

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la Empresa

EMTRAFESA S.A.C Piura, 2021

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración

Autora:

Bach. Sunción Rosales, Diana Carolina

Código ORCID 0000 – 0001 – 8449 - 1975

Asesor:

Dr. López Morillas, Alejandro

Código ORCID 0000 – 0001 – 9026 - 2714

Piura - Perú

2022

1. Palabras clave

Tema	Calidad de servicio, Satisfacción de clientes
Especialidad	Administración

Línea de investigación

Línea de Investigación OCDE	Marketing
Área	Ciencias Sociales
Sub área	Economía y negocios
Disciplina	Negocios y Management

Keywords

Theme	Quality of service, Customer satisfaction
Especialidad	Management

Line of research

OCDE Research Line	Marketing
Área	Social Sciences
Sub área	Economy and Business
Disciplina	Negocios y Management

2.

Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa
EMTRAFESA S.A.C Piura 2021

3. Resumen

El estudio realizado “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C Piura, 2021”, surge con el propósito de conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2020. La investigación de enfoque cuantitativo tiene diseño no experimental descriptivo correlacional trasversal pues se trata de analizar cómo se asocia la forma cómo se atiende al cliente con su nivel de conformidad; el universo de estudio lo integran 3500 personas y la muestra es de 186 clientes. En el recojo de datos se utilizaron dos escalas, una para determinar el nivel de la calidad con que son atendidos los usuarios y la otra para medir el nivel de complacencia, previa determinación de la validez y confiabilidad de ambos instrumentos. Las conclusiones obtenidas en el presente trabajo es que se encuentra relación significativa entre la forma de atención a la clientela con la complacencia que se evidencia en ellos, toda vez que la significatividad de ,000 es menor que el 5 % y como consecuencia se acepta la hipótesis general.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción de los clientes.

4. Abstract

The study carried out "Quality of service and satisfaction of the clients of the company EMTRAFESA SAC Piura, 2021", arises with the purpose of knowing the relationship between the quality of service and the satisfaction of the clients of the company EMTRAFESA SAC, PIURA 2020. The quantitative approach research has a non-experimental descriptive correlational cross-sectional design, since it is about analyzing how the way the client is served is associated with their level of compliance; the universe of study is made up of 3,500 people and the sample is 186 clients. In the data collection, two scales were used, one to determine the level of quality with which users are served and the other to measure the level of complacency, which were previously validated through the expert judgment method and their reliability was determined. . The results obtained allowed us to conclude that there is a significant relationship between the form of customer service with the complacency that is evident in them, since the significance of .000 is less than 5% and as a consequence the general hypothesis is accepted.

Keywords: Quality of service, customer satisfaction

Índice

1. Palabras clave	i
2. Título.....	ii
3. Resumen.....	iii
4. Abstract.....	iv
5. Introducción	1
6. Metodología	20
6.1.Tipo y diseño de Investigación	20
6.2.Población y muestra.....	21
6.3.Técnica e instrumento de Investigación.....	22
6.4.Procesamiento y análisis de la información.....	23
7. Resultados.....	24
7.1.Descripción de Resultados.....	24
7.2.Caracterización de las Variables.....	28
7.3.Prueba de Normalidad	30
7.4.Contrastación de Hipótesis	31
8. Análisis y discusión	40
9. Conclusiones y recomendaciones	44
10. Referencias bibliográficas.....	47
11. Anexos y apéndices	51
Anexo 01: Matriz de Consistencia	52
Anexo 02: Cuestionario	53
Anexo 03: Base de datos de la Prueba Piloto.....	58
Anexo 04: Análisis de Confiabilidad.....	81
Anexo 05: Juicio de Expertos	82

Índice de Tablas y Figuras

Tabla 1: <i>Nivel de la calidad de servicio</i>	24
Tabla 2: <i>Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio</i>	25
Tabla 3: <i>Nivel de satisfacción de los clientes</i>	26
Tabla 4: <i>Nivel de las dimensiones de la satisfacción de los clientes</i>	27
Tabla 5: <i>Caracterización de la calidad de servicio</i>	28
Tabla 6: <i>Caracterización de la satisfacción de los clientes</i>	29
Tabla 7: <i>Prueba de Normalidad de Kolgomorov Smirnov</i>	30
Tabla 8: <i>La confiabilidad y capacidad de respuesta y su relación con la satisfacción de Los clientes</i>	31
Tabla 9: <i>Correlación de la confiabilidad y capacidad de respuesta con la Satisfacción de los clientes</i>	32
Tabla 10: <i>Explicación del coeficiente de correlación de Spearman</i>	33
Tabla 11: <i>Competencias personales y cortesía y su relación con la satisfacción de los clientes</i>	34
Tabla 12: <i>Correlación de competencias personales y cortesía con la satisfacción de los clientes</i>	35
Tabla 13: <i>La seguridad y elementos tangibles y su relación con la satisfacción de los clientes</i>	36
Tabla 14: <i>Correlación de la seguridad y elementos tangibles con la satisfacción de los clientes</i>	37
Tabla 15: <i>La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes</i>	38
Tabla 16: <i>Correlación de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes</i>	39

5. Introducción

Como antecedentes de la investigación tenemos los siguientes:

Troncos y otros (2020) en el estudio sobre la eficiencia en el servicio y la conformidad en los clientes de la Empresa de Transportes Cruz del Sur Cargo S.A.C Santa Anita, 2018 para establecer la relación existente entre dichas variables. El estudio se encuadra en el marco numérico y es de naturaleza pura con diseño que no busca alterar las variables pero sí establecer la correlación existente entre ellas. Los sujetos que conformaron la muestra fueron 63 personas que son clientes; se recogió la información requerida a través del modelo Servqual, y una escala un cuestionario para medir la variable dependiente. Los autores concluyen que las variables investigadas se relacionan significativamente.

Rumichi (2019) ha realizado en el distrito El Alto un estudio sobre la calidad con que son atendidos los clientes de la cebichería “Los7 mares” con el propósito de caracterizarla; el mismo que es de orientación cuantitativa y de acuerdo a su nivel es descriptivo y no busca manipular variables y los datos han sido recolectados en un solo momento. La información requerida se ha obtenido de 68 clientes de dicho establecimiento. El autor concluye que el buen servicio a los clientes da seguridad y confianza a los mismos redundando en su nivel de complacencia.

Rivera (2019) en su tesis La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa de exportación Greenandes con sede en Guayaquil, Ecuador, ha tenido el propósito de realizar una evaluación de la calidad con que se atiende a la clientela y el nivel de conformidad que se registra en ellos. El trabajo realizado tiene enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y ha hecho uso del método deductivo; asimismo, ha tenido como muestra a 180 usuarios. La recolección de datos se ha efectuado con el modelo SERVQUAL. El autor concluye que no existe coherencia entre la forma cómo atiende la empresa Greenandes a su clientela con la complacencia que se genera en ellos; ello se debe en gran medida que los usuarios desconfían del servicio de la empresa, así como también porque frente a una situación problemática la empresa no responde rápidamente situación que debe revertirse con la adopción de nuevas estrategias a ser asumidas por las áreas encargadas de tener contacto con los clientes.

Zapata (2019) realizó la investigación “la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de Caja Piura Agencia Castilla” con el objetivo de identificar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la Caja Piura Agencia Castilla. El estudio tiene carácter explicativo y el diseño busca asociar las variables; la información requerida se colectó a través de una escala de 31 items, de los cuales 22 items evalúan la variable independiente (calidad de servicio) y los 9 restantes abordan la variable dependiente (satisfacción del cliente). El autor ha encontrado que dichas variables no se relacionan.

Navarro (2018) en la tesis La gestión de calidad del servicio y atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del rubro transporte público buses ruta Sullana Piura del Distrito de Sullana, Año 2018, ha tenido el objetivo de caracterizar la manera como estas entidades gestionan un buen servicio que satisfaga a los clientes. La investigación es de enfoque cuantitativo y tipo descriptiva; asimismo la recogida de la información se ha logrado de una muestra de 68 usuarios que acceden a este tipo de servicio. La aplicación del instrumento respectivo permitió identificar que los clientes investigados están conformes con el trabajo de estas empresas, y que cuando abordan sus unidades móviles se sienten seguros y cómodos por el buen estado de sus unidades.

López (2018) desarrolló el estudio titulado “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil” para identificar los factores más importantes que se requieren en la correcta atención para poder complacer a la clientela de dicho establecimiento. El estudio en su metodología tiene carácter cuantitativo de nivel relacional, en la que 78 usuarios desarrollaron los instrumentos aplicados; los datos obtenidos, luego de ser procesados, permitieron concluir que la forma cómo son atendidos los usuarios tienen vinculación positiva de manera significativa con la complacencia que se genera en ellos.

Cid (2018) realizó la tesis “Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa.”, para poder conocer en qué medida se brinda buena atención a la clientela y cuál es el nivel de complacencia que se evidencia en ellos respectivamente. El estudio, de acuerdo a su nivel busca describir las variables con enfoque cuantitativo y se ha

concluido que los beneficiarios están plenamente conformes y califican como buena la atención recibida, aunque evidencian cierta disconformidad con la planta física del local, por cuanto es un ambiente con poca ventilación, así como se advierten deficiencias en los servicios higiénicos y los sectores de juegos y parqueo, los que son percibidos en el intervalo que va de regular a malo. Por ello, el autor sugiere a los propietarios del establecimiento realicen las mejoras correspondientes. Este antecedente es de utilidad para la investigación porque nos permite orientar el trabajo metodológico, así como también identificar información teórica relacionada con la variable dependiente.

Saavedra (2018) desarrolló un estudio con la intención el objetivo de establecer la cómo se asocian las variables relacionadas con la eficiencia con que son atendidos la clientela de la empresa Macga Sac que comercializa productos de la empresa Movistar y el nivel de conformidad que se registra en ellos. La investigación de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo causal y diseño correlacional. Una vez recogida la información requerida ésta se sometió al tratamiento estadístico correspondiente, donde se ha identificado que una de las dimensiones de la variable causal referida a la tangibilidad de los elementos no se relaciona con la variable dependiente, lo que sí sucede con las otras dimensiones. Como consecuencia, se concluye que la percepción de conformidad del cliente sobre el producto recibido es de carácter emocional y subjetivo, resultando prioritario que la empresa realice acciones de mejora en elementos de tipo subjetivo.

Díaz y Soto (2018) han realizado una investigación sobre el nivel de complacencia que registra el público asistente a la Discoteca Magno, de Chiclayo, con el objetivo de conocer la conformidad que evidencian los asistentes a este establecimiento. La metodología empleada es de carácter numérico y tipo descriptivo y ha tenido como universo de estudio a 6,600 personas que asisten mensualmente los días viernes y sábados al establecimiento investigado, de los cuales se seleccionó a 363 sujetos. El recojo de información se realizó a través de la modalidad del método SERVPERF. Como resultado se ha encontrado que mayormente se aprecia conformidad por parte de los asistentes a la discoteca, sobre todo en lo que respecta a la planta física,

espacios, mobiliario, ambiente y sienten que en el establecimiento se trabaja con mucha responsabilidad y cuando sucede un problema lo solucionan rápidamente y de la mejor manera.

