalaciones de cámaras de vigilancia, instalaciones de internet y teléfono, entre otros que sean necesarios según el tipo de negocio de la empresa”.

#### **2.2.1.1.3. Apariencia pulcra de los trabajadores**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “la apariencia pulcra de los trabajadores tiene que ser la adecuada donde el personal cuida su aspecto personal, limpieza del uniforme, cuidada su aseo personal, es prolijo, cuidadoso para hablar, y educado para atender al cliente o usuario”.

#### **2.2.1.1.4. Elementos tangibles atractivos**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los elementos tangibles atractivos son todo lo atractivo que muestra la empresa al cliente a la hora de ser atendido en el establecimiento, esto sería la decoración del local con un pintado de colores atractivos, limpieza del local, limpieza de los servicios higiénicos, sala de espera con asientos cómodos y ergonómicos, oficinas estéticamente ordenadas e instaladas, entre otros según sea el negocio de la empresa”.

#### **2.2.1.2. Fiabilidad**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “es la capacidad de la empresa para cumplir bien y de manera rápida sus promesas, es decir la habilidad para brindar un servicio de manera fiable y cuidadosa, de los cuales menciona a cuatro aspectos muy importantes los cuales se deben tomar en cuenta, estos son, cumplimiento de las promesas, interés en la resolución de problemas, realizar el servicio a la primera, concluir en el plazo prometido, los cuales se detallaran a continuación en los párrafos siguientes”.

##### **2.2.1.2.1. Cumplimiento de las promesas**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “el cumplimiento de promesas es un factor muy importante, estos son los compromisos pactados por la empresa y el cliente quien a su vez el cliente exige que la empresa le cumpla lo que prometió y la empresa cumplir con lo prometido en el tiempo estimado”.

##### **2.2.1.2.2. Interés en la resolución de problemas**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los colaboradores de la empresa demuestran interés para dar solución a los problemas del cliente, que puede tener, de manera oportuna y rápida, esto quiere decir que la empresa de inmediato tiene que ver las medidas correctivas para dar solución al problema del cliente”.

#### **2.2.1.2.3. Realizar el servicio a la primera**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “al realizar el servicio a la primera se refiere que los empleados tienen que priorizar atender los requerimientos del cliente a la primera, lo más rápido posible, inclusive antes de la fecha pactada, esto quiere decir que los empleados tienen que atender al cliente de manera rápida y oportuna”.

#### **2.2.1.2.4. Concluir en el plazo prometido**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “la empresa tiene que concluir el servicio pactado en el plazo que prometió ser efectivo, el autor menciona que es de vital importancia concluir por muy tardar en el plazo prometido el servicio al cliente, de lo contrario esto generaría serios problemas a la entidad prestadora de servicios”.

#### **2.2.1.3. Capacidad de respuesta**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “es la disponibilidad para atender al cliente o usuario con rapidez, es decir es la capacidad de voluntad y disposición para ayudar a los clientes y brindar un servicio adecuado y rápido, de los cuales menciona cuatro aspectos importantes, estos son, colaboradores comunicativos, colaboradores rápidos, personal dispuestos a ayudar, colaboradores que responden, donde se proceden a detallar el en los párrafos siguientes”.

##### **2.2.1.3.1. Colaboradores comunicativos**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los colaboradores tienen que tener las habilidades comunicativas efectivas, tengan capacidad para expresarse de manera adecuada y educada a los clientes o usuarios, de manera clara, entendible que no genere dudas o que se interprete el mensaje erróneamente”.

##### **2.2.1.3.2. Colaboradores rápidos**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los empleados tengan habilidades y disposición de ayudar que les permita atender y brindar un servicio lo más

rápido posibles a los usuarios, es decir que tengan la capacidad de gestionar las quejas y reclamos de manera eficiente”.

#### **2.2.1.3.3. *Colaboradores dispuestos a ayudar***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “en una empresa de servicios tiene que disponer de personal dispuestos a ayudar, si no los tiene, la empresa efectuara medidas correctivas necesarias que le permitan tener empleados dispuestos a ayudar al cliente con sus necesidades, esto quiere decir que la empresa contara con planes de capacitación que le permita tener empleados consientes que es importante estar dispuestos ayudar al cliente”.

#### **2.2.1.3.4. *Colaboradores que responden***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los colaboradores que responde son aquellos que cumplen con las metas y hacen más de lo que se les pide, están comprometidos con la empresa y atienden a cliente como si fueran suyos”.

#### **2.2.1.4. Seguridad**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “son los conocimientos, habilidades y atención mostrados por parte del personal para inspirar confianza y credibilidad al cliente o usuario, es decir minimizar los riesgos peligros o dudas cumpliendo con los estándares de seguridad, de los cuales menciona cuatro aspectos importantes, estos son, personal que transmite confianza, usuarios seguros con la empresa, colaboradores amables, colaboradores bien formados, donde se proceden a detallar el en los párrafos siguientes”.

##### **2.2.1.4.1. *Personal que transmite confianza***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “la empresa necesita de personal que tramita confianza a los usuarios o clientes, teniendo conocimiento, habilidades,



experiencia, en la empresa donde trabaja, esto quiere decir si el personal cuenta con las habilidades, el conocimiento, la experiencia necesarios genera confianza a los usuarios”.

#### **2.2.1.4.2. *Usuarios seguros con la empresa***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los usuarios con la empresa son cuando son tendidos con profesionalismo, donde ven que la empresa cumple con todos los estándares de seguridad, tiene el personal idóneo, los clientes son bien atendidos, existe orden y limpieza, esto genera seguridad en el usuario al tomar un servicio de la empresa”.

#### **2.2.1.4.3. *Colaboradores amables***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “las empresas tienen que contar con colaboradores que tengan cualidades y habilidades para atender con amabilidad a los cliente o usuarios, es de vital importancia que los empleados sean muy amables con los clientes a la hora de atenderlos”.

#### **2.2.1.4.4. *Colaboradores bien formados***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los colaboradores deben de estar bien formados, esto quiere que tiene que tener valores y principios, tales como respeto, responsabilidad, cortesía, amabilidad, vocación de servicio, honestidad, todo ello nos lleva a que el cliente se sienta seguro al ser atendido, ya que la empresa cuenta con personal debidamente formada y confiable”.

