



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Competitividad y Calidad del Servicio a los Clientes en el área
de Encomiendas de la Empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Correa Juarez, Mariel Alexandra (orcid.org/0000-0001-6752-4499)

Díaz Pacheco, Pedro Edwin (orcid.org/0000-0003-4553-1377)

ASESOR:

Mg. Pinglo Bazan, Miguel Elías (orcid.org/0000-0001-7130-0156)

CO-ASESOR:

MBA. Cervantes Mendoza, Hugo Manuel (orcid.org/0000-0002-7529-7262)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

TRUJILLO-PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres Edwin Correa Rojas y María Veranis Juárez Peralta que con mucho esfuerzo y cariño me brindaron esta carrera y a pesar de cualquier circunstancia siempre he contado con su apoyo incondicional, a ustedes les debo lo que soy hoy en día.

Mariel Alexandra, Correa Juárez

A mi madre Angie Susan Pacheco Cáceres y a mi tía Yvonne Lily Cáceres Orbegoso gracias a su apoyo incondicional me dieron la oportunidad de convertirme en un profesional, me faltan las palabras para describir el amor que siento por ustedes.

Pedro Edwin, Díaz Pacheco

Agradecimiento

A Dios, de manera muy especial por cada minuto de vida y salud que me entrega día a día.

A mi hermana Guadalupe Correa por siempre alentarme que todo se puede lograr en esta vida. A mis tías Bianca e Ingrid por brindarme siempre un consejo el cual me impulsa en este proyecto. A mi alma mater Universidad César Vallejo y a cada uno de sus docentes por sus conocimientos brindados, en especial a mis asesores Mg. Miguel Pinglo, Hugo Cervantes y Daly Castillo quienes supieron guiarnos y asesorarnos durante la elaboración de dicho proyecto de investigación. A los ejecutivos de la empresa I Dorado S.A.C. Trujillo por la información brindada respecto a su empresa para nuestro proyecto.

Mariel Alexandra, Correa Juárez.

A Dios, porque gracias a él disfrutamos de salud cada día.

A mis compañeros del área de compras del grupo Mission Produce Perú por sus enseñanzas y experiencias y por el tiempo dedicado en las inducciones y explicación de procesos. A mi querida Universidad César Vallejo y a sus docentes por compartir sus conocimientos los cuales me han ayudado en mi desenvolvimiento en especial a mis asesores Mg. Hugo Cervantes y Miguel Pinglo y a Daly Castillo por sus asesorías en el largo camino del desarrollo de mi tesis.

Pedro Edwin, Díaz Pacheco.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN:	1
II. MARCO TEÓRICO:	4
III. METODOLOGÍA:	11
3.1. Tipo y diseño de investigación:	11
3.2. Variables y operacionalización:	11
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis:	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	14
3.5. Procedimientos:	14
3.6. Método de análisis de datos:	14
3.7. Aspectos éticos:	15
IV. RESULTADOS:	16
V. DISCUSIÓN.	20
VI. CONCLUSIONES.	25
VII. RECOMENDACIONES.	26
REFERENCIAS	27
Anexos:	32

Índice de tablas

Tabla 1: Competitividad a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.....	16
Tabla 2: Niveles de las dimensiones de la competitividad a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.....	17
Tabla 3: Calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.	18
Tabla 4: Calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022	18
Tabla 5: Correlación de variables.....	19

Resumen

La presente investigación titulada “Competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C Trujillo, 2022. Presenta como objetivo general analizar la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C Trujillo, 2022. Como metodología se utilizó un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por los clientes de la empresa El Dorado S.A.C. se utilizó como técnica la encuesta e instrumento un cuestionario estructurado y validado por expertos. Se concluye que lo más rescatado dentro de este estudio fue calidad de servicio a los clientes, respecto al nivel de competitividad se obtuvo que el 100% de los encuestados están satisfechos respecto a la competitividad de la empresa, rescatando que las ventajas competitivas se van creando día a día. Por lo tanto, con la obtención de dichos resultados se concluye que la empresa El Dorado S.A.C Trujillo, se encuentra en un estado de crecimiento y por ende en mejorar la atención que se brinda en el área de encomiendas ya que se refleja que los trabajadores carecen de capacitación.

Palabras clave: Competitividad, calidad del servicio, marketing.

Abstract

The present investigation entitled "Competitiveness and quality of service to customers in the parcel area of the company El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. It presents as a general objective to analyze the competitiveness and quality of service to customers in the parcel area of the company El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. A quantitative approach, applied type, non-experimental and cross-sectional design was used as a methodology. The population was made up of the clients of the company El Dorado S.A.C. The survey was used as the technique and the instrument was a questionnaire structured and validated by experts. It is concluded that the most rescued within this study was quality of service to customers, regarding the level of competitiveness it was obtained that 100% of the respondents are satisfied with respect to the competitiveness of the company, rescuing that competitive advantages are being created day to day. Therefore, with the obtaining of these results, it is concluded that the company El Dorado S.A.C. Trujillo, is in a state of growth and therefore to improve the attention provided in the parcel area since it reflects that the workers lack training.

Keywords: Competitiveness, quality of service to customers, marketing.

I. INTRODUCCIÓN:

Desde un escenario global, las empresas de transporte se encuentran orientadas a brindar un servicio de calidad, todo esto debido a las necesidades del consumidor y así de esta manera lograr ser más competitivas y permanecer dentro del mercado.

En el Perú, las empresas de servicio de transporte de encomiendas juegan un papel muy significativo dentro del mercado. El servicio al cliente es un instrumento de gran interés para toda actividad comercial. En la actualidad las empresas se concentran en desarrollar atención al cliente, siendo este necesario para establecer relaciones óptimas entre empresa y cliente.

La competitividad es un concepto complejo, cuyo significado es la capacidad de competir, el cual comprende un conjunto de destrezas y situaciones para el ejercicio de la competitividad. Arboleda (2016). Esto se refiere a la competencia que existe entre empresas para ganar participación dentro del mercado, lo cual representa brindar bienes o servicios de buena calidad con el fin de compensar las necesidades del consumidor.

El servicio al cliente son técnicas con las que cuenta toda organización con el fin de generar un contacto con los clientes y avalar una insuperable aceptación de sus servicios o productos por parte del consumidor. Carrillo (2020). Quiere decir que son aquellos factores positivos que van a permitir que el cliente llegue a tener una experiencia satisfactoria, atención personalizada, entre otros, respecto a la atención brindada.

El problema que se identificó fue ¿Cuál es la relación que existe entre competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022?

En dicha investigación se ha definido el objetivo general el cual va a permitir dar respuesta al problema establecido:

Analizar la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Por lo consiguiente se formularon ciertos objetivos específicos:

- Identificar el nivel de la competitividad en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.
- Determinar el nivel de calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.
- Implementar estrategias de mejora para la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Asimismo, se formuló las siguientes hipótesis para dicha investigación:

Hi: Existe relación entre la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Ho: No existe relación entre la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

El problema identificado, es que actualmente en la empresa de transporte El Dorado S.A.C., se evidencia la falta del desempeño de servicio respecto al control de llegada de encomiendas a su destino. Por lo tanto, si el problema encontrado permanece, habrá desventajas dentro de la empresa.

Al realizar dicho proyecto se podrá convertir los problemas encontrados en dicha empresa de transporte El Dorado S.A.C. en oportunidades y fortalezas para la misma y de esta manera al ser logrado todo aquello, la empresa va a conseguir aumentar su servicio y eficiencia.

La siguiente investigación se justifica porque permitirá conocer, determinar y analizar la competitividad y calidad del servicio a los clientes de la empresa de transporte El Dorado S.A.C Trujillo, 2022.

Respeto a la justificación teórica, nuestra investigación pretende mediante el desarrollo de conceptos y de teorías sobre la competitividad y calidad del servicio al cliente, determinar las ventajas competitivas en dicha empresa con la finalidad de mejorar o establecer cambios que contribuyan a que cierta MYPE sea más competitiva en el mercado. Se justifica de manera teórica porque crea discusión

y contribuye conocimiento sobre la MYPE bajo estudio y su problemática. Castillo (2020).