Drogueti (2017) estudió las causas que generan insatisfacción en la clientela que requiere del servicio relacionado con la industria automotriz, El trabajo tiene enfoque cuantitativo y nivel exploratorio el diseño no implica la manipulación de variables por su carácter no experimental descriptivo; el grupo investigado lo integran 1460 personas que requieren de trabajos propios de esta industria; la recolección de datos se dio mediante la vía telefónica donde el investigador formuló una serie de cuestiones relacionadas con el propósito del estudio. Se concluye que por lo general las diferentes marcas que lideran el mercado nacional tienen deficiencias similares, los mismos que se relacionan con el mal servicio que a criterio de los clientes brindan, de reparación de las unidades móviles, como también con la poca experiencia en lo que concierne al proceso de ventas que evidencian los colaboradores de dichas empresas.

Reyes (2017) en Quetzaltenango – Guatemala en su tesis “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango” para conocer el efecto de la variable independiente en la variable dependiente. El trabajo realizado es descriptivo y experimental; para cuyo efecto se ha trabajado con una muestra integrada por 100 clientes y 12 colaboradores de dicha asociación. Asimismo, para concretar el objetivo general del estudio se ha trabajado también con el método inductivo. Los resultados evidencian que un sector de colaboradores (36,36%) se sienten satisfechos y útiles por la buena atención que que ellos ofrecen y cada vez buscan mejorar su desempeño, En tal sentido, el autor concluye que la dación de un buen servicio repercute de manera efectiva no solo en los clientes sino también en los colaboradores de la empresa.

Torres y Franco (2017) han elaborado una tesis sobre Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda de 500 Huancayo, con el propósito de establecer en qué medida se relacionan dichas variables. La investigación es de tipo pura porque no tienen fines de aplicación, con diseño no experimental; Sa colectó la información mediante una escala aplicada a una población

de 384 clientes de esta entidad financiera. Los resultados del estudio han permitido identificar a los clientes potenciales en materia financiera, por lo que se concluye que la calidad con que son atendidos los clientes se asocia directamente con su nivel de complacencia.

Arias (2017) en el estudio: “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, 2016”, ha tenido como objetivo relacionar en qué medida la variable independiente repercute en la variable dependiente. En este sentido, el estudio es de tipo correlacional cuya muestra la conformaron 141 usuarios de dichas empresas, a quienes se aplicó una encuesta del modelo SERVQUAL, la que permitió identificar hasta qué punto se encuentran conformes los sujetos que requieren del servicio de estas empresas; en este sentido, el 59,6% se encuentran disconformes sobre todo en lo que respecta a la puntualidad. Por tanto, se concluye que las pymes no están presentando un servicio con la calidad que requieren los usuarios, por lo que en la medida que mejore el trabajo o tendrá efecto positivo en la variable dependiente.

Carreño (2017) ha realizado la investigación titulada “La influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Caja Piura Agencia Tambogrande 2016” con el propósito de conocer cómo se relacionan estos factores. La investigación, es explicativa con diseño donde no se registra manipulación de variables y solo se busca establecer la relación existente entre ellas y ha tenido como muestra a 188 clientes de dicha agencia a los que se aplicó el modelo SERVQUAL. Una vez procesados los datos obtenidos el autor concluye que, en un 55,6% se registra una correlación significativa; también se aprecia correlación de 32,2% entre la dimensión que comprende aspectos tangibles, de igual forma en 47,5% se aprecia correlación con la confiabilidad que inspira el servicio; el porcentaje más alto (58%) de correlación es en materia de solución frente a situaciones o inconvenientes que se presenten; en lo que concierne a la seguridad que sienten las personas cuando realizan sus operaciones financieras se aprecia correlación de 46,9% y finalmente la dimensión empatía y satisfacción presenta correlación significativa de 38,5% y como consecuencia no se

aprecian diferencias significativas entre las expectativas del cliente frente a los diferentes aspectos de la calidad del servicio.

Valdiviezo, M (2017) trabajó la investigación denominada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, Agencia Piura 2016” con el propósito de conocer cómo se asocian dichas variables. La investigación, de acuerdo a su nivel, es descriptiva – correlacional y no busca manipular variables cuya información se recoge en un solo momento; la muestra ha estado integrada por un total de 363 personas, y el recojo de los datos se ha realizado a través de la aplicación de la escala ServQual. Luego de haber sido procesado los datos obtenidos se llega a la conclusión que la buena atención a la clientela y la percepción de satisfacción que se registra en ellos, se asocian de manera significativa ya que el índice $r=0.692>0.3$ y una significancia de $0.000<0.05$.

Como fundamentación científica de la investigación se considera lo siguiente:

La calidad de servicio ha sido enfocada por diferentes enfoques, entre los que tenemos el Modelo de la Imagen de Grönroos. Grönroos (1984), plantea el análisis de dos prospectos cuando se busca la calidad en una organización. Una de ellas es la expectativa del cliente, así como el tipo de necesidades que deben satisfacer y sus perspectivas y qué le ofrecen a la institución como ocasiones de transformación y de mejorar tales obligaciones y perspectivas; asimismo, un autoexamen mediante el cual se determine las reales características del servicio ofrecido y como se diferencian de lo que el usuario espera. Estas dos perspectivas permiten el empleo de diferentes acciones en la búsqueda constantes la mejora de los servicios de la institución, mediante estas proyecciones podemos usar las acciones que se necesitan dirigidas a explorar de modo permanente el progreso de las prestaciones de la institución que permitan lograr excelentes estándares de calidad. También, referente a la Calidad con que son atendidos los usuarios de un servicio se cuenta con la escala SERVQUAL, elaborado por Parasuraman, et al (1988), con el objeto de analizar el estado del cliente o contribuyente, para así ofrecer un mejor servicio por parte de la organización.

Los referentes teóricos sobre satisfacción del cliente, se tiene que sienta sus bases en la hipótesis de los dos elementos en el trabajo, planteada por Herzberg, según la cual existen aspectos que definen cuando los que laboran en una organización están satisfechos, por un lado y aspectos que precisan cuando los que laboran están insatisfechos, por el otro. Empero, conforme lo postulan los conocimientos tradicionales la conformidad o disconformidad no son extremos de una progresión semejante (Herzberg, 2011). Es por ello que, en el agrado del ciudadano, la presente teoría mantiene la idea de que unas dimensiones de la prestación del servicio se relacionan con la conformidad del aportante, mientras que otras se asocian con su infconformidad.

Por otro lado, el agrado pleno de la clientela, fue indagada por Swan y Combs (1976) y Silvestro y Johnston (1990) y de las dos investigaciones, no concluyen que exista aspectos que solamente producen agrado o desagrado; pero si existen aspectos que se asocian a ello.

La justificación es otro aspecto muy importante en todo trabajo de investigación, ya que resalta el por qué o la razón o la importancia del estudio efectuado. Es así como podemos justificar la presente investigación, porque los logros obtenidos servirán de base para ser aplicados en otros emprendimientos empresariales donde se brindará especial atención a la atención de calidad que deben recibir los usuarios; todo ello implica que esta investigación permitirá asumir acciones teniendo en cuenta el costo-beneficio cuando una empresa busca satisfacer al cliente en base a la forma como lo atiende.

En cuanto a la justificación social, tenemos que al gestionarse un buen servicio en una empresa ello conlleva a generar un estado de satisfacción en los usuarios, que a la postre resultan ser beneficiarios indirectos ya que tendrán la oportunidad de acceder a los servicios de una empresa que les brinda comodidad, seguridad y confianza; esta situación permitirá lograr fidelizar a los clientes, quienes a la vez se convertirán en promotores y/o difusores de la buena forma como la empresa atiende a sus clientes, situación que abre la posibilidad que la organización se consolide como tal en el mercado. De igual forma, los colaboradores de la empresa serán beneficiados al recibir capacitación adecuada para atender de la mejor forma a la clientela, que le beneficiará con mejoras salariales que pueda asumir la empresa.

Respecto a la formulación podemos afirmar, que a nivel nacional, los empresarios deben asumir el reto de satisfacer plenamente los requerimientos de la clientela y por ende cubrir lo que ellos esperan recibir sin que esto implique el incremento de los costos al usuario ya que al incrementarse el valor de las ventas ello puede afectar la fidelización de los clientes.

Actualmente las diferentes organizaciones empresariales afrontan una serie de problemas, siendo uno de ellos lo referente a la optimización del servicio que ofertan pues esto les permite diferenciarse de los demás, de allí que las empresas se preocupan por asumir estrategias que les permita tener clientes satisfechos y así liderar el mercado existente.

Es importante que toda empresa considere ofertar un servicio con altos estándares de calidad, porque los usuarios están siempre predispuestos a recibir un buen servicio y

en base a ello valoran el costo del servicio que reciben, sobre todo en la actualidad que existe un mercado sumamente competitivo donde las empresas que están a la vanguardia con los nuevos recursos tecnológicos son las que tienen mayor posibilidad de captar y fidelizar clientes.

De ahí resulta preponderante tener clientes que se identifiquen con el buen servicio que reciben de la empresa, lo que hace que ellos necesiten de acceder a su servicio cuando las circunstancias lo ameriten.

Como consecuencia, se reitera la idea que toda empresa necesita contar en el mercado con clientes satisfechos, quienes indirectamente se convierten en referentes publicitarios al comentar con otros de la buena atención recibida.

La empresa EMTRAFESA S.A.C Piura., es una organización que atiende el rubro transporte de pasajeros cuenta con 55 años de servicios, y como toda entidad apunta a lograr la rentabilidad suficiente que le permita posesionarse en el mercado de manera óptima; por ello tiene la misión de ofertar una buena atención de los requerimientos de la clientela tanto a nivel de infraestructura en sus terminales como en sus unidades móviles todo ello enmarcado acorde con los requerimientos tecnológicos y acompañado de un equipo de trabajo consciente de la delicada función que desempeñan, para así mantenerse activamente en el mercado existente., para tal efecto busca tiene como misión busca. Lamentablemente, la misión empresarial antes referida no se está concretando porque se aprecia permanentemente que muchos usuarios están presentando quejas verbales las mismas que no están siendo registradas ante la inexistencia del libro de reclamaciones pero no formulan sus reclamos ante el INDECOPI siendo ello el motivo por el que a la fecha dicha empresa noha sido sancionada como corresponde; las disconformidades de los usuarios están referidas extravío de encomiendas y demora en la entrega de las mismas, malos tratos a los usuarios por parte del personal, Frente a esta situación se aprecia cierta indiferencia por parte de los directivos de la empresa por mejorar su servicio propiciando que haya perdido sustancialmente su posicionamiento en el mercado lo que a su vez está afectando la parte financiera de la institución, por lo que constituye una necesidad de

inmediata atención la realización de un estudio que analice a profundidad esta situación problemática.

En esta perspectiva, el planteamiento del problema presenta la siguiente interrogante:

¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C. Piura, 2021?

En lo que se refiere a la Conceptualización y Operacionalización de las variables, podemos mencionar en primer lugar a la conceptualización de la calidad de servicio según Deming (2009) calidad es el soporte de una buena economía, pues sus mejoras continuas dan lugar a respuestas sucesivas cuyo destino final es el desarrollo de la empresa tanto de colaboradores como beneficiarios

Parasuraman (1988) es la disimilitud existente entre lo que esperan y perciben los contribuyentes; si las percepciones superan las expectativas, se percibe como un alto nivel del servicio prestado, y elevada convicción de estar satisfecho con el mismo; además es importante considerar algunos factores clave condicionantes de las expectativas de los contribuyentes.