#### **2.2.1.5. *Empatía***

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “es la atención individualizada que se ofrece a cada cliente, es decir buscar ponerse en el lugar del cliente y ayudarlo a que su necesidad sea atendida, de los cuales menciona cinco aspectos importantes, estos son, atención individualizada al cliente, horario conveniente, atención personalizada de los colaboradores, preocupación por los intereses de los usuarios, finalmente comprensión por las necesidades de los usuarios, donde se proceden a detallar el en los párrafos siguientes”.

#### **2.2.1.5.1. Atención individualizada al cliente**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “la empresa tiene que brindar una atención individualizada al cliente, esto quiere decir que los clientes o usuarios prefieren una atención individualizada del servicio que reciben, de ese modo lograr comprender mejor de que trata, como la empresa lo efectúa, y en qué términos”.

#### **2.2.1.5.2. Horario conveniente**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los horarios de atención tienen que ser convenientes, es decir que, la empresa establezca y haga cumplir los horarios de atención y estos tienen que ser acordes al de los usuarios en que serán atendidos”.

#### **2.2.1.5.3. Atención personalizada de los colaboradores**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “tiene que haber atención personalizada de los trabajadores a los usuarios o clientes, esto quiere decir que, los usuarios o clientes esperan ser atendidos de manera personalizada por un encargado exclusivamente”.

#### **2.2.1.5.4. Preocupación por los intereses de los usuarios**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “usuarios o clientes esperan que los empleados de las empresas que los atienden se preocupen por su interés, esto quiere decir que, los usuarios al momento de ser atendidos los empleados se muestren interesados, se preocupen por sus intereses o necesidades respecto al servicio que esperan recibir o están recibiendo”.

#### **2.2.1.5.5. Comprensión por las necesidades de los usuarios**

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “los usuarios esperan de los empleados de la empresa comprendan sus necesidades, es decir esperan ser entendidos según sus necesidades, lo cual conlleva a que ellos se sientan cómodos y comprendidos”.

### **2.2.2. Satisfacción de los usuarios**

Según Cosso (2008), menciona que, “es el resultado de comparar las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa, partiendo de las expectativas del cliente, esto se refiere al servicio que espera recibir el cliente y percepción es lo que el cliente percibe del servicio que recibe y allí, si el servicio está de acuerdo a sus expectativas el cliente se siente satisfecho, si el servicio no cumple con las expectativas el cliente queda insatisfecho, finalmente si el servicio supera las expectativas del cliente este queda complacido”.

Según Evans y Lindsay (2008), menciona que, “la satisfacción es la forma de medir la calidad del servicio según las expectativas que espera del servicio y percepciones del servicio que recibió, es decir se determina los niveles de satisfacción tales como satisfecho, donde el servicio cumple con sus expectativas, insatisfecho es cuando el servicio no cumple con las expectativas del cliente y complacencia es cuando el servicio supera las expectativas del cliente”.

Según Camisón, Cruz y Gonzales (2006), menciona que, “la satisfacción está dado por la calidad del servicio que una empresa brinda según sea el caso, tiene que ver con algo que se quiere, se espera o desea el cliente, además se espera calidad en el servicio, es por ello los beneficios de lograr la satisfacción de los clientes es que el cliente vuelve a usar el servicio, y si este una vez satisfecho comunica usando el servicio recomendará a otros sus experiencias positivas del servicio que recibió”.

Luego de realizar un análisis minucioso, podemos afirmar que el autor principal de la variable satisfacción de los usuarios será Cosso (2008), en su libro titulado “Administración y control de calidad, debido a que menciona la forma de evaluación de la variable en estudio, definiéndolo a través de dos dimensiones como son las expectativas y la percepción”.

### **2.2.2.1. Expectativas del cliente**

Según Cosso (2008), menciona que, “las expectativas son la esperanza o lo que esperan recibir los clientes de un servicio, es por ello, las empresas deben tener cuidado de establecer estrategias que estén acorde a las expectativas del cliente, de los cuales menciona cinco aspectos importantes, estos son, comunicación boca – oído, necesidades personales, experiencias anteriores, comunicación externa, donde se proceden a detallar el en los párrafos siguientes”.

#### **2.2.2.1.1. Comunicación boca – oído**

Según Cosso (2008), menciona que, “la comunicación boca – oído se refiere a las experiencias y recomendaciones que percibieron otros clientes o usuarios que comunican a otros clientes como fueron atendidos y de la calidad del servicio que recibieron de la empresa”.

#### **2.2.2.1.2. Necesidades personales**

Según Cosso (2008), menciona que, “las necesidades personales, se refiera a lo que el cliente necesita verdaderamente estas pueden ser necesidades físicas, necesidades sociales, y necesidades psicológicas”.

#### **2.2.2.1.3. Experiencias anteriores**

Según Cosso (2008), menciona que, “las expectativas anteriores son las expectativas de clientes que han tenido anteriormente en otras empresas del mismo rubro de negocio, lo cual el cliente espera un mejor servicio del que recibió antes”.

#### **2.2.2.1.4. Comunicación externa**

Según Cosso (2008), menciona que, “la comunicación externa son las señales que ofrece la empresa del servicio que brinda ya sea de mediante publicidad o el precio del servicio en sí”.

#### **2.2.2.2. Percepción del cliente**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción del cliente está dado en el momento en que este recibe el servicio, es decir es todo aquello lo que el cliente siente escucha y ve de la empresa y del servicio que ha recibido comparándolo con experiencias anteriores y si estas están de acuerdo a sus expectativa o no, se puede decir es el resultado de lo que esperaba y lo recibió, de los cuales menciona cinco aspectos importantes que es la evolución del cliente por así decirlo del servicio que la empresa brinda, estos son, parte física de la empresa, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, donde se proceden a detallar el en los párrafos siguientes”.

##### **2.2.2.2.1. Parte física de la empresa**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción de la parte física de la empresa por parte del cliente es determinar si esa tienen deficiencias en la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, apariencia del personal es la adecuada, lo que respecta equipos o materiales de comunicación, además la percepción del cliente respecto a la parte física del estado de las oficinas, sala de espera, limpieza del local, pintado del local, y la limpieza de los servicios higiénicos, todos estos aspectos el cliente percibe a la hora de recibir el servicio”.

##### **2.2.2.2.2. Fiabilidad**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción respecto a la fiabilidad de la empresa el cliente al momento de ser atendido nota si los empleados tienen la habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”.

##### **2.2.2.2.3. Capacidad de respuesta**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción del cliente respecto a la capacidad de respuesta percibe disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido al momento de que recibe el servicio o es atendido”.