Por lo consiguiente se justifica de manera práctica, porque se realizará una mejora en el servicio al cliente en el área de encomiendas, buscando de esta manera minimizar ciertos inconvenientes encontrados que viene presentando dicha empresa y de esta manera incrementar la competitividad frente al servicio y satisfacer las necesidades del consumidor. Su mejora aprueba encontrar recursos al problema identificado, asimismo, plantear cambios o propuestas y optimizar los procesos empresariales. Castillo (2020).

Del mismo modo como justificación metodológica para dicho desarrollo se va a requerir de métodos, debido a que se aplicará la metodología aplicada, ya que se empelarán encuestas para el recojo de información, muestra, y de esta manera obtener resultados y poder de este modo definir la competitividad y mejora del servicio al cliente en el área de encomiendas de la empresa El Dorado Trujillo, 2022.

II.MARCO TEÓRICO:

Vásquez (2019), la satisfacción del cliente y la competitividad en las operadoras de transporte terrestre interprovincial. Su objetivo general es, estudiar la satisfacción de los pasajeros sobre el transporte interprovincial, asimismo la competitividad, en la provincia de Guayas, Ecuador. Se hizo uso del indicador de desempeño, el cual mide el riesgo que se corre en una inversión, es decir mide las pérdidas y verifica la satisfacción del cliente. Se tomó una muestra aleatoria de las pérdidas y ganancias. Estos resultados reflejan los altos estándares de servicio y seguridad con los cuales opera el transporte.

Dávila (2014), presentó la investigación titulada plan de marketing para mejorar el servicio de transporte de carga en la empresa de transportes navieros, transnave, 2014, Ecuador. Tiene como objetivo general mejorar la calidad del servicio a través de un plan de marketing. Se utilizó una metodología de tipo deductiva, dentro de las principales conclusiones se rescatan las siguientes donde se logró identificar mediante la recolección de datos que dicho proceso de transporte no está siendo controlado por los encargados de la empresa, lo que hace que no haya una buena información del servicio brindado hacia los clientes lo cual permite que haya insatisfacción por parte de los clientes.

Femi (2018), en su investigación ¿Cómo puede una empresa de logística de entrega de paquetes rediseñar su proceso para minimizar el alto envío de nuevo, Suecia? Presenta como objetivo general el principal problema de las devoluciones (reenviar) es el costo de capital humano y el costo financiero. El término investigación se asocia comúnmente a la actividad educativa o académica. Dentro de las principales conclusiones encontramos las siguientes Los motivos de la investigación/examen en este estudio fueron encontrar las causas de los altos envíos (devoluciones) en la logística de entrega de paquetería compañía y cómo podemos minimizar los altos envíos (devoluciones) de manera estratégica al tomar acciones o pasos estratégicos.

Pozo (2020), en su investigación plan de negocios para el impulso de una aplicación de transporte de carga pesada que permita enviar mercadería, encomiendas dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil. Tuvo como objetivo general analizar cierta propuesta de plan la cual va a permitir realizar envíos de

mercadería a nivel nacional. La presente investigación se realizó mediante métodos cualitativo y cuantitativo. Se utilizó la encuesta para recolectar datos, mediante un cuestionario muy bien elaborado y validado por expertos, la población estuvo constituida por los coordinadores y colaboradores. Se llegó a concluir que dicha propuesta es muy rentable para la empresa.

Fernández (2018), presenta en su investigación titulada el desarrollo plan de negocio para una empresa de mensajería y paquetería en Nicaragua, presenta como objetivo desarrollar plan de negocio que sujete una estructura comercial, organizacional y operacional. Asimismo, se utilizó una metodología descriptiva, nivel cuantitativo, de enfoque experimental. Su población estuvo conformada por los colaboradores que laboran en dicha empresa. Llegando a concluir que dicho negocio genera rentabilidad, del mismo modo se diseñaran estrategias que ayuden en la captación de clientes brindando un servicio de calidad.

Asimismo, se trabajó con los siguientes antecedentes Nacionales:

Agurto (2018), en su estudio gestión de operaciones para mejorar la competitividad en la empresa Cotera Cargo S.A.C. Ate, 2018. Dicho estudio presentó como objetivo examinar como la gestión de operaciones puede mejorar la competitividad operacional. Se utilizó una metodología descriptiva, cuantitativa, causi experimental. La población estuvo conformada por los resultados realizados a dichas variables, la técnica que se usó fue la observación para la obtención de datos con el instrumento el cuestionario realizado a los colaboradores de dicha empresa. Se concluye que la gestión de operaciones y competitividad crean beneficios los cuales van a permitir aumentar la productividad y rentabilidad en dicha empresa.

Champi, García (2021), la gestión empresarial y la competitividad en la empresa de transportes viajes & turismo Tunki Chaski S.R.L., Cusco, 2021, donde se da a conocer el siguiente objetivo establecer si existe relación en la gestión empresarial y la competitividad de dicha empresa. Asimismo, la metodología fue descriptiva, cuantitativa, de diseño experimental, su población fueron 50 socios a quienes se les realizo una encuesta. Se concluye que se relacionan ambas variables.

Delgado (2015), realizo un estudio la evaluación de los niveles de calidad de la empresa de transportes línea en el área de carga y encomiendas, en la ciudad

de Chiclayo 2015. Dicha investigación presenta como objetivo general que si se puede lograr lealtad de los clientes con una atención eficiente y personalizada. Se utilizó una metodología de diseño concurrente, tipo mixta. Se obtuvieron como principales resultados que se aplica la práctica del modelo SERQVUAL lo cual permite conocer ventajas y desventajas que se presentan en dicha organización.

Meléndez, Navarro, Benites (2020), en su investigación mejora de la calidad de servicio y el clima laboral en el área operativa de encomiendas de la empresa Oltursa S.A.C en el distrito de la victoria. Dicho estudio presenta como objetivo general conocer cuáles son las medidas que nos van a permitir optimizar el ambiente laboral entre los trabajadores. Se concluye que si existe relación entre las variables bajo estudio ya que se logró identificar que si hay un buen ambiente de trabajo entre los trabajadores. Del mismo modo se recomienda capacitar constantemente al personal que labora en dicha empresa para obtener mejores resultados.

Rimarachín, Rodas (2019), realizó su investigación titulada la evaluación de un control interno para optimizar el proceso operativo del servicio de encomiendas en la empresa de transporte milagroso corazón de Jesús S.A.C. presentó su objetivo fue de evaluar que riesgos de control interno para perfeccionar el proceso en el área de encomiendas. Se utilizó la metodología aplicada, descriptiva, no experimental, asimismo se hizo uso de la encuesta empleando un cuestionario estructurado. Concluyendo que se lograra crear normas de control en dicha área, para así de esta manera la empresa logre visualizar ventajas sobre la competencia asimismo obtener buenos resultados para la misma.

Cedano, Ibáñez (2020), en su investigación la percepción de calidad de servicio y gestión de encomiendas de empresas de transportes Av. Ejercito Trujillo, 2020. Presentó dicho objetivo estudiar la percepción de la calidad de servicio y gestión operativa de encomiendas. Se utilizó una metodología cuantitativa, aplicada, asimismo la población que se utilizó fue de 12 trabajadores y 210 clientes para la obtención de resultados, y se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento un cuestionario. Concluyendo que el servicio que brindan dichas empresas es

bueno, asimismo se percibe seguridad y empatía por parte de los colaboradores hacia los clientes.

Ávila (2021), en su investigación titulada las estrategias de gestión para la mejora de la calidad de servicio al cliente en una empresa de transporte y carga, Lima 2021, presenta como objetivo general optimizar la calidad de servicio, proponiendo estrategias. Se utilizó la metodología deductiva, diseño explicativo, nivel comprensivo. Estuvo conformada por 250 consumidores, se realizó una entrevista. Llegando a la conclusión que las desventajas que existen dentro de la empresa lo cual afecta la calidad de servicio se dan debido a la falta de capacidad por los colaboradores ya que no utilizan las herramientas implementadas, por lo consiguiente no hacen uso de los canales de comunicación digital y de esta manera es que se logra visualizar que existen muchas quejas por parte de los clientes.