Duque (2005) comprende como calidad, el grado de magnificencia que la organización se ha propuesto lograr con el fin de que su clientela esté satisfecha. A su parecer, la calidad la concibe como la oportunidad de ofertar la mejor atención en lo posible de inicio y sin ningún error.

En lo que se refiere a la Conceptualización y Operacionalización de la variable, que se relaciona con la complacencia de la clientela la que es definida como el nivel de desempeño que se advierte de un beneficio o servicio relacionado con las perspectivas de los clientes (Kotler y Armstrong, 2013)..

Khotler (2005) expresa que, cuando los usuarios están complacidos con el servicio recibido lo expresan de manera gestual o a través de expresiones verbales al apreciar que el servicio recibido coincide con sus expectativas.

Respecto la definición operacional de la variable independiente ésta es concebida como la discrepancia existente entre el producto con lo que esperaba recibir el usuario.

Según Koltler (2001) esta variable comprende las siguientes dimensiones:

Elementos Tangibles: Son situaciones u objetos que son captados a través de los órganos de los sentidos con agrado o desagrado directamente por los usuarios de una empresa de servicios; de acuerdo a la temática del estudio estos elementos lo conforman la planta física de la empresa, el estado en que se encuentran las unidades móviles, la rapidez con que se atiende los requerimientos de los usuarios, el uso de herramientas tecnológicas, etc. Este tipo de elementos resultan ser sumamente indispensables para que una empresa se posea bien en el mercado y logre fidelizar a sus clientes.

Fiabilidad: Es el proceso que permite al proveedor entregar de manera permanente y consistente el producto ofertado de acuerdo a lo ofrecido y que es percibido satisfactoriamente por el cliente una vez que éste ha recibido el servicio, experiencia que quedará registrada en su memoria.

Seguridad: Se refiere al sentimiento de tener la certeza de ser atendidos de manera acorde con las condiciones pactadas inicialmente; si ello se cumple implica que los colaboradores que se encargan de prestar el servicio con ello evidenciarán un adecuado comportamiento ético producto también de una comunicación efectiva donde se expliquen las fortalezas y debilidades del producto.

Empatía: Es la habilidad de los colaboradores de la empresa para ponerse en la situación del cliente y de esta manera brindar de la mejor forma la atención requerida por cada cliente cuando corresponde a una persona o también puede darse a nivel grupal.

Capacidad de respuesta: Se refiere al tiempo que tardan los proveedores de un determinado servicio para superar alguna situación que esté generando un problema percibido por las personas que requieren el servicio. Vale considerar que actualmente, con el uso de las TIC las empresas tienen la posibilidad de superar rápidamente algunos inconvenientes en base a la comunicación inmediata que entablan con los usuarios vía e-mail, web institucional y la interfaz del servicio al cliente.

Respecto a la operacionalización de la variable dependiente sobre el nivel de conformidad de los clientes, esta se concibe como un sentimiento que se genera en los clientes cuando recibe un producto o servicio acorde con lo pactado; si ello no es así entonces se genera la insatisfacción.

Según Slater y Naver (2000) esta variable se de la siguientes manera:

El rendimiento percibido, es valorado por el usuario una vez que recibe servicio; ello se da en base a las percepciones del cliente que no necesariamente pueden concretarse.

Las expectativas, entendidas como la aspiración que tiene la clientela de conseguir algo; están influidas por la coherencia en las características del producto o servicio recibido con lo inicialmente ofrecido.

El valor percibido, para Slater y Naver (2000) se refiere al valor real que asigna el cliente respecto al producto recibido.

Las variables se Operacionalizan a través de la siguiente matriz:

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	La variable calidad de servicio se define como la capacidad de un servicio para responder por sus características a las diferentes necesidades de sus usuarios o consumidores. (Kumar, 2014)	<p>Capacidad que tiene la empresa u organización para brindar a los usuarios un producto o servicio en las mejores condiciones posibles.</p> <p>La variable se operacionaliza a través de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fiabilidad y capacidad de respuesta de la empresa. 	Fiabilidad y capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Interés en resolver problemas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando la empresa Emtranfesa, prometen hacer algo en cierto tiempo, pues realmente lo cumplen. 2. En la empresa, se solucionan problemas o se brinda información en el tiempo pactado.
		<ol style="list-style-type: none"> 2. Competencias personales y cortesía por parte de los colaboradores con que trata el cliente. 	Competencias personales y cortesía	<ul style="list-style-type: none"> • Asertividad y comunicación 	<ol style="list-style-type: none"> 3. El personal muestra predisposición para orientar a los clientes en los trámites que realizan en la empresa. 4. A través de sus trabajadores la empresa brinda información precisa sobre las actividades que Ud consulta. 5. Los horarios de atención son variados y en diferentes turnos para facilitar el acceso a los clientes.
		<ol style="list-style-type: none"> 3. Seguridad y elementos 		<ul style="list-style-type: none"> • Resolver situaciones imprevistas 	<ol style="list-style-type: none"> 6. El personal da una imagen de honestidad y confianza 7. El personal que atiende muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente. 8. El personal que atiende muestra dominio en su puesto de trabajo. 9. El personal que atiende se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender. 10. El personal que atiende muestra un trato respetuoso hacia usted.
				<ul style="list-style-type: none"> • Un trato cortés de todo el personal de la empresa 	

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
		tangibles de la infraestructura y de la calidad del servicio.			<p>11. El personal que atiende se muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted.</p> <p>12. El personal, muestra un trato cordial en la atención a los clientes.</p>
			Seguridad y elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Personal confiable 	<p>13. El personal de la empresa inspira confianza</p> <p>14. Usted se siente seguro con el servicio brindado por los empleados de la empresa</p> <p>15. En las oficinas de la empresa se observa una comunicación fluida que genera confianza, seguridad y cortesía entre sus miembros</p>
				<ul style="list-style-type: none"> Estructuras modernas 	<p>16. Los equipos que posee la empresa resultan de gran utilidad para el cliente</p> <p>17. Los ambientes de la empresa tienen una presentación ordenada</p> <p>18. El área de atención al público se mantiene en buen estado de limpieza</p> <p>19. En la empresa Ud. percibe una modernidad permanente de los equipos</p> <p>20. Percibe que los equipos informáticos son eficientes cuando Ud realiza una consulta o servicio</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	La variable satisfacción al cliente se define como” el sentimiento que se genera cuando el valor y calidad de un servicio recibido es coherente con lo esperado. De ello se da la satisfacción o insatisfacción del cliente” (Abd-el-Salam,2016)	Nivel de conformidad del beneficiario al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, cuyas dimensiones, según Khotler (2005), son: 1. Rendimiento percibido. 2. Valor percibido 3. Expectativa	El rendimiento percibido	• Satisfacción con la exigencia	21. El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias 22. Se siente satisfecho(a) con la atención que recibo en esta empresa de transporte
				• Satisfacción con el servicio que se espera	23. En esta empresa se da el servicio que usted espera 24. El personal de esta empresa conoce los intereses y necesidades de sus clientes. 25. En esta empresa se observa un desempeño muy bueno de los trabajadores
				• Capacidad técnica	26. La calidad de los servicios tecnológicos es buena
			Valor percibido	• Confianza	27. El trato que brindan los trabajadores de esta empresa le inspiran confianza
				• Valoración de tasas y tarifas	28. Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
					29. La calidad de los servicios prestados en esta empresa son buenos, dadas su tasas y tarifas
				<ul style="list-style-type: none"> • Valor de la comunicación 	30. Cuando le habla el personal de la empresa usa un lenguaje amigable 31. Los trabajadores de la empresa demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los clientes
				<ul style="list-style-type: none"> • Valor de la atención 	32. No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta empresa Siento que puedo volver a esta empresa en cualquier momento porque valoro mucho su atención
			Expectativa	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con las expectativas 	33. El acudir a esta empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos 34. Esta empresa es innovadora y con visión de futuro 35. Es recomendable los servicios brindados por esta empresa para otros clientes

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
					<p>36. Existe preocupación de la empresa para cubrir las necesidades de atención de los clientes</p> <p>37. El servicio que se ofrece en esta empresa se adapta a sus necesidades como cliente</p> <p>38. Esta empresa me brinda los servicios según los que requiero y espero</p> <p>39. El personal de esta empresa es claro en las explicaciones o informaciones dadas</p> <p>40. El personal de esta empresa posee los conocimientos acerca de los servicios prestados</p>

Para la presente investigación se han formulado las hipótesis siguientes:

La hipótesis alternativa (H_1): Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

La hipótesis nula (H_0): No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

Las hipótesis específicas formuladas en el estudio son:

La hipótesis alternativa (H_i): Existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad y capacidad de respuesta de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C PIURA, 2021.

La hipótesis nula (H_0): No existe relación significativa entre la dimensión fiabilidad y capacidad de respuesta de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C PIURA, 2021.

La hipótesis alternativa (H_i): Existe relación significativa entre la dimensión profesionalidad y cortesía de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C PIURA, 2021.

La hipótesis nula (H_0): No existe relación significativa entre la dimensión profesionalidad y cortesía de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C PIURA, 2021.

La hipótesis alternativa (H_i): Existe relación significativa relación entre la dimensión seguridad y elementos tangibles de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2021.

La hipótesis nula (H_0): No existe relación significativa relación entre la dimensión seguridad y elementos tangibles de la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2021.

Se formularon los objetivos, como objetivo general tenemos: Conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c, Piura 2021.

Como objetivos específicos se formularon los siguientes:

- a) Identificar el nivel de la calidad de servicio que ofrece a sus clientes la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.
- b) Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.
- c) Determinar la relación entre la dimensión fiabilidad y capacidad de respuesta de la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.
- d) Analizar la relación entre la dimensión profesionalidad y cortesía de la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.
- e) Demostrar la relación entre la dimensión seguridad y elementos tangibles de la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.

6. Metodología

6.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Atendiendo a los fines, el estudio se considera básico porque su propósito es generar información teórica y no considera su aplicabilidad en el trabajo de campo (Cabanillas, 2019, p.58).

Atendiendo el carácter del estudio, es Correlacional pues su intención es identificar la relación entre variables (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

Según su naturaleza, la investigación es cuantitativa porque se recopilaron datos cuantitativos descriptivos y/o inferenciales en el tratamiento estadístico, por otro lado, se aplicaron instrumentos para ser procesados utilizando métodos estadísticos e inferenciales

Tomando en cuenta el tiempo, es un estudio transversal pues el recojo de datos se hizo en un momento dado y un tiempo único.

6.1.1 Diseño de investigación

Según lo plantea el objetivo general del estudio, este presenta un diseño no experimental correlacional y tiene como finalidad “analizar relaciones en un contexto en particular” (Hernández, et al, 2014), que para efecto del estudio implica evaluar vinculaciones entre la forma cómo son atendidos los usuarios y su nivel de complacencia.

Representación esquemática:



Descripción:

M: Clientes

X: Variable Calidad de servicio

Y: Variable Satisfacción del cliente

r: correlación entre las variables

6.2 Población y Muestra

Población

La población bajo estudio la conforman 3500 usuarios de la empresa EMTRAFESA S.A.C, Piura.