#### **2.2.2.2.4. Seguridad**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción del cliente respecto a seguridad al ser atendido este ve que el empleado que lo atiende tiene conocimientos como atender, habilidades para inspirar confianza y credibilidad, y la empresa cumple con los estándares de seguridad esto genera que en la empresa el cliente sienta seguridad”.

#### **2.2.2.2.5. Empatía**

Según Cosso (2008), menciona que, “la percepción del cliente respecto a empatía es que la empresa cumpla en darle una atención individualizada al cliente y entender sus necesidades”.

### **2.3. Identificación de variables**

Variable Independiente: Servicio de atención al cliente

Variable Dependiente: Satisfacción de los usuarios

### **2.4. Marco conceptual o términos**

#### **2.4.1. Servicio de atención al cliente**

Cuando hablamos de servicio al cliente es el principal pilar de toda organización. El diccionario enciclopédico Larousse lo define como “**Disposición**: “*estar al servicio de alguien*” y ayudarlo a solucionar sus problemas.

#### **2.4.2. Cliente**

Al mencionar cliente, nos referimos a la persona más importante para una empresa puede tener, es decir como muchos autores lo dicen, es la razón de ser del negocio, la cual accede a un servicio o producto por medio de una transacción financiera.

#### **2.4.3. El servicio al cliente**

En este caso hablamos de un conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de los clientes

externos. Satisfacción: Se define como el cumplimiento de los requisitos determinados para obtener un resultado positivo para la entidad.

#### **2.4.4. Satisfacción de los usuarios**

Cuando hablamos de satisfacción del usuario, es el resultado de un proceso que inicia en el usuario concreto y real, lo cual culmina en el mismo usuario, y en tal sentido es un fenómeno esencialmente subjetivo ya que no podemos comprender en su totalidad debido a sus cambios continuos, desde su naturaleza hasta su propia medición e interpretación de su presencia y preferencias, así como su nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un proceso o servicio con sus expectativas de acuerdo a sus necesidades personales.

### **2.5. Hipótesis**

#### **2.5.1. General**

HI: Existe una relación significativa entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.

#### **2.5.2. Específicas**

- a. Existe una relación significativa entre la parte física de la empresa y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.
- b. Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.
- c. Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.
- d. Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.

- e. Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.

## 2.6. Operacionalización de variables

TÍTULO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Servicio de atención al cliente y la relación con los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.	Servicio de atención al cliente	Parte física de la empresa	Equipamiento moderno de vehículos
			Instalaciones físicas visualmente atractivas
			Apariencia pulcra de los trabajadores
		Fiabilidad	Elementos tangibles atractivos
			Cumplimiento de las promesas
			Interés en la resolución de problemas
			Realizar el servicio a la primera
		Capacidad de respuesta	Concluir en el plazo prometido
			Colaboradores comunicativos
			Colaboradores rápidos
		Seguridad	Colaboradores dispuestos a ayudar
			Colaboradores que responden
			Personal que transmite confianza
			Usuarios seguros con la empresa
		Empatía	Colaboradores amables
			Colaboradores bien formados
			Atención individualizada al cliente
			Horario conveniente
Atención personalizada de los colaboradores			
Expectativas	Preocupación por los intereses de los usuarios		
	Comprensión por las necesidades de los usuarios		
	Comunicación boca – oído		
	Necesidades personales		
	Experiencias anteriores		
	Comunicación externa		
	Parte física de la empresa		
Percepción	Fiabilidad		
	Capacidad de respuesta		
	Seguridad		
	Empatía		



## **CAPÍTULO III**

### **MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de estudio**

Hernández, Fernández, Baptista (2014), menciona que, “el tipo de investigación será correlacional, a consecuencia de que se busca establecer relación entre las variables objeto de estudio, atención al cliente y satisfacción de los usuarios”.

#### **3.2. Diseño de investigación**

Hernández, Fernández, Baptista (2014), menciona que, “el diseño de la presente investigación será no experimental, esto debido a que no se realizara manipulación alguna en las variables atención al cliente y satisfacción, los cuales son objeto de estudio, asimismo, será de corte transversal, debido a que las variables serán analizadas por única vez en ese entorno natural”.

#### **3.3. Población y Muestra**

##### **3.3.1. Delimitación especial y temporal**

###### **Delimitación espacial**

El presente proyecto de investigación se desarrollará de manera específica en la empresa Brisas del Gera, ubicado en el Distrito de Jepelacio del Departamento de San Martín, Provincia de Moyobamba.

###### **Delimitación temporal**

El presente proyecto de investigación tendrá una duración de 06 meses, empezando desde el mes de mayo hasta el mes de octubre del presente año 2018.

### 3.3.2. Delimitación de la población y muestra

#### **Población**

La población estará conformada por 24,500 habitantes (Según Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI), es importante mencionar que dicho monto son los posibles pasajeros que la empresa logra transportar.

#### **Muestra**

##### *Fórmula para el cálculo de la población*

Donde:

z: Nivel de confianza = 1.96

p: Proporción de la población: 0.50

q:  $1-p = 0.50$

e: Es el error máximo de la población = 5%

N: Tamaño de la población = 14,400

n: Tamaño de muestra= ¿?

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2} = 384.16$$

*Total población 14,400 según constancia de flujo de pasajeros*

$$n = \frac{n}{1 + (n-1)/N}$$

$$n = \frac{384}{1 + (384-1)/24,500} = \frac{384}{1.0156} = 378$$

$$N = 378$$

La muestra de estudio estará conformada por 378 pasajeros que ocupan el servicio de transporte en el transcurso de un día, dicho muestreo será probabilístico, pues según Vara (2012), menciona que, existen dos tipos generales de muestreo el primero es muestreo probabilístico y el muestreo no probabilístico, también mención que la muestra probabilística, es la más adecuada para identificar índices y describir

poblaciones mediante muestras, es por eso para este tipo de muestreo es típico y necesario cuando se está realizando investigaciones cuantitativas, descriptivas y correlacionales, es por ello que hay varios tipos de muestreo probabilístico, dependiendo de la complejidad de la población, por tanto se tiene, muestreo aleatorio simple, muestreo sistemático, muestreo estratificado, muestreo por conglomerados y muestreo polietápico según sea el caso.

### **3.4. Plan de procesamiento de datos**

#### **3.4.1. Diseño del instrumento de investigación**

En cuanto al diseño del instrumento, se tomará a los autores Camisón, Cruz y Gonzales (2006), para el instrumento de la variable servicio de atención al cliente y al autor Cosso (2008), para el instrumento de la variable satisfacción de los usuarios, para luego ser validado por los expertos y finalmente se pueda aplicar a la muestra de estudio de la presente investigación.