Escobar, Vargas (2019), en su investigación calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes y servicios múltiples Gloria S.A.C., Ate 2019. Determina su objetivo conocer si existe relación en la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Gloria S.A.C. Ate, 2019. Asimismo, presenta una metodología de nivel descriptivo, no experimental, aplicada. Dentro de las principales conclusiones rescatamos las siguientes determina que existe una relación entre ambas, lo que permite que la empresa sea competitiva dentro del mercado.

García, Paca (2017), en su investigación la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de Transportes S & R S.R.L, Santa Anita –Lima 2017. Donde tiene dicho objetivo general conocer si existe relación entre ambas variables. Por lo consiguiente presentó una metodología aplicada, correlacional, descriptiva. La población estuvo conformada por 60 individuos. Se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se elaboró un cuestionario. Llegando a concluir que existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de dicha empresa.

Competitividad.

Domareski, Fumi (2019), señala que la competitividad se basa en producir más y mejor, es decir, elaborar productos de mejor calidad y/o brindar servicio de calidad que cubran las necesidades del consumidor. Otero, Taddei (2017), en la actualidad las empresas operan en entornos muy competitivos, con la finalidad de lograr participación dentro del mercado frente a sus competidores. Solano (2020), indica que la competitividad genera competencias, lo que va a permitir que toda organización sea productiva frente a sus competidores, teniendo en cuenta las capacidades que ofrecen en el entorno para un buen desarrollo. De acuerdo con los distintos autores que analizan el concepto de competitividad, se llegó a la conclusión que la competitividad es la capacidad de satisfacer necesidades de los consumidores dentro de un mercado competitivo. La competitividad dentro del mercado se mide con ventajas competitivas frente a sus competidores Martínez et (2019), señala la capacidad que tiene toda compañía de establecer valor lo cual abre una cadena de medios de poder competir en los mercados actuales, crear y sostener un desempeño mayor lo cual permite alcanzar buenos resultados. Valenzo (2019), una ventaja competitiva se obtiene cuando dentro de una organización se implementan estrategias de creación de valor los cuales no han sido creados por los competidores, eso hace que exista diferenciación entre ellos. Ochoa et (2015), ventajas competitivas es la capacidad que posee toda empresa, cuando se tiene una ventaja única, superioridad en costes en un nicho de mercado protegido lo que va a permitir obtener excelentes resultados (pág.91).

De acuerdo con los distintos autores respecto al significado de ventajas competitivas también detallamos algunas características de las ventajas competitivas.

Por lo consiguiente Sánchez (2019), señala las siguientes dimensiones capacidad de innovación, rentabilidad, satisfacción al cliente, recurso humano y la participación del mercado. Asimismo, Arias (2015), nos da conocer que la capacidad de innovación es la habilidad que posee toda compañía para generar nuevas ideas y conocimientos con la finalidad de fructificar las oportunidades que se muestren y así competir dentro del mercado.

Servicio al cliente.

Pocco (2017), aquellas situaciones de atender, consultar reclamos o quejas, control, al momento de brindar un producto o servicio. Es decir, las acciones que se realizan entre un cliente y colaborador con la finalidad de brindar un buen servicio durante y posterior a la compra lo cual permitirá al consumidor disfrutar una experiencia de compra agradable. Correa (2016), el servicio al cliente es un punto diferenciador para la imagen y posicionamiento de cualquier empresa ya que es importante cumplir de manera correcta las exigencias, del cliente. Cabe recalcar que el servicio al cliente se enfoca en las actividades que suponen precisamente la información y/o atención al cliente ya sea al adquirir algún bien o servicio los cuales están dispuestos en caso necesiten manifestar algún reclamo sugerencia, etc. Por otro lado el autor Pocco (2016) cita al autor Cottle donde manifiesta que existen dos factores importantes para conocer la satisfacción del cliente las cuales son las expectativas y las percepciones teniendo en cuenta de lograr brindar un buen servicio donde se vea reflejado la satisfacción de las necesidades y de esta manera se genere una correcta imagen de la organización, esto hace referencia a las cualidades y aspectos que buscan los clientes en los colaboradores al momento de ser atendidos, asimismo solucionar las inquietudes por parte del cliente, basándose en brindar un buen servicio teniendo conocimiento de los productos que se ofrece, habilidad para detectar gustos y preferencia y facilidad de solución de problemas. Por lo consiguiente Rebaza (2019), nos da a conocer las siguientes dimensiones del servicio al cliente, la fiabilidad, la sensibilidad, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles. Es así como Pillamango (2016), resalta que la fiabilidad es aquella herramienta que se utiliza para medir de manera eficiente la entrega de bienes o servicios. Por lo consiguiente Nicolás (2015), nos habla sobre la sensibilidad que es toda habilidad de poder resolver conflictos dentro de una organización y estos puedan ser atendidos. Por lo consiguiente Rebaza (2019), da a conocer que la seguridad es primordial dentro de toda organización por el bienestar de los trabajadores, clientes y estos puedan laborar con confianza. Respecto a la empatía dicho autor señala que es la participación afectiva entre los colaboradores y clientes, o empresa y colaboradores, asimismo, respecto a

elementos tangibles se da a conocer que toda empresa debe de estar implementada con equipos modernos por la seguridad.

III.METODOLOGÍA:

3.1.Tipo y diseño de investigación:

- Cierta investigación fue de tipo aplicada, porque su fin principal es resolver un determinado problema.

Sampieri (2018), señala que una investigación es aplicada porque está orientada a resolver problemas, aplicando conocimientos con el propósito de implementar mejoras y perfeccionando los procedimientos mejorando la calidad de los bienes o servicios.

- Dicha investigación fue de diseño no experimental, debido a que no habrá manipulación alguna sobre las variables bajo estudio.

Sampieri et (2015), consiste en investigaciones donde no se manipulan de forma deliberada las variables, es decir ver los fenómenos tal y como se dan y así poder examinarlos.

- Dicha investigación fue de corte transversal, porque los datos que se van a recolectar serán en un determinado instante, donde el propósito es describir y analizar las variables.

3.2.Variables y operacionalización:

Variable independiente: Competitividad

- Definición conceptual: Domareski, Fumi (2019), señala que la competitividad se basa en producir más y mejor, es decir, elaborar productos de mejor calidad y/o brindar servicio de calidad que cubran las necesidades del consumidor.

Variable dependiente: Servicio al Cliente

- Definición Conceptual: Pocco (2017), aquellas situaciones de atender, consultar reclamos o quejas, control, al momento de brindar un producto o servicio. Es decir, las acciones que se realizan entre un cliente y colaborador con la finalidad de brindar un buen servicio durante y posterior a la compra lo cual permitirá al cliente tener una experiencia de comprar agradable.

- **Definición operacional:**

Para la variable competitividad se ha considerado como dimensiones para su medición los criterios de Sánchez (2019): capacidad de

innovación, rentabilidad, satisfacción al cliente, recurso humano y participación del mercado. Así como también para la variable Servicio al cliente se ha considerado como dimensiones los criterios de Rebaza (2019), fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, elementos tangibles.

Se busca indagar mediante el cuestionario sobre la competitividad y servicio al cliente, para poder saber sobre el servicio que se brinda dentro de la empresa.

- **Indicadores:**

- ✓ Inversión en formación y desarrollo
- ✓ Inversión en dirección y gestión
- ✓ Rendimiento sobre el patrimonio
- ✓ Calidad de servicio
- ✓ Nivel de responsabilidad
- ✓ Principales competencias
- ✓ Confianza a los trabajadores
- ✓ Resolver problemas de los trabajadores
- ✓ Brindar una buena seguridad
- ✓ Comunicación constante entre propietarios y colaboradores
- ✓ Implementación de equipos tecnológicos.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis:

- **Población:** dicho estudio estuvo conformada por clientes que concurren frecuentemente a la empresa de transportes El Dorado S.A.C.

Ferreyro (2014), señala al conjunto de datos de interés, como por ejemplo docentes, alumnos o padres de familia de un colegio, colaboradores, clientes o funcionarios de una empresa, entre otros. Dependiendo el tamaño de la población se trabajará con ella o se tomará una muestra para el recojo de datos.