Muestra

Tomando en cuenta el tamaño de la población, de estudio, para la presente investigación se ha considerado seleccionar 186 clientes cantidad calculada a través del siguiente procedimiento:

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

Donde:

N= Población 3500

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Error tolerable (0.05)

Q= Proporción de elementos a favor (0.05)

D= Proporción de elementos no a favor (0.07)

$$M \quad \frac{N \quad * \quad Z^2 \quad * \quad p \quad * \quad q}{d^2 \quad * \quad (N-1) \quad + \quad Z^2 \quad * \quad p \quad * \quad q}$$

N	Z ² *	p	q		
3500		3.8416	0.5	0.5	
=====					
0.0049		3499	3.8416	0.5	0.5
d ² *		(N-1)	Z ² *	p	q
	3361.4				
	===== = M = 186				
	18.1055				

6.3 Técnicas e instrumentos de investigación

En el caso de las dos variables se ha usado como técnica la encuesta mediante la aplicación de escalas.

Para Díaz de Rada (2001), la encuesta tiene como finalidad buscar de una manera progresiva información sobre los datos que desea obtener; por otro lado, Hernández, et al (2014) la conciben como el procedimiento de coleccionar datos sobre las características que presentan los aspectos considerados en el estudio.

En la presente investigación se ha utilizado una escala tipo Likert que van de 1 a 5 para la medición de las variables investigadas, donde 1 significa nunca y 5 expresa siempre, conforme a lo que se cuestiona.

La validez y fiabilidad de los instrumentos se ha determinado en base a los siguientes procesos:

La validez de contenido se ha establecido en base a la técnica de juicio de expertos; donde se evaluó la coherencia entre los diferentes elementos que comprenden cada una de las variables.

La consistencia interna de las escalas (confiabilidad) se ha identificado a través del Coeficiente Alfa de Cronbach, producto de la aplicación de una prueba piloto a 18 clientes.

6.4 Procesamiento y análisis de la información

Determinada la respectiva confiabilidad, y aplicados los instrumentos a la muestra de estudio, se procedió al diseño de una base de datos en Excel y con el apoyo del programa estadístico SPSS v. 25.0 para Windows tablas de frecuencias simples y porcentuales para analizar los resultados en relación con los objetivos planteados los cuales permitirán visualizar los diferentes niveles en que se encuentra el público usuario en relación a las variables de estudio.

Para analizar los datos se utilizó la estadística descriptiva donde se mostraron las frecuencias porcentuales en cuadros e imágenes y, la estadística inferencial, donde se determinó que los datos no presentan normalidad se hizo uso de la estadística no paramétrica en consecuencia se aplicó la técnica del coeficiente del Rho Spearman.

7. Resultados

7.1 Descripción de los resultados

Tabla 1. Nivel de la calidad de servicio según percepción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021

	Niveles	Escala	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nivel bajo	81 - 87	69	37,1
	Nivel medio	88 - 91	109	58,6
	Nivel alto	92 - 100	8	4,3
	Total		186	100,0

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Piura 2021

Interpretación

En lo que respecta a los estándares de calidad que cumple el servicio que da la empresa Emtrafesa a sus clientela, tenemos que 58,6% de encuestados indican que ello se cumple medianamente; mientras que un 37,1% perciben un nivel bajo, en tanto que el 4,3% perciben un nivel alto. Determinándose que la empresa registra un nivel medio bajo en lo concerniente al buen servicio que le corresponde brindar a los usuarios.

Tabla 2. Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021

Niveles	Fiabilidad y capacidad de respuesta		Competencias personales y cortesía		Seguridad y elementos tangibles	
	N	%	N	%	N	%
Nivel bajo	59	31.7	91	48.9	56	30.1
Nivel medio	121	65.1	85	45.7	125	67.2
Nivel alto	6	3.2	10	5.4	5	2.7
Total	186	100.0	186	100.0	186	100.0

Fuente: Base de datos de la variable de estudio

Interpretación

Respecto al nivel obtenidos en los aspectos que comprende la forma cómo la empresa Emtrafesa S.A.C Piura atiende a su clientela, se observa que, según la percepción de sus clientes, en lo que concierne a la confianza, rapidez en la atención, seguridad y aquellos aspectos fácilmente perceptibles, se ubican en un nivel medio con un 65.1% y 67.2% respectivamente y en un nivel bajo con porcentajes de 31,7% y 48,9%, respectivamente, finalmente en la dimensión Competencias personales y cortesía se observa, se ubican en un nivel bajo y medio con porcentajes de 48,9% y 45,7% respectivamente de los usuarios de la empresa Emtrafesa, Determinándose que las dimensiones de la calidad de servicio están en univel medio bajo.

Tabla 3. Nivel de la satisfacción según percepción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021

	Niveles	Escala	Frecuencia	Porcentaje
	Nivel bajo	84 – 84,3	75	40,3
Válidos	Nivel alto	93 – 93,3	111	59,7
	Total		186	100,0

Fuente: Base de datos de la variable de estudio, Chimbote 2021

Interpretación

Los usuarios de la empresa Emtrafesa que han sido encuestados, de acuerdo a su percepción, en un 59,7% están totalmente conformes y se ubican en nivel alto; en tanto un 40,3% presentan un nivel de conformidad bajo. Determinándose que la conformidad de los usuarios de la empresa Emtrafesa, es de nivel medio.

Tabla 4. Nivel de las dimensiones de la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021

Niveles	El rendimiento percibido		Valor percibido		Expectativa	
	N	%	N	%	N	%
Nivel bajo	75	40.3	75	40.3	75	40.3
Nivel alto	111	59.7	111	59.7	111	59.7
Total	186	100.0	186	100.0	186	100.0

Fuente: Base de datos de la variable de estudio

Interpretación

Los datos que se presentan sobre el rendimiento, valor y expectativa que percibe la clientela de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura, se ubican en un nivel alto con porcentajes iguales al 59,7%. Se aprecia en todas ellas también un mismo porcentaje en el nivel bajo, 40,3%. Determinándose que las dimensiones de la satisfacción de los clientes tienen un nivel alto.

7.2 Caracterización de las variables

Tabla 5. Caracterización de la calidad de servicios de la empresa Emtrafesa en Piura 2021

Factores/variables	Calidad de servicio						Total		
	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto				
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
Sexo	Masculino	38	20.4	52	28.0	5	2.7	95	51.1
	Femenino	31	16.7	57	30.6	3	1.6	91	48.9
Edad	De 18 a 25 años	26	14.0	24	12.9	0	0.0	50	26.9
	De 26 a 35	14	7.5	35	18.8	4	2.2	53	28.5
	De 36 a 46	15	8.1	26	14.0	3	1.6	44	23.7
	Más de 47	14	7.5	24	12.9	1	0.5	39	21.0
Instrucción	Primaria	13	7.0	25	13.4	1	0.5	39	21.0
	Secundaria	20	10.8	34	18.3	1	0.5	55	29.6
	Superior técnica	21	11.3	32	17.2	4	2.2	57	30.6
	Superior universitario	15	8.1	18	9.7	2	1.1	35	18.8
Antigüedad	De 0 a 4 años	15	8.1	17	9.1	2	1.1	34	18.3
	de 5 a 9	21	11.3	29	15.6	3	1.6	53	28.5
	de 10 a 14	19	10.2	42	22.6	1	0.5	62	33.3
	Más de 15	14	7.5	21	11.3	2	1.1	37	19.9
TOTAL		69	37.1	109	58.6	8	4.3	186	100.0

Fuente: Matriz de datos de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa

Interpretación:

En la tabla 5 se puede apreciar la tercera parte de la clientela encuestada (30.6%), específicamente, aquellos que pertenecen al sexo femenino, tienen una percepción mediana sobre la calidad de atención que reciben por parte de la empresa Emtrafesa. De igual modo, más de la cuarta parte de los encuestado, específicamente del sexo masculino (20.4%), perciben que ello se da en nivel bajo. Respecto al grado de instrucción, un poco más de la cuarta parte de los clientes (18.3%), tienen instrucción secundaria y perciben que la calidad de la forma como se atiende a la clientela tiene un nivel medio.

Tabla 6. Caracterización de la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021

Factores/variables	Satisfacción de los clientes				Total		
	Nivel Bajo		Nivel Alto		N°	%	
	N°	%	N°	%			
Sexo	Masculino	43	23.1	52	28.0	95	51.1
	Femenino	32	17.2	59	31.7	91	48.9
Edad	De 18 a 25 años	25	13.4	25	13.4	50	26.9
	De 26 a 35	17	9.1	36	19.4	53	28.5
	De 36 a 46	17	9.1	27	14.5	44	23.7
	Más de 47	16	8.6	23	12.4	39	21.0
Instrucción	Primaria	15	8.1	24	12.9	39	21.0
	Secundaria	20	10.8	35	18.8	55	29.6
	Superior técnica	25	13.4	32	17.2	57	30.6
	Superior universitario	15	8.1	20	10.8	35	18.8
Antigüedad	De 0 a 4 años	15	8.1	19	10.2	34	18.3
	de 5 a 9	23	12.4	30	16.1	53	28.5
	de 10 a 14	21	11.3	41	22.0	62	33.3
	Más de 15	16	8.6	21	11.3	37	19.9
						34	
TOTAL		75	40.3	111	59.7	186	100

Fuente: Matriz de datos de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa

Interpretación:

En la tabla 6 se puede apreciar casi la quinta parte de la clientela de la empresa Emtrafesa encuestada, (31.7%), específicamente, aquellos que pertenecen al sexo femenino, perciben que la satisfacción de los tiene un nivel alto. De igual modo, casi la cuarta parte de los clientes, específicamente, el sexo masculino (28.0%), perciben que la satisfacción de la empresa

Emtrafesa es de nivel alto. Respecto al grado de instrucción, más de la tercera parte de los trabajadores (36%), tienen instrucción secundaria y superior técnica y perciben que la satisfacción de los clientes tiene un nivel alto.

7.4 Prueba de Normalidad

Tabla 7

Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov de la Calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021

Pruebas de normalidad			
Variables/Dimensiones	Kolmogorov Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	0.147	186	0.000
Fiabilidad y capacidad de respuesta	0.380	186	0.000
Competencias personales y cortesía	0.164	186	0.000
Seguridad y elementos tangibles	0.341	186	0.000
Satisfacción De Los Clientes	0.391	186	0.000
El Rendimiento percibido	0.391	186	0.000
Valor percibido	0.391	186	0.000
Expectativa	0.391	186	0.000

Fuente: Base de datos de las variables de estudio, Piura 2021.

Interpretación

En la Tabla 7 se aprecia que la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov (prueba de bondad de ajuste), para pruebas en cantidades superiores a 50, se observa significatividad inferiores al 5% en las variables investigadas, probándose que los datos obtenidos no se distribuyen de manera normal, por lo que al buscar asociar las variables se requiere aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, para determinar el nivel de vinculación entre las variables de estudio.

7.1 Contrastación de Hipótesis

7.4.1. Prueba de hipótesis específicas

Prueba de hipótesis específica 1

H_i: Existe relación significativa entre la fiabilidad y capacidad de respuesta y satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2020.

H₀: No existe una relación significativa entre la fiabilidad y capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.

Tabla 8

La confiabilidad y capacidad de respuesta y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla contingencia Nivel Confiabilidad y capacidad de respuesta*Satisfacción de los clientes

		Satisfacción de los clientes			
		Nivel Bajo	Nivel Alto	Total	
Fiabilidad y capacidad de respuesta	Nivel Bajo	Recuento	29	30	59
		% del total	15.6%	16.1%	31.7%
	Nivel Medio	Recuento	44	77	121
		% del total	23.7%	41.4%	65.1%
	Nivel Alto	Recuento	2	4	6
		% del total	1.1%	2.2%	3.2%
	Total	Recuento	75	111	186
		% del total	40.3%	59.7%	100.0%

Fuente; Base de datos de las variables de estudio. Piura – 2021.