#### **3.4.2. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos**

La técnica de procesamiento y análisis de datos a utilizar en la presente investigación será a través del programa estadístico SPSS versión 22, además para saber si el instrumento es fiables usaremos la prueba de fiabilidad de Alpha de Cronbach, asimismo, se utilizará el coeficiente de correlación Rho de Spearman, que es calculado para variables continuas, si tenemos dos variables  $X$  e  $Y$ , la correlación entre ellas se la nombra  $r(X, Y)$ , o solo  $r$  y está dada por:

Correlación Rho de Spearman:

-0.90 = Correlación negativa muy fuerte

-0.75 = Correlación negativa considerable

-0.50 = Correlación negativa media

-0.25 = Correlación negativa débil

-0.10 = Correlación negativa muy débil

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables

+0.10 = Correlación positiva muy débil

+0.25 = Correlación positiva débil

+0.50 = Correlación positiva media

+0.75 = Correlación positiva considerable

+0.90 = Correlación positiva muy fuerte

+1.00 = Correlación positiva perfecta

De tal forma poder obtener los cuadros y gráficos estadísticos, los cuales serán analizados e interpretados, para una mejor comprensión del contenido, finalmente se llegarán a plasmar las conclusiones y recomendaciones según corresponda.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

#### 4.1 Fiabilidad del instrumento de investigación

Tabla 1:  
*Estadísticos de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	0,75	N de elementos	28

*Fuente: Elaboración propia*

#### Interpretación

En la presente tabla se puede observar las estimaciones de confiabilidad a través de los coeficientes de consistencia interna, los cuales fueron obtenidos a partir de la muestra tomada por 384 usuarios que utilizan el servicio de transporte, por lo tanto, a través de la técnica utilizada del alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de 0.75, lo cual indica una alta fiabilidad.

#### 4.2 Prueba de hipótesis general

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### Regla de decisión

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ).

Tabla 2:

*Análisis de correlación entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Servicio de atención al cliente	Rho de Spearman	,756**
	p-valor	,000
	N	378

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de las variables servicio de atención al cliente y satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.756$  y un valor  $p = 0.000$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir lo cual indica que existe una correlación positiva media entre ambas variables de estudio, por lo tanto, podemos afirmar que si el servicio de atención al cliente en buena, la satisfacción de los usuarios también lo mejorara.

### **4.3 Primera hipótesis específica**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### **Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>).

Tabla 3:

*Análisis de correlación entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Parte física de la empresa	Rho de Spearman	,130*
	p-valor	,012
	N	378

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de la dimensión parte física de la empresa y la variable satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.130$  y un valor  $p = 0.012$ , esto significa que existe una correlación positiva baja, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, es decir, que no existe relación entre la parte física de empresa y la satisfacción de los usuarios. Indicando que al mejorar la parte física de la empresa, no mejorará la satisfacción de los usuarios.

### **4.4 Segunda hipótesis específica**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### **Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ).

Tabla 4:

*Análisis de correlación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Fiabilidad	Rho de Spearman	,119*
	p-valor	,021
	N	378

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia.*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.119$  y un valor  $p = 0.021$ , esto significa que existe una correlación positiva baja, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir la fiabilidad no se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

Indicando que al mejorar la fiabilidad, no mejorará la satisfacción de cada uno de los usuarios.

### **4.5 Tercera hipótesis específica**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### **Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna (H<sub>1</sub>).



Tabla 5:

*Análisis de correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Capacidad de respuesta	Rho de Spearman	,229**
	p-valor	,000
	N	378

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.229$  y un valor  $p = 0.000$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe una correlación positiva baja entre dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los usuarios, por lo tanto podemos afirmar que si la dimensión de capacidad de respuesta es buena, la satisfacción de cada uno de los usuarios también mejorará, lo que favorecerá a aumentar la cartera de clientes de la Asociación de transportistas Brisas del Gera de Jelepacio.

### **4.6 Cuarta hipótesis específica**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### **Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ).

Tabla 6:

*Análisis de correlación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Seguridad	Rho de Spearman	,793**
	p-valor	,000
	N	378

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.793$  y un valor  $p = 0.000$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir existe una correlación positiva media entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los usuarios, por lo tanto podemos afirmar que si la dimensión de seguridad es buena, la satisfacción de cada uno de los usuarios también mejorará, lo que favorecerá a aumentar la cartera de clientes de la Asociación de transportistas Brisas del Gera de Jelepacio.

### **4.7 Quinta hipótesis específica**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.

#### **Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula ( $H_0$ ).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna ( $H_1$ ).

Tabla 7:

*Análisis de correlación entre la empatía y satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018.*

		Satisfacción de los usuarios
Empatía	Rho de Spearman	,479**
	p-valor	,000
	N	378

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración propia*

### **Interpretación**

En la presente tabla se observa la correlación de la dimensión empatía y la variable satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, 2018. Mediante el análisis estadístico Rho de Spearman se obtuvo un resultado de  $r = 0.479$  y un valor  $p = 0.000$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe una correlación positiva baja entre dimensión empatía y la variable satisfacción de los usuarios, por lo tanto, podemos afirmar que si la dimensión de empatía es buena, la satisfacción de cada uno de los usuarios también mejorará, lo que favorecerá a aumentar la cartera de clientes de la Asociación de transportistas Brisas del Gera de Jelepacio.

### **4.8 Discusiones**

El principal objetivo de esta investigación fue determinar si existe relación entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, año 2018, mediante el instrumento que permitió evaluarlos. Donde se encontró que si existe relación entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios ( $r = .457^{**}$ ;  $p < .000$ ). Datos similares que se pueden observar en la investigación del Hermosa, (2015) quien encontró que, si existe relación, obteniéndose que la calidad de servicio influye de forma significativa y directa que al aumentar la calidad

de servicio aumenta el nivel de satisfacción de cliente demostrando que la calidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Gechisa.

En cuanto al primer objetivo específico: Determinar si existe relación significativa entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018. Los resultados permiten confirmar que no existe relación ( $r = .130^*$ ;  $p < .012$ ) significativa entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio. En este objetivo la relación es baja, la misma que no interviene en la satisfacción de los usuarios.