Criterios de inclusión:

- Persona que acepta participar en dicho estudio de investigación
- Tener tiempo disponible
- Tener conocimiento adquirido sobre la empresa

Criterios de exclusión:

- Personas que no estén en la capacidad de proporcionar información de dichas variables
- Personas que no tengan el tiempo disponible

• **Muestra:** está conformada por los clientes de la empresa El Dorado S.A.C
 Para el recojo de información la muestra estuvo conformada por los clientes, por lo cual se considera una población infinita, por ende, en dicha investigación se va a utilizar cierta fórmula:

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

Dónde:

Z² = Grado de confiabilidad (1.96%)

p = probabilidad de que ocurra (0.5%)

q = probabilidad de que no ocurra (0.5%)

e = margen de error (5%)

n = ?

$$n = \frac{(1.96^2) \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05^2)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times (0.5) \times (0.5)}{0.25}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.25}$$

$$n = 384$$

- **Muestreo:** Para ambas variables se utilizó el muestreo no probabilístico.
- **Unidad de análisis:** clientes de la empresa El Dorado S.A.C.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- Técnica: para dicho estudio se va hizo uso de la encuesta, mediante la cual se va a recolectar información respecto al servicio a los clientes que se brinda dentro de la empresa El Dorado S.A.C.
- Instrumento: el instrumento que se empleó fue el cuestionario, a través del cual se recolectó información para conocer las diferentes opiniones respecto al servicio al cliente.

3.5. Procedimientos:

Como alumnos de la Universidad César Vallejo, después de haber encontrado el problema que persiste en la empresa bajo estudio “¿Cuál es la relación que existe entre competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022? Solicité a la empresa el consentimiento y autorización para la recolección de datos. Después de haber obtenido la autorización por parte de empresa se pasó al desarrollo de los capítulos de las actividades que formaran parte de la investigación.

En el primer capítulo estará compuesto por la introducción, planteamiento del problema, objetivos. Por lo consiguiente en el segundo capítulo estará conformado por marco teórico y conceptos teóricos del tema relacionado.

Continuando con el tercer capítulo se va a desarrollar la metodología de la investigación dando a conocer el tipo, diseño, población, muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos futuros. Concluyendo con el cuarto capítulo donde se detallan los aspectos administrativos en el cual se describe los recurso, presupuesto, financiamiento y cronograma de todas las actividades a realizar en dicho estudio.

3.6. Método de análisis de datos:

- **Análisis descriptivo:**
Sampieri (2018), analiza propiedades y características las cuales son hechas con la finalidad de relatar con exactitud y veracidad posible a

una situación institucional o general. Lo que se busca es recoger de manera independiente o en conjunto información sobre las variables. En dicha investigación lo que se está tratando de buscar es lograr analizar las características de la competitividad y la calidad de servicio a los clientes, ya que esto nos va a permitir explicar detalladamente y clara información que se ha obtenido.

Asimismo, se empleó el programa Microsoft Word 2019 para editar y se empleará el programa Microsoft PowerPoint 2019 para las figuras y gráficos.

3.7. Aspectos éticos:

Dicho proyecto está basado en los principios éticos de la práctica profesional. Ciertamente, el estudio está elaborado bajo las normativas académicas establecidas por la Universidad Cesar Vallejo y la Escuela Profesional de Administración. Dicha investigación se basa en el estudio de una empresa de transportes, la información que se ha utilizado para la elaboración fue extraída de fuentes confiables. Se ha citado a los autores según la norma APA, del mismo modo se ha respetado los derechos del autor, con el fin de cumplir con las buenas prácticas de la investigación basada en procesos que respeten la veracidad y autenticidad de su desarrollo y de los resultados, siguiendo ciertos principios de ética:

- Competencia profesional y científica: todo individuo debe cumplir adecuadamente con los niveles que se requieren.
- Integridad humana: a todo ser humano se le reconoce independientemente por encima de los intereses de la ciencia.
- Justicia: aquí se da a conocer cómo tratar a las personas de igual manera sin ninguna exclusión.
- Probidad: proceder con pudor durante la realización de la investigación.
- Respeto de la propiedad intelectual: se respetan los derechos de los autores citados.

IV.RESULTADOS:

Considerando los resultados obtenidos después de haber realizado las encuestas a través de un instrumento estructurado, se obtuvieron los siguientes resultados según los objetivos planteados.

Tabla 1 Competitividad a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Nivel	fi	%
Satisfecho	384	100
Medio	0	0
Insatisfecho	0	0
Total	384	100

Fuente: Datos recolectados para la investigación.

Interpretación:

Según la tabla 1 el 100% de los encuestados se encuentran satisfechos respecto al nivel de competitividad de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo.

Tabla 2.

Niveles de las dimensiones de la competitividad a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Nivel	Capacidad de innovación		Rentabilidad		Satisfacción		Recurso Humano		Participación de mercado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Satisfecho	375	97.7	376	97.9	369	96	369	96	372	97
Medio	4	1.0	1	0.3	4	1	4	1	3	1
Insatisfecho	5	1.3	7	1.8	11	3	11	3	9	2
Total	384	100	384	100	384	100	384	100	384	100

Fuente: Datos recolectados para la investigación.

Interpretación:

Según la tabla 2 el 97.9% del nivel satisfecho se encuentra en la dimensión rentabilidad, el 1% del nivel medio se encuentra en las dimensiones capacidad de innovación, satisfacción, recurso humano y participación de mercado. Por lo consiguiente el 3% del nivel insatisfecho se encuentra en las dimensiones satisfacción y recurso humano.

Tabla 3

Calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

	Fi	%
Satisfecho	383	99.7
Medio	1	0.3
Insatisfecho	0	0.0
Total	384	100.00

Fuente: Datos recolectados para la investigación.

Interpretación:

Según la tabla 3 el 99.7% de los encuestados se encuentran satisfechos respecto a la calidad de servicio de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo.

Tabla 4

Niveles de las dimensiones de la calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Nivel	Elementos tangibles		Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía	
	Fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Satisfecho	362	94	369	96	368	96	374	97	376	98
Medio	7	2	5	1	4	1	0	0	2	1
Insatisfecho	15	4	10	3	12	3	10	3	6	2
Total	384	100	384	100	384	100	384	100	384	100

Fuente: Datos recolectados para la investigación.

Interpretación:

Según la tabla 4 el 98% del nivel satisfecho se encuentra en la dimensión empatía, el 2% en el nivel medio se encuentra en la dimensión elementos tangibles. Por lo consiguiente el 4% del nivel insatisfecho se encuentra en la dimensión elementos tangibles.

Tabla 5. Correlación de las variables competitividad y calidad del servicio.

Correlación de variables

			Competitividad	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Competitividad	Coeficiente de correlación	1,000	,049
		Sig. (bilateral)	.	,342
		N	384	384
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,049	1,000
		Sig. (bilateral)	,342	.
		N	384	384

Interpretación:

Según la tabla 5 de acuerdo a los resultados obtenidos después de haber realizado encuestas a los clientes de la empresa de transportes el Dorado S.A.C, se obtuvo como resultados que no existe relación entre ambas variables dentro de dicha empresa.