Interpretación

En la tabla 8, se puede observar que del total de clientes encuestados, el 65,1% perciben que la confiabilidad y capacidad de respuesta en la empresa es de un nivel medio, de ellos, un 41,4% perciben un alto nivel de satisfacción y el 23,7% en un nivel bajo; luego se aprecia que un 31,7% tienen un nivel bajo de percepción respecto al nivel de confianza y la rapidez con

que la empresa atiende los requerimientos de los clientes es de un nivel bajo, de ellos, el 16,1% percibe una satisfacción por el servicio en un nivel alto y el 15.6% en un nivel bajo

De ello se deduce que a nivel de porcentajes no hay una asociación o relación entre dimensión Fiabilidad y la rapidez en la respuesta por parte de la empresa con el nivel de conformidad que registran los usuarios de la empresa Emtrafesa en Piura 2021

Tabla 9

Correlación de la fiabilidad y capacidad de respuesta con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Correlaciones				
			Confiabilidad y capacidad de respuesta	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Fiabilidad y capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1.000	0.122
		Sig. (bilateral)		0.098
		N	186	186
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	0.122	1.000
		Sig. (bilateral)	0.098	
		N	186	186

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

En la tabla 9 se aprecia que el nivel de significancia mayor al 5% ($p > 0.05$), lo que quiere decir que la fiabilidad y capacidad de respuesta no contribuye en la satisfacción de los clientes en la empresa Emtrafesa de Piura, aceptándose la hipótesis nula de investigación que afirma que no existe una relación significativa entre la dimensión confiabilidad y capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.

Tabla 10

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	
Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Prueba de hipótesis específica 2

Ho: Existe relación significativa entre competencias personales y cortesía y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

H₁: No Existe relación significativa entre competencias personales y cortesía y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla 11

Las Competencias personales y cortesía y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla contingencia Competencias personales y cortesía *Satisfacción de los clientes

			Satisfacción de los clientes		Total
			Nivel Bajo	Nivel Alto	
Competencias personales y cortesía	Nivel Bajo	Recuento	50	41	91
		% del total	26.9%	22.0%	48.9%
	Nivel Medio	Recuento	23	62	85
		% del total	12.4%	33.3%	45.7%
	Nivel Alto	Recuento	2	8	10
		% del total	1.1%	4.3%	5.4%
Total	Recuento	75	111	186	
	% del total	40.3%	59.7%	100.0%	

Fuente; Base de datos de las variables de estudio. Piura – 2021.

Interpretación

En la tabla 11 se presentan datos porcentuales sobre la contingencia entre la competencia de buen trato, respeto y cortesía con los clientes por parte de los colaboradores y el nivel de conformidad que registran los usuarios por el servicio recibido, se puede observar que del total de clientes encuestados, el 48,9 % perciben que la Competencias personales y cortesía en la empresa es de un nivel bajo, de ellos, un 26,9% perciben una satisfacción baja a comparación de un 22,% que se sienten plenamente conformes; luego se aprecia que un 45,7% tienen una percepción mediana sobre las Competencias personales y cortesía de los colaboradores de ellos, el 33,3% percibe una plena satisfacción por el servicio recibido mientras que el 12,4% tienen una baja apreciación.

Se concluye que las competencias personales y cortesía de los colaboradores encargados de atender a los usuarios no se asocian con el nivel de complacencia de estos últimos en la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla 12

Correlación de las competencias personales y cortesía con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Correlaciones				
			Competencias personales y cortesía	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Competencias personales y cortesía	Coeficiente de correlación	1.000	,292**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,292**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

En lo que concierne a la asociación entre la capacidad para atender de la mejor forma a los clientes por parte de los colaboradores de la empresa con el nivel de complacencia que evidencia los usuarios se registra un Coeficiente Rho Spearman= 0.292 que implica la existencia de correlación positiva baja con significancia menor al 5%, por lo que se deduce que si en la empresa Emtrafesa en Piura 2021 se atiende de la mejor forma a la clientela, con respeto y cortesía, ello incide en su nivel de complacencia y conformidad por el buen servicio recibido.

Prueba de hipótesis específica 3

Hi: Existe relación significativa entre seguridad y elementos tangibles y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

H₀: No Existe relación significativa entre seguridad y elementos tangibles y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla 13

La seguridad y elementos tangibles y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla contingencia Seguridad y elementos tangibles*Satisfacción de los clientes

		satisfacción de los clientes		Total	
		Nivel Bajo	Nivel Alto		
Seguridad y elementos tangibles	Nivel Bajo	Recuento	56	0	56
		% del total	30.1%	0.0%	30.1%
	Nivel Medio	Recuento	19	106	125
		% del total	10.2%	57.0%	67.2%
	Nivel Alto	Recuento	0	5	5
		% del total	0.0%	2.7%	2.7%
Total	Recuento	75	111	186	
	% del total	40.3%	59.7%	100.0%	

Fuente; Base de datos de las variables de estudio. Piura – 2021.

Interpretación

Los datos de la tabla de contingencia que antecede, sobre la asociación que hay entre el nivel de confianza y seguridad, así como de la percepción que tienen sobre aspectos tangibles por parte de los usuarios de la empresa investigada, se puede observar que el 67,2 % del total; un 57% declaran sentirse plenamente satisfechos, el 10,2% están medianamente satisfechos; asimismo se aprecia un 30,1% que consideran la contingencia Seguridad y elementos tangibles en la empresa de un nivel bajo, de ellos, el 30,1% percibe una satisfacción por el servicio en un nivel bajo y ninguno se ubica en un nivel alto.

De ello se concluye que porcentualmente la dimensión contingencia y seguridad se asocian con el nivel de complacencia de los usuarios Emtrafesa en Piura 2021.

Tabla 14

Correlación de la seguridad y elementos tangibles con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa en Piura 2021.

			Correlaciones	
			Seguridad y elementos tangibles	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Seguridad y elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1.000	,787**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,787**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Hay una correlación positiva alta por cuanto el Rho Spearman= 0.787 tiene un valor p menor al 5% En la tabla 14 se aprecia que el Coeficiente Rho Spearman= 0.787 es decir, hay una correlación positiva alta con un nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$); ello implica que la seguridad y elementos tangibles contribuyen a generar complacencia y conformidad en los usuarios de Emtrafesa de Piura, aceptándose la hipótesis que afirma que los aspectos de seguridad y elementos que se pueden apreciar directamente se relacionan de manera significativa con la conformidad y complacencia de los usuarios de Emtrafesa en Piura 2021.

7.4.2. Prueba de hipótesis general

Hi: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

Ho: No Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

Tabla 15

La calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

Tabla contingencia Calidad de servicio*Satisfacción de los clientes

		Satisfacción de los clientes		Total	
		Nivel Bajo	Nivel Alto		
Calidad de servicio	Nivel Bajo	Recuento	65	4	69
		% del total	34.9%	2.2%	37.1%
	Nivel Medio	Recuento	9	100	109
		% del total	4.8%	53.8%	58.6%
	Nivel Alto	Recuento	1	7	8
		% del total	0.5%	3.8%	4.3%
Total		Recuento	75	111	186
		% del total	40.3%	59.7%	100.0%

Fuente; Base de datos de las variables de estudio. Piura – 2021

Interpretación:

Los datos que se presentan en la tabla que antecede indican que del total de usuarios encuestados, el 58,6 % perciben que la empresa brinda un servicio de nivel medio, de ellos, un 53,8% perciben un alto nivel de satisfacción y un 4,8% refieren que el nivel es bajo; en lo que respecta a la eficiencia del servicio luego se aprecia que un 37,1% perciben que nivel es bajo, de ellos, el 34,9% percibe una satisfacción por el servicio en un nivel bajo y 2,2, se ubica en un nivel alto.

De ello, se infiere que a nivel porcentual no hay asociación entre las variables investigadas,

Tabla 16

Correlación de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Satisfacción de los clientes
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1.000	,812**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Satisfacción de los clientes	Coeficiente de correlación	,812**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Respecto a la eficiencia del servicio que oferta la empresa y su asociación con la conformidad de los usuarios encontramos un Rho Spearman= 0.812 con significancia de 0.05 inferior al 5%, lo que implica que hay una correlación positiva alta; de lo que se deduce que la buena atención que se brinda a los usuarios tiende a generar complacencia en la clientela de la empresa Emtrafesa de Piura, aceptándose de esta manera la hipótesis alterna o de investigación que afirma que el buen servicio que brinda la empresa se relaciona de manera significativa con la conformidad de los usuarios de la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.

8. Análisis y discusión

En el primer objetivo específico se aprecia que los clientes tienen una percepción que va de una tendencia de un nivel medio (58,6%) a un nivel bajo (37,1%) sobre la manera cómo se sienten atendidos por la empresa Emtrafesa.

Asimismo, se ha encontrado que la clientela está medianamente conforme respecto a la confiabilidad (65,1%) y también por la rapidez con que son atendidos ante alguna eventualidad; y en un 67,2% se aprecia conformidad en el mismo nivel respecto a la infraestructura, seguridad y otros aspectos fácilmente observables. Donde sí se registra un nivel bajo (45,7%) con tendencia a medio (48,9%) es en lo que concierne a la forma cómo perciben los clientes sobre la forma cómo se sienten atendidos por los colaboradores. Los resultados obtenidos son similares con los del estudio de Alarcón (2017) quien señaló que en la Universidad Cartagena Colombia S.A.S. los usuarios tienen una percepción media con tendencia a bajo respecto a la forma como sienten que son atendidos en los indicadores citados en el párrafo anterior. Los resultados también se relacionan con los planteamientos teóricos de Vera y Trujillo (2015) quien afirma que toda empresa debe tener trabajadores eficientes, leales y felices que brinden una correcta atención al entrar en contacto con los clientes, siendo ello la clave del éxito. La experiencia señala que efectivamente cuando la clientela se encuentra complacida con el servicio recibido ello genera muchos beneficios para la organización, ya que da lugar a una mayor satisfacción personal y profesional. Parasuraman y Berry (1988), plantean el propósito de analizar el estado del cliente o contribuyente, con el objeto de incrementar su nivel de conformidad con la buena atención recibida por parte de la organización.

Con respecto al segundo objetivo específico, se ha encontrado que el 59,7% de la clientela están altamente conformes por la buena atención que reciben, aunque existe un porcentaje significativo (40,3%) que están disconformes con ello. Respecto al rendimiento percibido, valor y las expectativas percibidas, se ubican en un nivel alto con porcentajes iguales al 59,7% lo mismo se observa en el nivel bajo con un 40,3%,; es decir, en todos los aspectos relacionados con la conformidad de los clientes hay una tendencia que va de un nivel alto a un nivel bajo. Los resultados encontrados

discrepan en cierto grado con los obtenidos en un estudio realizado por Díaz y Soto (2018) quienes han encontrado plena conformidad de los usuarios sobre la infraestructura, planta física y otros aspectos perceptibles por el cliente, así como en lo que respecta a la confianza, seguridad, buen trato y la rapidez para atender los requerimientos de los clientes. Los resultados encontrados resultan comprensibles, pues a decir de Herzberg (2011), en el agrado del ciudadano, su teoría mantiene la idea de que la forma cómo se atiende al aportante se asocian con su sentimiento de conformidad y otros aspectos vinculados con la satisfacción.