En cuanto al segundo objetivo específico: Determinar si existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018. Los resultados permiten confirmar que no existe relación ( $r = .119^*$ ;  $p < .021$ ) significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio. En este objetivo la relación es baja, la misma que no interviene en la satisfacción de los usuarios. En tal sentido se debe brindar un servicio fiable y cuidadoso, cumplir con los compromisos pactados por la empresa ayudará a mejorar esta variable (Camisón, Cruz y Gonzales, 2006).

Con respecto al tercer objetivo específico: Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018. Los resultados permiten confirmar que si existe relación ( $r = .229^{**}$ ;  $p < .000$ ) significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio. En este caso Camisón, Cruz y Gonzales (2006), refieren que los colaboradores deben tener la disponibilidad para atender al cliente o usuario con rapidez, es decir es la capacidad de voluntad y disposición para ayudar a los clientes y brindar un servicio adecuado y rápido.

Con respecto al cuarto objetivo específico: Determinar si existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, año 2018. Los resultados permiten confirmar que si existe relación ( $r = .793^{**}$ ;  $p < .000$ ) significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio. En relación a eso Camisón, Cruz y Gonzales (2006), añaden que los conocimientos, habilidades y atención mostrados por parte del personal sirven para inspirar confianza y credibilidad en el cliente o usuario, además de ayudar a minimizar los riesgos, peligros o dudas cumpliendo con los estándares de seguridad.

Finalmente, con respecto al quinto objetivo específico: Determinar si existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, año 2018. Los resultados permiten confirmar que si existe relación ( $r = .479^{**}$ ;  $p < .000$ ) significativa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio. Por su parte Camisón, Cruz y Gonzales (2006), refieren que la empatía es una habilidad social, tanto cognitiva como emocional, que permite ponerse en la situación emocional de otra persona y comprender sus sentimientos y acciones para poder canalizarlos en favor de la empresa y atender las necesidades de los clientes.

## CONCLUSIONES

Bajo la interpretación y el análisis de los resultados del trabajo de investigación titulado Servicio de atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, año 2018, se realizaron las siguientes conclusiones en función a los objetivos planteados:

- a) Respecto al objetivo general propuesto, se concluye que si existe relación significativa ( $r = .756^{**}$ ;  $p < .000$ ) entre el servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, es decir, a mejor servicio de atención al cliente, mejor nivel de satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio.
- b) Para el primer objetivo específico, se concluye que no existe relación significativa ( $r = .130^{*}$ ;  $p < .012$ ) entre la parte física de la empresa y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, es decir, que, al mejorar la parte física de la empresa, no mejorará la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio.
- c) Con respecto al segundo objetivo específico, se concluye que no existe relación significativa ( $r = .119^{*}$ ;  $p < .021$ ) entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, es decir, que, al mejorar la parte fiabilidad, no mejorará la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio.
- d) Con respecto al tercer objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa ( $r = .229^{**}$ ;  $p < .000$ ) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio, es decir, a mejor capacidad de respuesta, mejor nivel de satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jelepacio.

- e) Con respecto al cuarto objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa ( $r = .793^{**}$ ;  $p < .000$ ) entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, es decir, a mejor seguridad, mejor nivel de satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio.
- f) Finalmente, con respecto al quinto objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa ( $r = .479^{**}$ ;  $p < .000$ ) entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio, es decir, a mejor empatía, mejor nivel de satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Japelacio.

## RECOMENDACIONES

1. Si bien es cierto existe una correlación positiva considerable entre servicio de atención al cliente y la satisfacción de los usuarios, es por ello que se deben tener en cuenta los factores que intervienen en ambas variables y poder realizar un seguimiento de los mismos, ya que, al tener un buen servicio de atención al cliente, este se verá reflejado en la satisfacción de los mismos.
2. Asimismo, podemos decir que la parte física es un factor que no debemos dejar de lado, sino que siempre es bueno que la empresa realice mejoras para poder brindar un servicio de calidad, ya que esto hará que los clientes se sientan identificados con la empresa y recomendarán el servicio.
3. Otro de los factores a tener en cuenta es la fiabilidad, ya que la empresa debe realizar un seguimiento a todos los conductores, para poder verificar si el trato que tienen con los usuarios es el correcto, brindando siempre al cliente el mejor servicio, para que el cliente pueda sentirse confiado y recomendar el servicio.
4. De igual manera el factor capacidad de respuesta es importante para la satisfacción del cliente, para ello la empresa deberá implementar un plan de supervisión constante en la empresa para poder determinar el grado de capacidad de respuesta que tienen los conductores frente a un acontecimiento que se pueda dar con los clientes.
5. Asimismo, el factor de la seguridad es muy importante, por lo que la empresa deberá capacitar a los conductores para poder brindar un servicio de calidad, además es importante que el personal se mantenga capacitado de manera constante a fin de poder mostrar la calidad de la empresa, por ende, esto se verá reflejado en el incremento de la cartera de clientes o bien en el registro de pasajeros.
6. Finalmente, la empresa debe tomar en cuenta la empatía para poder obtener la satisfacción del usuario, para ello tendrá que mantener informado al personal, sobre las



reglas de la empresa respecto al servicio de atención al cliente, para que estos puedan reflejar los objetivos y metas trazadas.

## Bibliografía

### Libros

- Vargas, M. y Aldana de vega, A.(2014). *Calidad y servicio Conceptos y Herramienta. 3ra Ed.* Ecoe Ediciones. Bogota – Colombia.
- Camisón, C., Cruz, S. y Gonzales, T. (2006). *Gestión de la calidad conceptos, enfoque, modelos y sistemas.* Pearson Educación, S. A. Madrid – España.
- Cosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del Cliente.* Panorama Editorial, S.A. de C.V. México.
- Evans, J. R., y Lindsay, W. M. (2008). *Administracion y control de calidad.* Editores, S.A. de C.V. Mexico.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* 6ta Ed. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

### Tesis

- Borjas, G. (2013). *Análisis, diseño e implementación de un sistema de información para la administración de horarios y rutas en empresas de transporte público.* Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4998>
- Azón, D. (2016). *Análisis de la calidad del servicio que ofrecen a los usuarios la cooperativa interprovincial de transporte INÉS María del cantón Naranjito CITIM.* Universidad Estatal de Milagro. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/2821?locale-attribute=en>
- León, J. y Pitalua, E. (2011). *Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena.* Universidad de Cartagena. Colombia. Recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1421/1/tesis%20aprobada%20terminal%20de%20transporte.pdf>.