V. DISCUSIÓN.

Como primer objetivo específico se tuvo en cuenta identificar el nivel de competitividad en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. Donde se tuvo como coincidencia a Dávila (2014) quién señala que se debe de mejorar la calidad de servicio al cliente a través de un plan de marketing. Dicho autor nos da a conocer que toda organización debe de ser controlada por los ejecutivos de la empresa para que de esta manera el personal que laborar pueda brindar información adecuada a los clientes respecto al servicio que se brinda. Al contar con políticas de servicio todos van a saber cómo actuar cuando se presente un inconveniente. No solo basta la captación de clientes, reducir precios, etc., para toda organización es importante la capacitación de los empleados porque ello permitirá que brinden un servicio de calidad y que el cliente se sienta satisfecho. Asimismo, tenemos a Agurto (2018), quien presenta en su investigación un estudio de gestiones para mejorar la competitividad, es importante como la gestión de operaciones favorece en una organización ya que crea beneficios que admitirán que haya productividad y rentabilidad en las empresas. Como resultado de nuestra investigación respecto al nivel de competitividad se obtuvo que hay satisfacción por parte de los clientes respecto al servicio que se brinda en dicha empresa, lo cual coincide con Otero (2017), quien da a conocer que hoy en día las empresas operan en entornos muy competitivos dado que emplean estrategias competitivas lo cual es una habilidad que posee cada empresa, basándose en recursos, tecnología, calidad, entre otros, donde se compara el rendimiento de una organización frente a otras. Asimismo, se rescata que la competitividad se mide con ventajas competitivas donde hacemos referencia a Martínez (2019), dicho autor indica que crear y sostener un desempeño mayor permitirá alcanzar buenos resultados. Es decir, la ventaja competitiva tiene que ser sostenible en el tiempo, no ser imitable. Toda ventaja competitiva dentro de una organización abre una serie de posibilidades de competir en los mercados actuales, desde la diferenciación lo que permitirá que los clientes se inclinen a elegirnos antes que a la competencia. Del mismo modo tenemos a Valenzo (2019), indicando que existe ventaja competitiva cuando dentro de las empresas poseen

habilidades las cuales han sido creadas dentro de la misma que ayudaran a que cierta organización se diferencie del resto ya que posee habilidades como por ejemplo valor agregado, imagen reconocible, calidad, bajos precios etc. Las coincidencias de los antecedentes con el presente estudio, se evidencia respecto al nivel de competitividad que hoy en día las empresas de transporte se enfrentan a mucha competencia, lo que hace que estas se enfoquen en brindar un servicio de calidad, lo que permita satisfacer sus necesidades. En el caso de la empresa de transportes El Dorado S.A.C. debe enfocarse en brindar capacitación constante a sus trabajadores para que así brinden la información adecuada respecto al proceso de encomiendas.

Por lo consiguiente respecto al segundo objetivo específico de determinar el nivel de calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. Se obtuvo como coincidencia a Meléndez, Navarro, Benites (2020) quienes señalan en su investigación la mejora de calidad de servicio y el clima laboral en el área operativa de encomiendas. Dichos autores indican que se tiene que tener en cuenta y conocer cuáles son las medidas que permitirán una excelente calidad y un buen clima laboral en las diferentes áreas. Por otro lado, tenemos a Delgado (2015), realizó un estudio sobre la evaluación de los niveles de calidad, quien llegó a concluir que al ofrecer un servicio de calidad permite fidelizar clientes ya que se brinda una atención personalizada lo cual conlleva a que exista confianza entre colaborador y cliente logrando así la lealtad. Dicha coincidencia respecto a nuestro estudio hace referencia que dentro de la empresa El Dorado S.A.C. en el área de encomiendas se debe capacitar, motivar al personal encargado para que este realice su labor de la manera correcta ya que existe debilidad respecto al envío y recojo de encomiendas por el motivo que el personal no brinda información correcta. Como resultado de nuestro trabajo de investigación, se obtuvo que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos respecto a la calidad de servicio brindada. Por ende, se hace hincapié que deben de tener en cuenta la importancia de la calidad de servicio al cliente y más aún en el área de encomiendas ya que si bien es cierto todo cliente hace uso de este servicio para derivar mercancías, equipaje, entre otros.

La satisfacción del cliente implica que se debe de tener en cuenta que como proveedores de un servicio o producto cubrimos necesidades y expectativas.

Del mismo modo respecto al tercer objetivo específico de implementar estrategias de mejora para la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. Se hace referencia a Vásquez (2019), quien habla en su investigación lo importante que es estudiar la competitividad y la satisfacción de los clientes. Dicho autor da a conocer que la competitividad de toda organización es base fundamental porque permite estar un paso más adelante de la competencia empleando estrategias competitivas que permitan ganar un lugar dentro del mercado. Así como también la importancia de la calidad de servicio de nuevos clientes y lo más importante la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Por lo consiguiente hacemos referencia a Rodas (2019), dicho autor presentó en su investigación evaluar riesgos de control interno respecto al proceso en el área de encomiendas, si bien es cierto en toda empresa se presentan riesgos los cuales tienen que ser evaluados eficazmente, si nos referimos al área de encomiendas existen múltiples riesgos que hacen que exista desventaja ya que se presentan retraso con la entrega de mercancías, lo que conlleva a una insatisfacción por parte del cliente. Por otro lado, Ávila (2021) da a conocer un punto muy importante dentro de su investigación optimizar la calidad de servicio, haciendo uso de herramientas como los canales de distribución lo cual va a permitir que el cliente ahorre tiempo. En este punto se debe de hacer un análisis sobre el servicio que se ofrece, ya que si existe un buen trato el cliente satisfecho no solo va a optar por regresar una segunda vez, sino será un cliente fiel de la empresa, y este mismo se encargará de que otros sepan sobre tu marca. Respecto a los resultados obtenidos de nuestra investigación se hace referencia a Sánchez, Rebaza (2019), quienes dan a conocer algunas estrategias de mejora tales como la capacidad de innovación, participación del mercado, fiabilidad, seguridad, empatía entre otros. Dichas herramientas se utilizarán dentro de una organización para medir de manera eficiente la calidad de productos o servicios brindados. Asimismo, Arias (2015), hace referencia que al hacer uso de equipos innovadores se va a tener nuevas oportunidades, existirán nuevas ideas dentro de la organización

lo que conlleva a que exista comunicación e intercambio de ideas entre ejecutivos y colaboradores con un solo fin. Para poder implementar estrategias se debe tener en cuenta el estudio de mercado, conocer cuáles son las necesidades y preferencias de los clientes. La implementación de estrategias ayuda a que la empresa sea más competitiva y por ende sobresalga frente a sus competidores porque va a tener aceptación por parte de los clientes dentro del mercado. No solo basta contar con estrategias, la finalidad es convertir dicho plan estratégico en acción, teniendo en cuenta los objetivos, identificar los riesgos futuros, recursos suficientes, la asignación de tareas, involucra a todo el equipo es muy importante porque permitirá un mejor desarrollo. La comunicación es un factor muy importante ya que todos deben de conocer cuál es el objetivo de la estrategia a implementar.

Como objetivo general consideramos analizar la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022. En relación a ello se tuvo como referencia a Dávila (2014) quién en su investigación indica que para que una empresa sea competitiva y haya un buen servicio al cliente, tiene que ser controlada por los funcionarios, así como también capacitar al personal para que este pueda brindar un buen servicio. De igual manera se tuvo como referencia a Femi (2018), quien en su investigación plantea rediseñar un proceso de alto nivel de envío de mercancías, dicho autor señala que existen muchas causas de los envíos de mercancías y para ello recomienda a las empresas de transporte que poseen este problema, implementar estrategias con la finalidad de tomar acciones rápidas respecto al problema presentado. Asimismo, respecto a lo teórico se tuvo como referencia a Domareski, Martínez (2019), quienes señalan que la competitividad se basa en elaborar productos de calidad y brindar servicios de satisfaciendo las necesidades de los consumidores, lo cual abre una cadena de medios para poder competir dentro de un mercado. Por otro lado, Otero y Teddei (2017), señalan que se debe emplear estrategias dentro de toda organización con el fin de resolver inconvenientes, así como también realizar charlas informativas al personal para que se esta manera se brinde un buen servicio o producto y lograr ser competitivos. Las coincidencias de los antecedentes con el presente estudio, se evidencia que las empresas de

transporte se encuentran constantemente implementando estrategias que les permiten diferenciarse de la competencia con la finalidad de captar nuevos clientes, fidelizar clientes y poder ganar lugar dentro de un mercado muy competitivo como es el caso de las empresas de transporte.