En lo que concierne al tercer objetivo específico, se aprecia que el sentimiento de confianza y la rapidez con la que se atiende los requerimientos del usuario no se relacionan de manera significativa significativamente con el nivel de complacencia de los clientes, conforme lo determina el Rho,122 que corresponde a correlación positiva baja. Al respecto Saavedra (2018) plantea que la percepción de aspectos tangibles no se relacionan de manera significativa con la aceptación o conformidad por parte del cliente, lo que sí sucede en los casos vinculados con la confianza y seguridad que inspira a sus clientes así como la forma cómo se atiende a los clientes.

En el cuarto objetivo específico, se ha encontrado un Coeficiente Rho Spearman= 0.292 entre las competencias personales y la cortesía de los colaboradores con el sentimiento de complacencia por parte de los usuarios es decir, hay una correspondencia positiva baja. Ello es coherente con lo planteado por Reyes (2017) que si se brinda buen trato a los clientes traducido en la correcta e inmediata atención este se asocia con el sentimiento de agrado o desagrado en ellos. Los resultados citados guardan relación con el planteamiento de Duque (2005) al afirmar que cuando una organización tiene la intención de brindar una eficiente atención en el servicio que ofrecer en todas sus dimensiones no escatima esfuerzo para mantener a su clientela satisfecha.

En el quinto objetivo específico, cuyos resultados se presentan en la tabla 13 evidencian una correlación positiva alta lo que implica que la sensación de seguridad en los clientes se relaciona de manera significativa con los elementos tangibles. En esta línea Rumichi (2019) encontró que la seguridad y confianza que les brinda el

personal de la empresa se asocia con la complacencia de los usuarios. De manera similar se aprecia una relación con el planteamiento de Duque (2005) al afirmar que cuando una organización tiene la intención de ofrecer una buena calidad de servicio en todas sus dimensiones no escatima esfuerzo para mantener a su clientela satisfecha. Finalmente, en el objetivo general, se aprecia un Rho Spearman de = 0.812 con significancia menor a la significancia menor al 5% ($p < 0.05$), lo que implica que las variables investigadas se relacionan significativamente. Estos resultados coinciden con los encontrados por Troncos, et al (2020) quienes han encontrado que las variables materia de estudio vinculadas con la buena atención al cliente y la satisfacción que se genera en ellos se relacionan de manera significativa. Teóricamente, en la misma línea, Khotler (2005), considera que la clientela complacida por el servicio recibido refleja dicho estado con buen humor y animosidad.

9. Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones:

Primera:

Se aprecia en los clientes de esta organización empresarial una percepción de nivel medio con respecto al servicio que reciben registrándose la tendencia que va de un nivel medio (58,6%) a un nivel bajo (37,1%). Respecto a la confianza y seguridad que sienten los usuarios del servicio como en la respuesta inmediata a sus requerimientos y en aspectos tangibles se ubican en un nivel medio y bajo con porcentajes equivalentes al 65,1% y 67,2% respectivamente: es decir, hay una tendencia de un nivel medio a un nivel bajo con respecto a la calidad de servicio, mientras en lo que concierne a la sensación de seguridad y aspectos tangibles que observan hay una tendencia del nivel bajo a un nivel medio con porcentajes equivalentes al 48,9% y 45,7% respectivamente

Segunda:

Los usuarios de esta sociedad presentan una percepción de nivel alto de complacencia por el servicio recibido aunque se registra una tendencia que va de una nivel alto (59,7%) a un nivel bajo (40,3%). En las dimensiones de esta variable, en todas ellas: Rendimiento percibido, Valor percibido y Expectativas, se ubican en un nivel alto con porcentajes iguales al 59,7% lo mismo se observa en el nivel bajo con un 40,3%,

Tercera:

No se evidencia que la sensación de confianza de los clientes y la capacidad de reacción frente a sus requerimientos que ellos perciben se relacionen estadísticamente de manera significativa ya que se observa una correlación de 0,122 con una significatividad o p valor de 0,098 ($p > 0.05$).

Cuarta:

En cuanto a las competencias personales y cortesía de los colaboradores y su relación con el nivel de complacencia de la clientela se observa que a nivel estadístico no se relacionan significativamente porque existe una correlación de 0,292 con una significatividad o p valor de ,000 inferior a 0.05.

Quinta:

La asociación de la seguridad y los elementos que percibe el cliente desde un punto de vista tangible con la conformidad de los usuarios por el servicio recibido es significativa, ya que estadísticamente hay una correlación de 0,787 con una significatividad de 0,000 ($p < 0.05$),

Sexta:

La forma cómo valora el cliente respecto al servicio recibido se asocia significativamente con su nivel de conformidad respecto a ello, pues a nivel estadístico inferencial se encuentra un coeficiente de correlación de 0,812 con una significatividad de 0,000 ($p < 0.05$).

Recomendaciones

1. Es necesario se implementen cambios inmediatos en lo que concierne a la atención al cliente que se refleje en la sensación de agrado del mismo.
2. La gerencia debe aplicar políticas prácticas que eleven los estándares del servicio que ofrecen a los clientes.
3. Esta organización empresarial debe capacitar a su personal para aumentar y mantener satisfechos a los clientes.
4. Se debe promover en los clientes un mayor nivel de confianza respecto al servicio que ofrece la empresa y también que sus colaboradores aprendan a subsanar de inmediato cualquier eventualidad que se presente a través de capacitaciones periódicas.
5. En esta empresa se debe capacitar al personal para aumentar y mantener competencias y cortesía cuando interactúan con los clientes.
6. Se recomienda capacitar al personal para aumentar y mantener la seguridad y mejoramiento de los elementos tangibles de la empresa.

10 Referencias bibliográficas

- Abd-El-Salam, E (2016). *El impacto de la imagen corporativa y la reputación en la calidad de servicio , la satisfacción al cliente y la lealtad del del cliente: probar el papel de mediación. Análisis de casos en una empresa internacional de servicios*. The Business &Manegement, Review. 3 (2), 177
- Cabanillas, R. (2019): *Investigación Educativa*. Arquitectura del Proyecto de Investigación y del Informe de Tesis. Cajamarca: Martínez Compañón Editores
- Carreño, P (2017). *La influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de Caja Piura Agencia Tambogrande 2016. Taviewwmbogrande*. (Tesis de Licenciatura en Ciencias Administrativas). Universidad Nacional de Piura. Facultad de Ciencias Administrativas.
- Del Cid, Y (2018), *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa* (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Zacapa, Guatemala
- Deming, W. (2009). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Díaz de Santos editores.
- Díaz de Rada, V. (2001). *Organización y gestión de los trabajos de campo con encuestas personales. y telefónicas*. Barcelona: Ariel
- Drogueti, F (2017) .*Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. (Tesis para optar al Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración). Universidad de Chile. Facultad de Economía y Negocios
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Revista Innovar, 25(ene-jun), 64-80
- Grönroos, C. (1984). *Un modelo de calidad de servicio y sus implicaciones de marketing*. Revista europea de marketing, 18(4), 36-44.

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ta ed.). México. McGraw-Hill.
- Herzberg F. (2011). *Nuevos enfoques en la organización de la gestión y el diseño de puestos*. Revista de Medicina Industrial.
- Kumar, S. *Adaptabilidad de la gestión de la calidad total al sector servicios*. International Journal of Services Marketing. N° 11, pp.93-98
- Kotler, P y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. México. Pearson Educación.
- Khotler, (2005). *Satisfacer a los clientes mediante la calidad, el servicio y el valor*. Revue Francaise du Marketing N°. 144-145, pp. 35-52
- López (2018), *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.
- López (2018) .*Calidad de atención y la aprobación de los usuarios del Restaurante Rachy's en el puerto de Guayaquil*.(Tesis de Maestría en Administración de Empresas) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Navarro, M (2018). *La gestión de calidad del servicio y atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del rubro transporte público buses ruta Sullana Piura del distrito de Sullana, Año 2018*. (Tesis para optar el Grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas) Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas. Sullana
- Parasuraman, A. (1988). *SERVQUAL: una escala de varios elementos para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio*. Revista de venta al por menor, 64 (1), 12-40..
- Parasuraman, A, Ziethaml, V. and Berry, L.L., *SERVQUAL: una escala de varios elementos para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio* Journal of Retailing., Vol. 62, no. 1, 1988, pp 12-40.

- Reyes, S. (2017). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango*. (Tesis de pre grado). <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Rivera, S (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* Tesis para obtener el grado de Magister en Administración de empresas Universidad Católica De Santiago De Guayaquil
- Rumiche (2019) realizó la investigación sobre la caracterización de la calidad de servicio y atención al cliente del Restaurante Cevichería Los 7 Mares en el distrito del Alto, año 2018. (Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote Facultad de Ciencias Contables
- Saavedra (2018) en el estudio referido a la influencia de la calidad de servicio sobre la satisfacción del cliente de la empresa MACGA. SAC.
- Slater, S. y Narver, J. (2000). *¿El entorno competitivo modera la relación entre la orientación del mercado y el desempeño?* Journal of Marketing, 58, enero.
- Silvestro, R. Y Johnston, R (1990): Los determinantes de la calidad del servicio: higiene y factores potenciadores". Papel 'presentado en Quality in Services II Conference, Sto John's University, Nueva York, julio de 1990
- Swan, I. E. Y Combs, L. I. (1976). *Rendimiento del producto y satisfacción del consumidor: un nuevo concepto*. Revista de marketing, Vol. 40, abril, pp. 25-33
- Troncos, I; Maldonado, O y Ortega, D (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transportes Cruz del Sur Cargo S.A.C Santa Anita, 2018* (Tesis para optar el título de licenciado en administración y gestión de empresas) – Universidad Peruana de las Américas.
- Valdiviezo, M (2017) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco De Crédito Del Perú, Agencia Piura 2016*. (Tesis de Licenciatura en Ciencias Administrativas). Universidad Nacional de Piura. Facultad de Ciencias Administrativas.

Zapata, M (2019). *La influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de Caja Piura Agencia Castilla*. (Tesis de Licenciatura en Ciencias Administrativas). Universidad Nacional de Piura. Facultad de Ciencias Administrativas

ANEXOS

ANEXO 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGIA
Calidad de servicio y satisfacción de los clientes	¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C. Piura, 2020?	<p>Objetivo general</p> <p>Conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el nivel de la calidad de servicio que ofrece a sus clientes la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021. • Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021 • Determinar la relación entre fiabilidad y capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021. • Analizar la relación entre profesionalidad y cortesía y la satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021. • Demostrar la relación entre seguridad y elementos tangibles y satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.a.c Piura, 2021. 	<p>Hi.:La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.</p> <p>Ho.:La calidad de servicio no tiene relación significativa con la satisfacción del cliente en la empresa Emtrafesa S.a.c. Piura 2021.</p>	<p>Tipo Descriptivo correlacional transversal</p> <p>Diseño Es no experimental. De corte transaccional</p> <p>Población 20 clientes de la empresa Emtrafesa de Piura</p> <p>Técnicas Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>

ANEXO 2: CUESTIONARIO

PARTE I

En esta primera parte le presentamos un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con una aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta y rellene en a líneas con su respuesta.