- Oña, R. (2013). *Análisis de la calidad del servicio del transporte público mediante árboles de decisión*. Universidad de granada. España. Recuperado de <https://hera.ugr.es/tesisugr/21976958.pdf>.
- Heredia, J. (2015). *Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte publico tipo bus integrando variables latentes*. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/50005/1/1128278231.2015.pdf>.
- Gamarra, B., y Delgado, J. (2016). *Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014*. Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco. Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/98/253T20160004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Cahuana, E., Huamán, H., Aivar, L. y Atao, C. (2011). *Calidad de los servicio de transporte público urbano de la ruta 104 – dorado en la ciudad del cusco*. Universidad Nacional de san Antonio abad del Cusco. Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/98/253T20160004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Luque, N. (2015). *Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015*. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú. Recuperado de [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/241/Nelly\\_Luque\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/241/Nelly_Luque_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Hermosa, L. (2015). *Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana 2015*. Universidad nacional de Piura. Perú. Recuperado de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/279/ADM-HER-MUN-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Gonzales Toledo, O. E. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, 2016* .Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Perú.

Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1072/MYPE\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_GONZALES\\_TOLEDO\\_OLIVIA\\_ELISABET.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1072/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_GONZALES_TOLEDO_OLIVIA_ELISABET.pdf?sequence=4&isAllowed=y).

Montalván, M. J. (2016). *Caracterización de la capacitación y calidad del servicio en las MYPES rubro transporte de pasajeros ciudad de Tumbes, 2016* .Universidad

Católica los Ángeles Chimbote. Perú. Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/993/CAPACITACION\\_CALIDAD\\_%20DE\\_SERVICIO\\_MONTALBAN\\_MORETO\\_MARIA\\_JANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/993/CAPACITACION_CALIDAD_%20DE_SERVICIO_MONTALBAN_MORETO_MARIA_JANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Ocaña, A. D. (2016). *Características de la capacitación y calidad de servicio de las mype rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015* .Universidad

Católica los Angeles Chimbote. Perú. Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/812/CAPACITACION\\_CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_OCANA\\_JAIMES\\_ALAN\\_DUBERLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/812/CAPACITACION_CALIDAD_DE_SERVICIO_OCANA_JAIMES_ALAN_DUBERLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Ramirez, I. Y. (2016). *Calidad en el servicio de transporte turístico del Canton Santa*

Rosa. Universidad Técnica de Machala. Ecuador. Recuperado de

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9494/1/ECUACE-2016-HT-DE00048.pdf>.

## **Artículos**

Clemenza, C., Gotera, A., y Araujo, R. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Redalyc.Org*, 103-124.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc.Org*, 381-398.

Zavaleta Cuevas, L. M., y Vela Mori , R. (2014). .Universidad Privada Antenor Orrego. Perú.

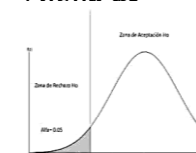
## **Sitos Web**

Vara, A. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Siete pasos para una tesis exitosa. Desde la idea inicial hasta la sustentación. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Lima, Peru. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/349>

## Anexos

### Anexo 1: Matriz instrumental

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CATEGORÍA	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS	VALORACIÓN ESTADÍSTICA
Servicio de atención al cliente	Parte física de la empresa	Equipamiento moderno de vehículos	Ítem 1	1. Totalmente en desacuerdo 2. Bastante en desacuerdo 3. Ni de Acuerdo ni en desacuerdo 4. Bastante de acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	Asociación de Transportistas Brisas del Gera del Distrito de Jepelacio.	Cuestionario de preguntas. Camisón, Cruz y Gonzales (2006) y Cosso (2008),	Prueba de fiabilidad de Alfoha de
		Instalaciones físicas visualmente atractivas	Ítem 2				
		Apariencia pulcra de los trabajadores	Ítem 3				
		Elementos tangibles atractivos	Ítem 4				
	Fiabilidad	Cumplimiento de las promesas	Ítem 5				
		Interés en la resolución de problemas	Ítem 6				
		Realizar el servicio a la primera	Ítem 7				
		Concluir en el plazo prometido	Ítem 8				
	Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos	Ítem 9				
		Colaboradores rápidos	Ítem 10				
		Colaboradores dispuestos a ayudar	Ítem 11				
		Colaboradores que responden	Ítem 12				
	Seguridad	Personal que transmite confianza	Ítem 13				
		Usuarios seguros con la empresa	Ítem 14				
		Colaboradores amables	Ítem 15				
		Colaboradores bien formados	Ítem 16				
	Empatía	Atención individualizada al cliente	Ítem 17				
			Ítem 18				
		Horario conveniente	Ítem 19				



		Atención personalizada de los colaboradores	Ítem 20
		Preocupación por los intereses de los usuarios	Ítem 21
		Comprensión por las necesidades de los usuarios	
Satisfacción de los usuarios	Expectativas	Comunicación boca – oído	Ítem 22
		Necesidades personales	Ítem 23
		Experiencias anteriores	Ítem 24
		Comunicación externa	Ítem 25
	Percepción	Parte física de la empresa	
		Fiabilidad	Ítem 26
		Capacidad de respuesta	Ítem 27
		Seguridad	Ítem 28
		Empatía	

**Anexo 2: Matriz de consistencia**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DISEÑO METODOLOLÓGICO</b>
<p><b>Problema general</b> ¿De qué manera el servicio de atención al cliente se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?</p> <p><b>Problemas específicos</b> a) ¿De qué manera la parte física de la empresa se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018? b) ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018? c) ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018? d) ¿De qué manera la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018? e) ¿De qué manera la empatía se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar de qué manera el servicio de atención al cliente se relaciona con la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> a) Determinar de qué manera la parte física de la empresa se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018. b) Determinar de qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018. c) Determinar de qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018. d) Determinar de qué manera la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018. e) Determinar de qué manera la empatía se relaciona con la satisfacción del usuario de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.</p>	<p>HI: El servicio de atención al cliente se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, 2018.</p>	<p>Servicio de Atención al Cliente</p> <p>Satisfacción de los usuarios</p>	<p><b>Método de Estudio</b> Está basado en un estudio de carácter no experimental, trasversal</p> <p><b>Tipo de estudio</b> Descriptivo Correlacional</p> <p><b>Área de estudio</b> Distrito de Jepelacio, región San Martin</p> <p><b>Población y muestra</b> Conformado por la Asociación de Transportistas a Brisas del Gera Jepelacio, 2018</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario de preguntas</p> <p><b>Valoración estadística:</b> 95%</p>



### ***Anexo 3: Instrumento de investigación***

Universidad Peruana Unión

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Profesional Administración y Negocios Internacionales

#### **Encuesta: Servicio de atención al cliente y la relación con la satisfacción de los usuarios**

La presente encuesta tiene el propósito de recoger información correspondiente al desarrollo de la tesis titulada: “Servicio de atención al cliente y la relación con la satisfacción de los usuarios al utilizar los servicios de transporte en la Asociación de Transportistas de autos Pasajeros y Carga Brisas del Gera Japelacio, 2018”. En este sentido, agradecemos de antemano la honestidad de sus respuestas, dada la seriedad exigida por una investigación.