VI. CONCLUSIONES.

- De acuerdo al primer objetivo nivel de competitividad de la MYPE bajo estudio, se obtuvo que el 100% de los encuestados están satisfechos respecto a la competitividad de la empresa de transporte rescatando que las ventajas competitivas se van creando de acuerdo día a día ya que estas abren posibilidades de crecimiento. La utilización de herramientas como la innovación, ayudan a mejorar el servicio al cliente por lo que conlleva a que la empresa sea competitiva.
- Con respecto al segundo objetivo nivel de calidad de servicio a los clientes se obtuvo que el 97.9% de los encuestados se encuentra satisfechos respecto al servicio que se brinda por parte de los colaboradores de la empresa El Dorado S.A.C. ya que los colaboradores siempre están dispuestos a brindar un servicio de calidad.
- Respecto al objetivo general se obtuvo como resultados que no existe relación entre ambas variables. Ya que, según los resultados de la encuesta, se logró identificar que no hay competitividad y calidad de servicio a los clientes en la empresa El Dorado S.A.C. Lo que conlleva a los dueños y/o funcionarios de la empresa de transporte el Dorado S.A.C. a diseñar un plan estratégico, capacitar al personal que labora dentro de la misma para que de esta manera sean más competitivos y brinden un servicio de calidad.

VII. RECOMENDACIONES.

- Se recomienda a los gerentes de la empresa de transporte El Dorado S.A.C. capacitar constantemente a sus colaboradores que laboran para que este brinde un servicio de calidad, y optimizar la información exacta a los clientes respecto a la ruta de circulación para el envío de encomiendas.
- Asimismo, se recomienda invertir en formación y desarrollo con la participación de los empleados en seminarios, conferencias, entre otros.
- Recomendamos también la formulación de un planeamiento estratégico que permita optimizar la competitividad, para que dicho estudio de la empresa El Dorado S.A.C. tenga o continúe teniendo una buena posición en el mercado. Asimismo, se recomienda implementar estrategias de marketing referente al proceso de encomiendas.
- A futuros investigadores se recomienda realizar estudios donde se implementen estrategias de competitividad y calidad de servicio al cliente, con la finalidad de optimizar los procesos operativos dentro de las empresas y mejorar la satisfacción de los clientes respecto al servicio en el área de encomiendas en las empresas de transporte.
- Se recomienda a la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo seguir motivando a los alumnos en la elaboración de proyectos de investigación.
- Asimismo, generar convenios donde se realicen investigaciones y/o trabajos colaborativos donde los alumnos generen proyectos en conjunto y de esta manera puedan tener conocimiento sobre las diferentes alternativas de estudio.

REFERENCIAS

- Agurto Murillo, J. (2018). *“Gestión de Operaciones para Mejorar La Competitividad Operacional –Caso Empresa de Transportes Cotera Cargo S.A.C. Ate, Año 2018”*. Obtenido de “Gestión de Operaciones para Mejorar La Competitividad Operacional –Caso Empresa de Transportes Cotera Cargo S.A.C. Ate, Año 2018”.:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48665/Agurto_MJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arboleda, H. H. (21 de Setiembre de 2016). *Competitividad: Concepto y Evolución Histórica*. Obtenido de Competitividad: Concepto y Evolución Histórica: <file:///C:/Users/user/Downloads/21-Texto%20del%20art%C3%ADculo-24-2-10-20200824.pdf>
- Arias, P. J. (2015). Capacidad de innovación de proceso y desempeño innovador: Efecto mediador de la capacidad de innovación de producto/ Process innovation capability and innovation performance: Mediating effect of product innovation capability. Medellín, Colombia. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1764882180/5B6E9BD844C1497CPQ/1>
- Ávila, L. (2021). *Estrategias de gestión para la mejora de la calidad de servicio al cliente en una empresa de transporte y carga, Lima 2021* . Obtenido de Estrategias de gestión para la mejora de la calidad de servicio al cliente en una empresa de transporte y carga, Lima 2021 : http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5512/T061_70270545_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrillo, P. V. (2 de Marzo de 2020). *Caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro Restaurantes del centro de Paita - Piura, año 2017*. Obtenido de Caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro Restaurantes del centro de Paita - Piura, año 2017: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/16404/GESTION_DE_CALIDAD_SERVICIO_AL_CLIENTE_CARRILLO_PINTADO_VICTORIA_SABINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Champi Alarcón, L. G. (2021). *Gestión empresarial y competitividad en la Empresa de transportes viajes & turismo Tunki Chaski S.R.L., Cusco, 2021*. Obtenido de Gestión empresarial y competitividad en la Empresa de transportes viajes & turismo Tunki Chaski S.R.L., Cusco, 2021: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71844/Champi_ALT-Garcia_AN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Correa, M. C. (2016). *Una revisión conceptual de la percepción del servicio al cliente en la logística militar*. . Obtenido de Una revisión conceptual de la percepción del servicio al cliente en la logística militar. :

<https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=3300715a-bba3-4223-8965-6b3b21ef8c80%40redis>

- Dávila, K. C. (2014). *Plan de marketing para optimizar el servicio de transporte de carga en la empresa publica transportes navieros ecuatorianos - transnave 2014*. . Obtenido de Plan de marketing para optimizar el servicio de transporte de carga en la empresa publica transportes navieros ecuatorianos - transnave 2014. : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6811/1/UPS-GT000646.pdf>
- Delgado, J. C. (2015). *Evaluacion de los niveles de calidad de la empresa de transportes linea en el área de carga y encomiendas - Chiclayo 2014*. Obtenido de Evaluacion de los niveles de calidad de la empresa de transportes linea en el área de carga y encomiendas - Chiclayo 2014.: http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/169/TL_DelgadoGonzalesJose_CarrascoCajaleanHenry.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diaz, C. F. (2020). *“Marketing estratégico y la ventaja competitiva en la empresa Contrans SAC, Callao 2020”*. Obtenido de “Marketing estratégico y la ventaja competitiva en la empresa Contrans SAC, Callao 2020”: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56714/Diaz_CFA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Domareski, T. F. (Junio de 2019). *Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística*. doi:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362019000100134
- Escobar, J. V. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes y servicios múltiples Gloria S.A.C., Ate 2019*. Obtenido de La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes y servicios múltiples Gloria S.A.C., Ate 2019: https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002876908307001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,servicio%20al%20cliente%20en%20una%20e
- Femi, G. L. (2018). *How can parcel (package) delivery logistics company re-engineering their process to minimize the high send-again (returns)*. Obtenido de How can parcel (package) delivery logistics company re-engineering their process to minimize the high send-again (returns): <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1293109/FULLTEXT01.pdf>
- Fernández Collad, B. H. (2015). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: [https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma99100056629707001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&isFrbr=true&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,metodologia%20de%20la%](https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma99100056629707001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&isFrbr=true&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,metodologia%20de%20la%20)

- Fernandez, M. (2018). *Desarrollo plan de negocio para una nueva empresa de mensajería y paquetería especializada en Nicaragua*. . Obtenido de Desarrollo plan de negocio para una nueva empresa de mensajería y paquetería especializada en Nicaragua. : <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/168696/Desarrollo-plan-de-negocio-para-una-nueva-empresa-de-mensajer%c3%ada-y-paqueter%c3%ada-especializada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ferreyro, A. L. (2014). Metodología de la Investigación II. Argentina. Recuperado el 27 de Mayo de 2022, de <https://web.p.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fODQ3Njc0X19BTg2?sid=147fc8aa-e968-4e8e-a073-206102fd6f20@redis&vid=0&format=EB&rid=1>
- García, M. P. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de TRANSPORTES S & R S.R.L, Santa Anita –Lima 2017*. Obtenido de Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de TRANSPORTES S & R S.R.L, Santa Anita –Lima 2017: https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002878747007001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,servicio%20al%20cliente%20en%20una%20e
- Huancas, T. S. (2019). *“Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el Chifa Jazmín”*. Obtenido de “Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el Chifa Jazmín”: https://ucv.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991002877242407001&context=L&vid=51UCV_INST:UCV&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,estrategias%20de%20servicio%20al%2
- Ibañez, C. &. (2020). *Gestión operativa y percepción de la calidad del servicio de encomiendas de empresas de transportes de Av. Ejército, Trujillo -2020*. Obtenido de Gestión operativa y percepción de la calidad del servicio de encomiendas de empresas de transportes de Av. Ejército, Trujillo -2020.: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66659/Cedano_GSA-Iba%c3%b1ez_CZM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez Arroyo J, V. J. (Enero - Junio de 2019). *The management of the value chain in a competitive and changing environment*. Recuperado el 30 de Abril de 2022, de The management of the value chain in a competitive and changing environment: <https://www.proquest.com/docview/2482214659?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=37408>
- Melendez, N. B. (2020). *Melendez, Navarro & Benites El clima laboral y la mejora en la calidad del servicio en el área operativa de encomiendas de la Empresa Oltursa S.A.C. La Victoria 2015*. Recuperado el 20 de Abril de 2022, de