1. Sexo:

Masculino Femenino

2. Edad:

18-25 26-35 36-46 47 a mas

3. Estado Civil:

Soltero(a) Casado(a) Viudo(a)

Divorciado(a) Conviviente

4. Grado de Instrucción

Primara Secundaria Superior Técnico

Superior Universitario

5. Antigüedad como cliente en la empresa (Años)

Menos de 4 años 5-9 10-14 15 a más

6. Lugar donde vive

Sullana Piura Chiclayo Otro lugar

Especifique _____

PARTE II

Encuesta para medir la Calidad de servicio y la Satisfacción de los Clientes de la empresa Entrafesa – Piura 2021

Instrucciones: Pueden marcar con aspa (X) La alternativa que Usted crea conveniente.

Marque solo marque una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada.

Gracias por su tiempo y amabilidad.

Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Nunca	1
Casi Nunca	2
Algunas veces	3
Casi Siempre	4
Siempre	5

N°	PREGUNTAS	ESCALA				
		Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre
	CALIDAD DE SERVICIO					
1	El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias					
2	En la empresa, se solucionan problemas o se brinda información en el tiempo pactado					
3	El personal muestra predisposición para orientar a los clientes en los trámites que realizan en la empresa.					
4	A través de sus trabajadores la empresa brinda información precisa sobre las actividades que Ud consulta					
5	Los horarios de atención son variados y en diferentes turnos para facilitar el acceso a los clientes					

6	El personal da una imagen de honestidad y confianza					
7	El personal que atiende muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.					
8	El personal que atiende muestra dominio en su puesto de trabajo.					
9	El personal que atiende se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender.					
10	El personal que atiende muestra un trato respetuoso hacia usted.					
11	El personal que atiende se muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted					
12	El personal, muestra un trato cordial en la atención a los clientes					
13	El personal de la empresa inspira confianza.					
14	Usted se siente seguro con el servicio brindado por los empleados de la municipalidad					
15	En las oficinas de la empresa se observa una comunicación fluida que genera confianza, seguridad y cortesía entre sus miembros					
16	Los equipos que posee la empresa resultan de gran utilidad para los clientes					
17	Los ambientes de la empresa tienen una presentación ordenada					
18	El área de atención al público se mantiene en buen estado de limpieza					
19	En la empresa Ud. percibe una modernidad permanente de los equipos					
20	Percibe que los equipos informáticos son eficientes cuando Ud realiza una consulta o servicio					

N°	PREGUNTAS	ESCALA				
		Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre
	SATISFACCION DE LOS CLIENTES					
21	El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias					
22	Se siente satisfecho(a) con la atención que recibo en esta empresa de transporte					
23	En esta empresa se da el servicio que usted espera					
24	El personal de esta empresa conoce los intereses y necesidades de sus clientes.					
25	En esta empresa se observa un desempeño muy bueno de los trabajadores.					
26	La calidad de los servicios tecnológicos es buena					
27	El trato que brindan los trabajadores de esta empresa le inspiran confianza					
28	Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas					
29	La calidad de los servicios prestados en esta empresa son buenos,, dadas su tasas y tarifas					
30	Cuando le habla el personal de la empresa usa un lenguaje amigable					
31	Los trabajadores de la empresa demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los clientes.					
32	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta empresa Siento que puedo volver a esta empresa en cualquier momento porque valoro mucho su atención					
33	El acudir a esta empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.					
34	Esta empresa es innovadora y con visión de futuro.					
35	Es recomendable los servicios brindados por esta empresa para otros clientes.					
36	Existe preocupación de la empresa para cubrir las necesidades de atención de los clientes					

37	El servicio que se ofrece en esta empresa se adapta a sus necesidades como cliente					
38	Esta empresa me brinda los servicios según los que requiero y espero					
39	El personal de esta empresa es claro en las explicaciones o informaciones dadas					
40	El personal de esta empresa posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.					

ANEXO 3: CUESTIONARIO

BASE DE DATOS DE LA PRIMERA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

MUESTRA PILOTO

Encuestados	ITEM																			
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
6	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
7	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
8	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
9	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

10	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
11	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
12	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
13	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
14	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
15	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
16	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
17	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
18	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
19	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
20	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
21	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
22	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
23	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
24	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
25	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
26	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5

27	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
28	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
29	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
30	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
31	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
32	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5
33	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
34	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
35	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
36	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
37	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
38	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
39	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
40	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
41	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
42	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5
43	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

44	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
45	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
47	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
48	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
49	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
50	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5
51	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
52	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
53	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
54	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
55	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
56	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
57	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
58	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
59	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
60	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5

61	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
62	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
63	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
64	5	5	5	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5
65	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5
66	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5
67	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5
68	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5
69	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5
70	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
72	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
73	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
74	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
75	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
76	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
77	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

78	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
79	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
80	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
81	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
82	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
83	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
84	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
85	5	5	5	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
86	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
87	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
88	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
89	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
90	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
91	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
92	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
93	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5
94	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

95	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
96	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
97	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
98	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5
99	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
100	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
101	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
102	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
103	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
104	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
105	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
106	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
107	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
108	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
109	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
110	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
111	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5

112	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
113	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
114	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
115	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
116	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
117	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
118	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
119	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
120	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
121	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
122	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5
123	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
124	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
125	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
126	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
127	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5
128	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5

129	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
130	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
131	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
132	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
133	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
134	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
135	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
136	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
137	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
138	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
139	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
140	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
141	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
142	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
143	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
144	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
145	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

146	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
147	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5
148	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
149	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
150	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
151	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
152	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
153	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
154	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
155	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
156	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
157	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
158	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
159	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
160	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
161	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
162	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5

163	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
164	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
165	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
166	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
167	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
168	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
169	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
170	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
171	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5
172	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
173	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
174	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
175	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
176	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
177	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
178	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
179	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5

180	5	5	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
181	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
182	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
183	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
184	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
185	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
186	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5

BASE DE DATOS DE LA SEGUNDA VARIABLE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

MUESTRA PILOTO

Encuestados	ITEM 21	ITEM 22	ITEM 23	ITEM 24	ITEM 25	ITEM 26	ITEM 27	ITEM 28	ITEM 29	ITEM 30	ITEM 31	ITEM 32	ITEM 33	ITEM 34	ITEM 35	ITEM 36	ITEM 37	ITEM 38	ITEM 39	ITEM 40
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
10	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
11	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
12	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
13	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
14	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
15	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5

16	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
17	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
18	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4

34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
38	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
39	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
40	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
41	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
42	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
49	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4

52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
55	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
56	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
57	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
58	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
59	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
60	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
62	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
63	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
68	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
69	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5

70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
78	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
79	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
80	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
81	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
83	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
84	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
85	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
86	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4

88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
92	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
98	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
99	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
100	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
101	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4

106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
108	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
109	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
111	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
112	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
113	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
120	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
121	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
122	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4

124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
127	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
128	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
129	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
130	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
137	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
138	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4
140	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5
141	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	5

142	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
147	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
148	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
149	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
150	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
157	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
158	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4

160	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
161	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
162	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
169	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
170	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
171	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
175	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
176	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4

178	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
179	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
180	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4

ANEXO 4

ANÁLISIS DE FIABILIDAD CON ALF DE CROMBACH – VARIABLE N°1 CALIDAD DE SERVICIO

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.869	20

Tras la realización del análisis de alfa se obtuvo como resultado (0.869), siendo mayor que 0.80.

ANÁLISIS DE FIABILIDAD CON ALF DE CROMBACH – VARIABLE N°2 SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.910	20

Tras la realización del análisis de alfa se obtuvo como resultado (0.910), siendo mayor que 0.80.

ANEXO 5

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS



Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuyo cuestionario corresponde al constructo, que hace parte de la investigación titulada: Calidad de servicios y Satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: WILBER IBARRA MARQUEZ

FORMACIÓN ACADÉMICA: LICENCIADO EN ADMINISTRACION

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

TIEMPO: 2 años y 5 meses

**CARGO ACTUAL: DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACION
(CONTRATADA)**

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA

Objetivo de la investigación: Conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2021.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluarla dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es muy importante para la medición de la dimensión

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Calidad de servicio y Satisfacción de los Clientes

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Fiabilidad y capacidad de respuesta	1. Cuando la empresa Emtranfesa, prometen hacer algo en cierto tiempo, pues realmente lo cumplen.	4	3	4	4	
	2. En la empresa, se solucionan problemas ose brinda información en el tiempo pactado.	4	4	4	4	
	3. El personal muestra predisposición para orientar a los clientes en los trámites que realizan en la empresa.	3	4	4	4	
	4. A través de sus trabajadores la empresa brinda información precisa sobre las actividades que Ud consulta.	4	3	4	4	
	5. Los horarios de atención son variados y en diferentes turnos para facilitar el acceso a los clientes.	4	4	4	3	

	6. El personal da una imagen de honestidad y confianza	3	3	4	3	
	7. El personal que atiende muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa	4	4	4	3	
Competencias personales y cortesía	actualmente. 8. El personal que atiende muestra dominio en su puesto de trabajo.	4	3	4	4	
	9. El personal que atiendese expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender	4	4	4	4	
	10. El personal que atiende muestra un trato respetuoso hacia usted.	3	3	4	4	
	11. El personal que atiendese muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted.	3	4	4	3	
	12. El personal, muestra un trato cordial en la atención a los clientes	3	3	4	4	

Seguridad y elementos tangibles	13. El personal de la empresa inspira confianza	3	4	4	4	
	14. Usted se siente seguro con el servicio brindado por los empleados de la empresa	4	3	3	4	
	15. En las oficinas de la empresa se observa una comunicación fluida que genera confianza, seguridad y cortesía entre sus miembros	4	3	4	3	
	16. Los equipos que posee la empresa resultan de gran utilidad para el cliente	3	4	4	4	
	17. Los ambientes de la Empresa tienen una Presentación ordenada.	3	4	4	3	
	18. El área de atención al público se mantiene en buen estado de limpieza	4	3	3	3	
	19. En la empresa Ud. percibe una modernidad permanente de los equipos	3	4	3	4	
	20. Percibe que los equipos informáticos son eficientes cuando Ud realiza una consulta o servicio	3	4	4	4	

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
El rendimiento percibido	1. El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	4	3	4	3	
	2. Se siente satisfecho(a) con la atención que recibo en esta empresa de transporte	4	4	4	3	
	3. En esta empresa se da el servicio que usted espera.	4	3	3	4	
	4. El personal de esta empresa conoce los intereses y necesidades de sus clientes.	3	4	4	3	
	5. En esta empresa se observa un desempeño muy bueno de los trabajadores.	3	4	4	3	

Valor percibido	6. La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	4	3	3	3	
	7. El trato que brindan los trabajadores de esta empresa le inspiran confianza	4	3	3	4	
	8. Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas	3	4	4	4	
	9. La calidad de los servicios prestados en esta empresa son buenos, dadas sus tasas y tarifas	3	3	4	4	
	10. Cuando le habla el personal de la empresa usa un lenguaje amigable.	3	4	4	4	
	11. Los trabajadores de la empresa demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los clientes	3	4	3	4	
	12. No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta empresa. Siento que puedo volver a esta empresa en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	4	4	4	3	
Expectativa	13. El acudir a esta empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	3	3	4	4	

	14. Esta empresa es innovadora y con visión de futuro.	4	3	3	4	
	15. Es recomendable los servicios brindados por esta empresa para otros clientes.	4	4	3	3	
	16. Existe preocupación de la empresa para cubrir las necesidades de atención de los clientes	4	3	4	3	
	17. El servicio que se ofrece en esta empresa se adapta a sus necesidades como cliente.	4	3	4	4	
	18. Esta empresa me brinda los servicios según los que requiero y espero	3	4	4	4	
	19. El personal de esta empresa es claro en las explicaciones o informaciones dadas	3	3	4	4	
	20. El personal de esta empresa posee los conocimientos acerca de los servicios prestados	3	4	3	3	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.	X		
VALIDEZ			SI NO
APLICABLE			X
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			X
Validado por: IBARRA MARQUEZ WILBER		Fecha: 21/01/2022	
Firma: 	Teléfono: 971640641	Email: Wilberibarra21@hotmail.com	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuyo cuestionario corresponde al constructo, que hace parte de la investigación titulada: Calidad de servicios y Satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: PABLO ARNULFO SANTOS DIAZ.