#### **I. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA**

Marque con una X el número que corresponda a su respuesta,

##### **1. Género:**

Masculino (1)          Femenino (2)

##### **2. Edad del encuestado**

Menos de 21 años      (1)

22 – 32 años          (2)

33 – 46 años          (3)

46 – 63 años          (4)

64 años y más        (5)

##### **3. Estado civil**

Casado (1)    Soltero (2)          Divorciado (3)    Conviviente (4)

##### **4. Grado de instrucción**

Primaria (1)    Secundaria (2)      Superior (3)

## II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:

Cada ítem tiene tres posibles respuestas, marque con una X el número de la columna que corresponda a su respuesta.

Ni de				
Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

	Ítems					
	<b>SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
	<b>Parte física de la empresa</b>	1	2	3	4	5
01	¿Considera adecuado que la empresa renueve sus vehículos para el transporte de pasajeros?					
02	¿Las instalaciones con que cuenta la empresa son atractivas a la vista?					
03	¿La vestimenta de los trabajadores es adecuada de acuerdo a la labor que realizan?					
04	¿La empresa cuenta con ambientes atractivos dentro y fuera de la empresa?					
	<b>Fiabilidad</b>	1	2	3	4	5
05	¿La empresa cumple con las promesas hechas en las publicidades que realiza?					
06	¿La empresa muestra interés en resolver los problemas que acontecen con los clientes dentro y fuera de la empresa?					
07	¿Los vehículos de la empresa cumplen con los horarios de salida para el transporte de pasajeros?					
08	¿Los vehículos llegan a tiempo al lugar de destino?					
	<b>Capacidad de respuesta</b>	1	2	3	4	5
09	¿Los colaboradores de la empresa y choferes mantienen una comunicación fluida con los usuarios del servicio?					
10	¿Los colaboradores atienden de manera rápida y oportuna a los usuarios del servicio de transporte?					
11	¿Los colaboradores tienen disposición de ayudar a los usuarios respecto a algún inconveniente que pueda suceder en el transcurso de la utilización del servicio?					
12	¿Los colaboradores y choferes de la empresa responden a las dudas que tengan los usuarios del servicio?					
	<b>Seguridad</b>	1	2	3	4	5
13	¿Los conductores de los vehículos transmiten confianza a los usuarios a tal punto que puedan expresar su opinión con libertad respecto al servicio que utilizaron?					

14	Como usuario del servicio ¿Sientes seguridad al momento de utilizar el servicio de transporte?					
15	¿Los conductores son amables con los usuarios que utilizan el servicio de transporte?					
16	¿Se puede notar con claridad que los conductores están debidamente capacitados para realizar el servicio de transporte?					
	<b>Empatía</b>					
17	¿La empresa presta el servicio de transporte con precios adecuados acorde a la economía de los usuarios?					
18	¿Los horarios de salida de los vehículos son oportunos y acorde a las necesidades de los usuarios?					
19	¿Los conductores muestran preocupación por los intereses de los usuarios que utilizan el servicio?					
	<b>SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS</b>					
	<b>Expectativas</b>					
20	¿Cree usted que la comunicación boca – oído es un factor importante para que las personas decidan utilizar el servicio?					
21	¿Cree usted que la satisfacción de las necesidades por parte de la empresa es un factor importante para que las personas decidan utilizar el servicio?					
22	¿Cree usted que las experiencias pasadas en otras personas es un factor importante para que pueda decidir utilizar el servicio?					
23	¿Cree usted que la comunicación externa a través de publicidades que utiliza la empresa es un factor importante para decidir utilizar el servicio?					
	<b>Percepción</b>					
24	¿La empresa logró satisfacer su expectativa respecto a la parte física de la empresa?					
25	¿La empresa logró satisfacer su expectativa respecto a la fiabilidad?					
26	¿La empresa logró satisfacer su expectativa respecto a la capacidad de respuesta ante algún problema o duda acontecido?					
27	¿La empresa logró satisfacer su expectativa respecto a la seguridad que brinda en el servicio de transporte de los usuarios?					
28	¿La empresa logró satisfacer su expectativa respecto a la empatía que brindan los colaboradores en general?					

Fuente: *Elaboración propia*

*Anexo 4: Constancia de flujo de pasajeros y resoluciones.*

**ASOCIACIÓN DE TRANSPORTISTAS DE PASAJEROS Y CARGA "BRISAS DEL GERA"**

**CONSTANCIA DE FLUJO DE PASAJEROS**

El que suscribe, Presidente de la **ASOCIACIÓN DE TRANSPORTISTAS DE PASAJEROS Y CARGA "BRISAS DEL GERA"**; Ruta Distrito de Jepelacio, Provincia de Moyobamba Región San Martín;

**HACE CONSTAR.-**

Que, la Asociación de transportistas cuenta con 20 automóviles que trabajan diariamente en forma interrumpida, y cada unidad transporta 24 pasajeros al día (03 vueltas), multiplicado por 20 unidades, transportamos 480 pasajeros diarios, eso multiplicado por un mes tenemos un resultado de 14.400 pasajeros mensuales. Información que se les expide a los Bachilleres en Administración y Negocios Internacionales Teodomiro Salas Flores y Silnia Beatriz Díaz Díaz.

Se le expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada para los fines y usos que crea por conveniente.

JEPELACIO, 06 de OCTUBRE DEL 2017.

  
Sr. **SANTOS GARCIA SAAVEDRA**  
DNI Nº00860212  
PRESIDENTE



*Una Institución Adventista*

## Facultad de Ciencias Empresariales

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

RESOLUCIÓN N° 0578-2017/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 08 de mayo de 2017

**VISTO:**

El expediente N° 245/2017 FCE, de los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro**, identificado con Código Universitario N° 201221267 y **Díaz Díaz, Silnia Beatriz**, identificada con Código Universitario N° 201210756, ex alumnos de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión.