- Melendez, Navarro & Benites El clima laboral y la mejora en la calidad del servicio en el área operativa de encomiendas de la Empresa Oltursa S.A.C. La Victoria 2015: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/217/MELENDEZ%20-%20NAVARRO%20-%20BENITES.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Montejano, G. S. (2017). *Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación*. doi:: <https://doi.org/10.26784/sbir.v1i1.7>
- Nicólas, A. C. (2015). Sensibilidad ética empresarial. Santiago de Chile, Chile. doi:<http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v25n58.52425>.
- Ochoa Mayor Monica, B. N. (Enero-Marzo de 2015). *Ventajas competitivas de las empresas de telefonía móvil en América Latina*. . Recuperado el 30 de Abril de 2022, de Ventajas competitivas de las empresas de telefonía móvil en América Latina. : <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=5308b6ca-965d-4f88-a3c9-a0c82901897e%40redis>
- Otero, F. S. (13 de Diciembre de 2017). *Competitividad de empresas familiares*. Recuperado el 28 de Abril de 2022, de Competitividad de empresas familiares: <https://www.proquest.com/docview/2058580472/fulltextPDF/F309D88E4CCF4624PQ/1?accountid=37408>
- Pocco, D. L. (2017). *“Comunicación interna y servicio al cliente en el Hotel “El Dorado Inn”, San Isidro – 2017”*. Obtenido de “Comunicación interna y servicio al cliente en el Hotel “El Dorado Inn”, San Isidro – 2017”: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40256/Pocco_DL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pozo, Z. (2020). *“Plan de negocios para el desarrollo de una aplicación (APP) de transporte de carga pesada que permitirá realizar el envío de mercadería, encomiendas y similares dentro o fuera de la ciudad de Guayaquil a nivel Nacional”*. Obtenido de “Plan de negocios para el desarrollo de una aplicación (APP) de transporte de carga pesada que permitirá realizar el envío de mercadería, encomiendas y similares dentro o fuera de la ciudad de Guayaquil a nivel Nacional”: <http://201.159.223.180/bitstream/3317/15474/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-322.pdf>
- Rebaza, V. D. (2019). *El Endomarketing para el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente interno en la empresa de calzados ASCATE en el Distrito de El Porvenir-2019*. Obtenido de El Endomarketing para el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente interno en la empresa de calzados ASCATE en el Distrito de El Porvenir-2019: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42490/Rebaza_VDY-Vizconde_BHR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rimarachin, S. R. (2019). *Evaluación de riesgos de control interno para mejorar el proceso operativo del servicio de encomiendas en la empresa de transporte Milagroso Corazón de Jesús S.A.C.* . Obtenido de Evaluación de riesgos de control interno para mejorar el proceso operativo del servicio de encomiendas en la empresa de transporte Milagroso Corazón de Jesús S.A.C.:
- https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2180/1/TL_RimarachinBus tamanteSegundo_RodasMoriGuisella.pdf
- Sampieri, H. (2018). *Metodología de la Investigación* . Obtenido de Metodología de la Investigación :
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/texson_a_gg/capitulo4.pdf
- Sánchez, M. B. (2019). Planeamiento Estratégico y Competitividad en la Agencia de Viajes Futurismo S.A.C. – Lima – 2019. Lima, Lima, Perú. Recuperado el 25 de Mayo de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87582/S%c3%a1nchez_MBI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Solano, B. A. (Abril de 2020). *Estimacion y comparacion de la competitividad regional en Colombia*. (U. d. Valle, Ed.) doi: <http://dx.doi.org/10.25100/sye.v0i39.8634>
- Vásquez, F. T. (2019). Key Performance Indicator (KPI) "La satisfacción del cliente y la competitividad en las operadoras de transporte terrestre intraprovincial de pasajeros". *Investigación Operacional*, 7.

Anexos:

Anexo 1: Matriz de operacionalización.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN			
Competitividad	Domareski, Fumi (2019), señala que la competitividad se basa en producir más y mejor, es decir, elaborar productos de mejor calidad y/o brindar servicio de calidad que cubran las necesidades del consumidor.	Para la variable competitividad su dimensión e indicadores se empleará un cuestionario de 5 preguntas para los clientes de la empresa El Dorado.	Capacidad de innovación	Inversión en formación y desarrollo Inversión en dirección y gestión	Likert Satisfecho Medio Insatisfecho			
			Rentabilidad	Rendimiento sobre el patrimonio Nivel de ventas				
			Satisfacción al cliente	Calidad de servicio				
			Recurso humano	Nivel de responsabilidad				
			Participación del mercado.	Principales competencias				
			Servicio al Cliente	Pocco (2017), aquellas situaciones de atender, consultar reclamos o quejas, control, al momento de brindar un producto o servicio. Es decir, las acciones que se realizan entre un cliente y colaborador con la finalidad de brindar un buen servicio durante y posterior a la compra lo cual permitirá al consumidor disfrutar una experiencia de compra agradable.		Para medir la variable servicio al cliente su dimensión e indicadores se empleará un cuestionario de 5 preguntas para los clientes de la empresa El Dorado.	Fiabilidad	Confianza a los colaboradores
							Sensibilidad	Resolver problemas de los trabajadores
Seguridad	Brindar una buena seguridad							
Empatía	Comunicación constante entre propietarios y colaboradores							
Elementos tangibles.	Implementación de equipos tecnológicos							

Anexo 2: Matriz de consistencia.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>¿Cuál es la relación que existe entre competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022?</p>	<p>Objetivo general: Analizar la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar el nivel de la competitividad en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.</p> <p>Determinar el nivel de calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.</p> <p>Implementar estrategias de mejora para la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.</p>	<p>Hi: Existe relación entre la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.</p> <p>Ho: No existe relación entre la competitividad y la calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p>	<p>Población: Clientes de la empresa El Dorado S.A.C.</p> <p>Muestra: Asumiendo una distribución normal de los datos el tamaño muestral es: n=? Z= 1.96% p= 0.5% q= 0.5% e= 5%</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.



CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES EN EL ÁREA DE ENCOMIENDAS DE LA EMPRESA EL DORADO S.A.C. TRUJILLO, 2022.

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Analizar la competitividad y calidad de servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.

Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla a los correos: mcorreaju@ucvvirtual.edu.pe

Instrucciones: Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente de acuerdo con cada ítem en los casilleros que se muestran a continuación.