FORMACIÓN ACADÉMICA: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: MARKETING, CULTURA ORGANIZACIONAL.

TIEMPO: 33 AÑOS

CARGO ACTUAL: DOCENTE UNIVERSITARIO.

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO.

Objetivo de la investigación: Conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2021

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	5. No cumple con el criterio 6. Bajo nivel 7. Moderado nivel 8. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	5. No cumple con el criterio 6. Bajo nivel 7. Moderado nivel 8. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	5. No cumple con el criterio 6. Bajo nivel 7. Moderado nivel 8. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	5. No cumple con el criterio 6. Bajo nivel 7. Moderado nivel 8. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es muy importante para la medición de la dimensión

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Calidad de servicio y Satisfacción de los Clientes

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Fiabilidad y capacidad de respuesta	1- Cuando la empresa Emtranfesa, prometen hacer algo en cierto tiempo, pues realmente lo cumplen.	4	4	4	4	
	2- En la empresa, se solucionan problemas o se brinda información en el tiempo pactado.	4	4	4	4	
	3- El personal muestra predisposición para orientar a los clientes en los trámites que realizan en la empresa.	4	4	4	4	
	4- A través de sus trabajadores la empresa brinda información precisa sobre las actividades que usted consulta.	4	4	4	4	
	5- Los horarios de atención son variados y en diferentes turnos para facilitar el acceso a los clientes.	4	4	4	4	

Competencias personales y cortesía	6- El personal da una imagen de honestidad y confianza	4	4	4	4	
	7- El personal que atiende muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	4	4	4	4	
	8- El personal que atiende muestra dominio en su puesto de trabajo.	4	4	4	4	
	9- El personal que atiende se expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender	4	4	4	4	
	10-El personal que atiende muestra un trato respetuoso hacia usted.	4	4	4	4	
	11-El personal que atiende se muestra dispuesto a ayudarle con su gestión que está realizando usted.	4	4	4	4	
	12-El personal, muestra un trato cordial en la atención a los clientes	4	4	4	4	
Seguridad y elementos tangibles	13-El personal de la empresa inspira confianza	4	4	4	4	
	14-Usted se siente seguro con el servicio brindado por los empleados de la empresa	4	4	4	4	
	15-En las oficinas de la empresa se observa una comunicación fluida	4	4	4	4	

	que genera confianza, seguridad y cortesía entre sus miembros					
	16-Los equipos que posee la empresa resultan de gran utilidad para el cliente	4	4	4	4	
	17-Los ambientes de la empresa tienen una presentación ordenada	4	4	4	4	
	18-El área de atención al público se mantiene en buen estado de limpieza	4	4	4	4	
	19-En la empresa usted percibe una modernidad permanente de los equipos	4	4	4	4	
	20-Percibe que los equipos informáticos son eficientes cuando usted realiza una consulta o servicio	4	4	4	4	

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
El rendimiento percibido	1. El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	4	4	4	4	
	2. Se siente satisfecho(a) con la atención que recibo en esta empresa de transporte	4	4	4	4	
	3. En esta empresa se da el servicio que usted espera.	4	4	4	4	
	4. El personal de esta empresa conoce los intereses y necesidades de sus clientes.	4	4	4	4	
	5. En esta empresa se observa un desempeño muy bueno de los trabajadores.	4	4	4	4	
	6. La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	4	4	4	4	
	7. El trato que brindan los trabajadores de esta empresa le inspiran confianza	4	4	4	4	
	8. Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas	4	4	4	4	

Valor percibido	9. La calidad de los servicios prestados en esta empresa es buenos, dadas su tasas y tarifas	4	4	4	4	
	10. Cuando le habla el personal de la empresa usa un lenguaje amigable.	4	4	4	4	
	11. Los trabajadores de la empresa demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los clientes	4	4	4	4	
	12. No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta empresa Siento que puedo volver a esta empresa en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	4	4	4	4	
Expectativa	13. El acudir a esta empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	4	4	4	4	
	14. Esta empresa es innovadora y con visión de futuro.	4	4	4	4	
	15. Es recomendable los servicios brindados por esta empresa para otros clientes.	4	4	4	4	

	16. Existe preocupación de la empresa para cubrir las necesidades de atención de los clientes	4	4	4	4	
	17. El servicio que se ofrece en esta empresa se adapta a sus necesidades como cliente.	4	4	4	4	
	18. Esta empresa me brinda los servicios según los que requiero y espero	4	4	4	4	
	19. El personal de esta empresa es claro en las explicaciones o informaciones dadas	4	4	4	4	
	20. El personal de esta empresa posee los conocimientos acerca de los servicios prestados	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
VALIDEZ				
APLICABLE			SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: MSC. PABLO ARNULFO SANTOS DÍAZ			Fecha: 24 / 01 / 22	
Firma:  <small>PABLO A. SANTOS DÍAZ REGISTRO ÚNICO DE COLECCIÓN CLAD N° 0987</small>	Teléfono: 943643426		Email: Pablito_165333@hotmail.com	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: cuyo cuestionario corresponde al constructo, que hace parte de la investigación titulada: Calidad de servicios y Satisfacción de los clientes de la empresa Emtrafesa S.A.C Piura-2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: ZAVALETA VERGARAY CARMEN ROSA

FORMACIÓN ACADÉMICA: MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: RECURSOS HUMANOS

TIEMPO: 5 años CARGO ACTUAL: DOCENTE CONTRATADA

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Objetivo de la investigación: Conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa EMTRAFESA S.A.C, PIURA 2021

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	9. No cumple con el criterio 10. Bajo nivel 11. Moderado nivel 12. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	9. No cumple con el criterio 10. Bajo nivel 11. Moderado nivel 12. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	9. No cumple con el criterio 10. Bajo nivel 11. Moderado nivel 12. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	9. No cumple con el criterio 10. Bajo nivel 11. Moderado nivel 12. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante. -El ítem es muy importante para la medición de la dimensión

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Calidad de servicio y Satisfacción de los Clientes

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Fiabilidad y capacidad de respuesta	1. Cuando la empresa Emtranfesa, prometen hacer algo en cierto tiempo, pues realmente lo cumplen.	3	4	3	4	
	2. En la empresa, se solucionan problemas o se brinda información en el tiempo pactado.	3	3	3	4	
	3. El personal muestra predisposición para orientar a los clientes en los trámites que realizan en la empresa.	3	3	3	4	
	4. A través de sus trabajadores la empresa brinda información precisa sobre las actividades que Ud consulta.	3	4	3	4	
	5. Los horarios de atención son variados y en diferentes turnos para facilitar el acceso a los clientes.	3	3	4	3	
Competencias personales y cortesía	6. El personal da una imagen de honestidad y confianza	3	4	4	3	
	7. El personal que atiende muestra que está suficientemente preparado para desempeñarse en el cargo que ocupa actualmente.	4	3	3	3	
	8. El personal que atiende muestra dominio en supuesto de trabajo.	3	4	4	3	

	9. El personal que atiendese expresa en un lenguaje comprensible que usted pueda entender	4	4	3	3	
	10. El personal que atiendemuestra un trato respetuoso hacia usted.	3	3	4	4	
	11. El personal que atiendese muestra dispuesto a ayudarle con su gestiónque está realizando usted.	3	4	3	3	
	12. El personal, muestra un trato cordial en la atención a los clientes	3	4	4	3	
Seguridad y elementos tangibles	13. El personal de laempresa inspira confianza	4	3	4	4	
	14. Usted se siente seguro con el servicio brindadopor los empleados de laempresa	3	4	4	4	
	15. En las oficinas de la empresa se observa una comunicación fluida quegenera confianza, seguridad y cortesíaentre sus miembros	4	4	3	3	
	16. Los equipos que poseela empresa resultan degran utilidad para el cliente	4	3	4	3	
	17. Los ambientes de la empresa tienen una presentación ordenada.	3	4	3	4	
	18. El área de atención al público se mantiene en buen estado de limpieza	3	4	4	3	
	19. En la empresa Ud. percibe una modernidad permanente de los equipos.	3	4	4	3	
	20. Percibe que los equiposinformáticos son eficientes cuando Ud realiza una consulta oservicio	3	4	3	3	

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
El rendimiento percibido	1. El personal de esta empresa de transporte ha solucionado satisfactoriamente sus exigencias.	3	3	3	3	
	2. Se siente satisfecho(a) con la atención que recibo en esta empresa de transporte.	3	3	3	3	
	3. En esta empresa se da el servicio que usted espera.	3	4	3	3	
	4. El personal de esta empresa conoce los intereses y necesidades de sus clientes.	3	4	3	3	
	5. En esta empresa se observa un desempeño muy bueno de los trabajadores.	3	4	4	3	
	6. La calidad de los servicios tecnológicos es buena.	4	3	4	4	
Valor percibido	7. El trato que brindan los trabajadores de esta empresa le inspiran confianza	4	3	3	3	
	8. Las tasas y tarifas de esta entidad en comparación con otras son adecuadas	3	3	3	3	
	9. La calidad de los servicios prestados en esta empresa son buenos, dadas sus tasas y tarifas	3	4	4	3	
	10. Cuando le habla el personal de la empresa usa un lenguaje amigable.	4	3	4	4	
	11. Los trabajadores de la empresa demuestran capacidad de escucha ante las necesidades de los clientes	3	4	3	3	

	12. No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por esta empresa Siento que puedo volver a esta empresa en cualquier momento porque valoro mucho su atención.	3	3	3	3	
Expectativa	13. El acudir a esta empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	3	4	3	3	
	14. Esta empresa es innovadora y con visión de futuro.	3	4	3	4	
	15. Es recomendable los servicios brindados por esta empresa para otros clientes.	4	4	4	3	
	16. Existe preocupación de la empresa para cubrir las necesidades de atención de los clientes	4	3	4	4	
	17. El servicio que se ofrece en esta empresa se adapta a sus necesidades como cliente.	3	4	3	4	
	18. Esta empresa me brinda los servicios según los que requiero y espero	4	4	4	3	
	19. El personal de esta empresa es claro en las explicaciones o informaciones dadas	3	4	3	4	
	20. El personal de esta empresa posee los conocimientos acerca de los servicios prestados	3	4	4	3	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.	X		
VALIDEZ			SI NO
APLICABLE			X
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			X
Validado por: ZA VALETA VERGARAY CARMEN ROSA		Fecha: 21/01/2022	
Firma: 	Teléfono: 943866711		Email: carmenzv11@usanpedro.edu.pe