**CONSIDERANDO:**

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;  
Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la declaratoria de expedito, la aprobación y obtención del Título Profesional;

Que los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro** y **Díaz Díaz, Silnia Beatriz**, han solicitado designación de asesor(a), encargado(a) de orientar y asesorar el proceso al proyecto y ejecución de la investigación;

De conformidad con la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 08 de mayo de 2017, y con las disposiciones establecidas por el Reglamento General de la Grados y Títulos de la Universidad, la directiva para el otorgamiento de grados y títulos;

**SE RESUELVE:**

- a) Designar asesor al **Ing. José Tarrillo Paredes**, para que oriente y asesore el proceso y las precisiones correspondientes a la elaboración del proyecto de tesis, presentado por los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro** y **Díaz Díaz, Silnia Beatriz**.
- b) Dejar constancia que el plazo correspondiente a la asesoría comprende de seis (6) meses a partir de la comunicación respectiva.

Regístrese, comuníquese y archívese.



**Dr. Luis Eddie Cotacallapa Subia**  
DECAÑO



**Mg. Gladys Miler Dávila Dávila**  
SECRETARIA ACADÉMICA

cc: - Interesada  
- Dirección de Investigación – FCE  
- Asesor  
- Archivo



*Una Institución Adventista*

## Facultad de Ciencias Empresariales

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

RESOLUCIÓN N° 1184-2017/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 11 de setiembre de 2017

### VISTO:

El expediente N° 562/2017/FCE, de los Bachilleres: **Díaz Díaz Silnia Beatriz**, identificado(a) con código universitario N° 201210752 y **Salas Flores Teodomiro**, identificado(a) con código universitario N°201221267, ex alumnos(as) de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, sede de estudios Tarapoto.

### CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la declaratoria de expedito, la aprobación y obtención del Título Profesional;

Que los Bachilleres **Díaz Díaz Silnia Beatriz** y **Salas Flores Teodomiro**, han presentado su proyecto de informe de tesis, solicitando la designación del Comité Dictaminador respectivo;

De conformidad con la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 11 de setiembre de 2017, y con las disposiciones establecidas por el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad, la Directiva para el Otorgamiento de Grados y Títulos;

### SE RESUELVE:

Designar el Comité Dictaminador encargado de administrar el proceso de dictaminación correspondiente al proyecto de tesis Servicios de atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas brisas del Gera Jepelacio, otorgándoles un plazo máximo de 15 días para emitir el dictamen respectivo. El Comité Dictaminador queda constituido por los siguientes miembros:

Presidente: Lic. Elmer Cruzado Vásquez  
Secretario(a): Lic. David Troya Palomino

Regístrese, comuníquese y archívese.



**Dr. Luis Eddie Cotacallapa Subia**  
DECAÑO



**Mg. Gladys Miler Dávila Dávila**  
SECRETARIA ACADÉMICA

cc: Interesado  
Dictaminadores  
Archivo (2)





## Facultad de Ciencias Empresariales

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

*Una Institución Adventista*

RESOLUCIÓN N° 0151-2018/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 12 de marzo de 2018

**VISTO:**

El expediente N° 116-2018/FCE, de los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro**, identificado(a) con código universitario N° 201221267 y **Díaz Díaz, Silnia**, identificado(a) con código universitario N° 201210756, ex alumnos(as) de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión, sede de estudios Tarapoto.

**CONSIDERANDO:**

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;  
Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la declaratoria de expedito, la aprobación y obtención del Título Profesional;

Que los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro** y **Díaz Díaz, Silnia**, han solicitado la inscripción del proyecto de investigación titulado “**Servicio de Atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018**”

De conformidad con la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 12 de marzo de 2018, y con las disposiciones establecidas por el Reglamento General de la Grados y Títulos de la Universidad, la Directiva para el Otorgamiento de Grados y Títulos;

**SE RESUELVE:**

Aprobar e inscribir el proyecto de investigación titulado “**Servicio de Atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio, año 2018**” para que bajo la orientación de su asesor(a) Ing. José Tarrillo Paredes, ejecute el proyecto de investigación, presentado por los bachilleres **Salas Flores, Teodomiro** y **Díaz Díaz, Silnia**, otorgándoles un plazo máximo de doce meses para la ejecución.



**Dr. Julio Cesar Rengifo Peña**  
DECANO



**Mg. Gladys Miler Dávila Dávila**  
SECRETARIA ACADÉMICA



Una Institución Adventista

## Facultad de Ciencias Empresariales

"AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"

RESOLUCIÓN N° 6432-2018/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 25 de junio de 2018

**VISTO:**

El expediente de **Salas Flores Teodomiro**, identificado(a) con código universitario N° 201221267 y **Díaz Díaz Silnia Beatriz**, identificado(a) con código universitario N° 201210756, de la carrera de Administración Negocios Internacionales, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, sede de estudios Tarapoto.

**CONSIDERANDO:**

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la designación del Comité Dictaminador del proyecto de tesis;

Que **Salas Flores Teodomiro** y **Díaz Díaz Silnia Beatriz**, han concluido el desarrollo del proyecto de tesis, además ha presentado el proyecto de investigación, con la opinión favorable de su asesor ha solicitado la designación del Comité Dictaminador respectivo;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 25 de junio, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

**SE RESUELVE:**

Designar el Comité Dictaminador encargado de administrar el proceso de dictamen correspondiente al proyecto de tesis titulada "Servicio de Atención al cliente y su relación con la satisfacción de los usuarios en la Asociación de Transportistas Brisas del Gera Jepelacio año 2018", presentada por **Salas Flores Teodomiro** y **Díaz Díaz Silnia Beatriz**, otorgándoles un plazo máximo de 07 días, posterior a la fecha de recepción de la presente resolución de manos del Director de Investigación de su Unidad Académica, para emitir el dictamen respectivo. El Comité Dictaminador queda constituido por los siguientes miembros:

Dictaminador 1: Lic. David Troya Palomino

Dictaminador 2: Lic. Elmer Cruzado Vasquez

Accesitario: Lic. Kelita Guillén López

Regístrese, comuníquese y archívese.



*Rengifo*  
**Dr. Julio Cesar Rengifo Peña**  
DECANO



*Dávila*  
**Gladys Miler Dávila Dávila**  
SECRETARIA ACADÉMICA

cc: Interesado (2)  
Dictaminadores  
Archivo (2)

Carretera Central Km. 19 Ñaña. Telfs. 618-6300, Fax: 618-6339, Castilla 3564, Lima 1, Perú. e-mail: postmast@upeu.edu.pe