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



COMPETITIVIDAD:

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
Dimensión: Capacidad de innovación						
1	La agencia de viajes realiza una inversión constante en investigaciones de mercado y tecnologías para su permanencia en el mercado.					
2	La agencia de viajes debería disponer de una página web que le permita el e-commerce.					
3	La agencia de viajes está innovando constantemente en nuevas formas de atender a los clientes.					
4	La agencia de viajes realiza adecuadamente capacitaciones y talleres dirigido a sus empleados.					
5	La agencia de viajes promueve la participación de sus empleados a seminarios y conferencias					
6	Hay inversión en la contratación de empleados especializados para cada área.					
7	La agencia de viajes invierte en la participación en workshops nacionales e internacionales					
Dimensión: Rentabilidad						
8	Consideras que la ganancia de la agencia de viajes es alta en relación a la de sus competidores.					
9	Las ganancias de la agencia de viajes son altas respecto a las inversiones que se realizan frecuentemente.					
10	El volumen de ventas de la agencia de viajes es alto en comparación con sus más cercanos competidores.					
Dimensión: Satisfacción al cliente						

11	Consideras que el servicio que ofrece la agencia de viajes es de alta calidad.					
Dimensión: Recurso humano						
12	El personal de la agencia de viajes asume la responsabilidad ante un problema presentado en el trabajo.					
Dimensión: Participación del mercado						
13	La agencia de viajes conoce a sus competidores más cercanos en el mercado.					
14	Consideras que los servicios de la agencia de viajes se diferencian del resto de sus competidores					



CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE:

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
Dimensión: Elementos tangibles						
1	La empresa de transporte posee modernos y adecuados vehículos.					
2	Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivos, limpios y ordenadas					
3	La presentación del personal de la empresa es buena y formal.					
4	La empresa le brinda boletas de pago					
Dimensión: Fiabilidad						
5	La empresa cumple con lo establecido con relación con el servicio que brinda.					
6	Cuando usted tiene un problema, la empresa muestra interés en solucionarlo					
7	Está de acuerdo con la atención que te brinda la empresa.					
8	La empresa de transporte brinda un servicio responsable en cuanto a sus horarios					
9	El personal de la empresa de transporte le brinda información adecuada sobre el servicio prestado					
Dimensión: Capacidad de respuesta						
10	El personal de la empresa que lo atiende muestra buena predisposición para tenderlo.					
11	En la empresa el personal se preocupa por ofrecerle un servicio rápido.					

12	La empresa de transporte tiene horario de atención conveniente para usted.					
Dimensión: Seguridad						
13	El personal de la empresa le inspira confianza					
14	Se siente seguro con el servicio que le brinda la empresa de transporte.					
15	El personal de la empresa tiene información necesaria para responder sus inquietudes.					
Dimensión: Empatía						
16	La empresa de transporte brinda una información clara y comprensible sobre el servicio que brinda a sus clientes.					
17	El personal muestra un trato amable en la atención al cliente.					
18	La empresa brinda horarios flexibles de acuerdo a las necesidades de sus clientes.					
19	La empresa recoge de forma adecuada los reclamos, quejas y sugerencias					
20	La empresa de transporte ofrece una atención personalizada a sus clientes.					
21	El personal atiende las necesidades de sus clientes de manera adecuada.					

Anexo 4: Validación de instrumentos de recolección de datos.

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de trasportes tour Pamelita S.A.C" Su participación será fundamental para las evidencias de la validez de constructo basada en el contenido de la prueba.

Agradezco anticipadamente su valiosa contribución.

I. DATOS PERSONALES (Por favor sírvase completar la información)

Nombres y apellidos: Jose A. Guevara Romero

Profesión: Ingeniero en Administración

Grado académico: POS

Afiliación institucional: UCV

Área de experiencia profesional: Contable

Tiempo de experiencia profesional: 17 años

II. INFORMACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación de la prueba:

Encuesta

Autor:

Moreno Pastor, Lisseth & Nieto Pinillos, Susan

Procedencia:

Ciudad de Trujillo

Objetivo de la prueba:

Obtener la relación entre calidad de servicio y satisfacción al cliente

Dirigido a:

Clientes de la empresa de trasportes Pamelita

Característica de la prueba:

- Pueden presentar distintos tipos de preguntas

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de trasportes tour Pamelita S.A.C" Su participación será fundamental para las evidencias de la validez de constructo basada en el contenido de la prueba.

Agradezco anticipadamente su valiosa contribución.

I. DATOS PERSONALES (Por favor sírvase completar la información)

Nombres y apellidos: Mirtha Armas Chong
Profesión: Lic. Administración
Grado académico: Maestra
Afiliación institucional: _____
Área de experiencia profesional: Administrativa
Tiempo de experiencia profesional: 18 años

II. INFORMACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación de la prueba:

Encuesta

Autor:

Moreno Pastor, Lisseth & Nieto Pinillos, Susan

Procedencia:

Ciudad de Trujillo

Objetivo de la prueba:

Obtener la relación entre calidad de servicio y satisfacción al cliente

Dirigido a:

Clientes de la empresa de trasportes Pamelita

Característica de la prueba:

- Pueden presentar distintos tipos de preguntas
- Preguntas claras y comprensibles para los encuestados
- No deben incomodar al encuestado



EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez, usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de trasportes tour Pamelita S.A.C" Su participación será fundamental para las evidencias de la validez de constructo basada en el contenido de la prueba.

Agradezco anticipadamente su valiosa contribución.

DATOS PERSONALES (Por favor sírvase completar la información)

Nombres y apellidos: Carola Rodríguez Sayoc
Profesión: Ingeniera Industrial
Grado académico: Magíster
Afilación institucional: Colegio Ingenieros del Perú
Área de experiencia profesional: Administración
Tiempo de experiencia profesional: 9 años

INFORMACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación de la prueba:

Encuesta

Autor:

Moreno Pastor, Lisseth & Nieto Pimillos, Susan

Procedencia:

Ciudad de Trujillo

Objetivo de la prueba:

Obtener la relación entre calidad de servicio y satisfacción al cliente

Dirigido a:

Clientes de la empresa de trasportes Pamelita

Característica de la prueba:

- Pueden presentar distintos tipos de preguntas
- Preguntas claras y comprensibles para los encuestados
- No deben incomodar al encuestado

Anexo 5: Fiabilidad de variables.

→ Fiabilidad

[ConjuntoDatos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,510	14

→ Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
-,516	21

a. El valor es negativo debido a una covarianza promedio negativa entre elementos. Esto viola los supuestos del modelo de fiabilidad. Podría desearse comprobar las codificaciones de elemento.

Anexo 6: Base de datos

Variable competitividad

3	Capacidad de innovación										Rentabilidad				Satisfacción al cliente			Recurso Humano			Participación de mercado			Total Var			
4	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Sum	Nivel	P8	P9	P10	Sum	Nivel	P11	Sum	Nivel	P12	Sum	Nivel	P13	P14	Sum	Nivel	Sum	Nivel	
5	1	1	5	5	3	4	3	2	23	medio	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	56	satisfecho
6	2	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
7	3	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
8	4	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
9	5	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	10	insatisfecho	55	satisfecho
10	6	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	medio	5	5	medio	5	4	9	medio	54	satisfecho
11	7	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	4	9	satisfecho	54	satisfecho
12	8	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	medio	5	5	medio	5	4	9	satisfecho	54	satisfecho
13	9	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	4	9	insatisfecho	54	satisfecho
14	10	1	5	5	3	5	3	2	24	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	4	9	medio	56	satisfecho
15	11	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	medio	5	5	medio	5	4	9	satisfecho	54	satisfecho
16	12	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
17	13	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
18	14	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	55	satisfecho
19	15	1	5	5	3	5	3	2	24	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	57	satisfecho
20	16	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	10	insatisfecho	55	satisfecho
21	17	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	10	insatisfecho	54	satisfecho
22	18	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	4	5	9	insatisfecho	53	satisfecho
23	19	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	4	5	9	insatisfecho	53	satisfecho
24	20	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	4	5	9	insatisfecho	53	satisfecho
25	21	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	4	5	9	insatisfecho	53	satisfecho
26	22	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	insatisfecho	5	5	insatisfecho	4	5	9	insatisfecho	53	satisfecho
27	23	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	medio	4	4	medio	4	5	9	medio	52	satisfecho
28	24	1	5	5	3	3	3	2	22	satisfecho	2	4	5	11	satisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	4	5	9	satisfecho	51	satisfecho
29	25	1	5	5	3	2	3	2	21	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	4	5	9	satisfecho	53	satisfecho
30	26	1	5	5	1	3	3	2	20	satisfecho	3	4	5	12	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	4	5	9	satisfecho	50	satisfecho
31	27	1	5	5	1	3	3	2	20	satisfecho	4	4	3	11	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	5	5	10	satisfecho	50	satisfecho
32	28	1	5	5	1	3	3	1	19	satisfecho	4	4	3	11	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	5	5	10	satisfecho	49	satisfecho
33	29	1	5	5	1	3	3	1	19	satisfecho	4	4	4	12	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	5	5	10	satisfecho	50	satisfecho
34	30	1	5	5	1	3	3	1	19	satisfecho	4	4	4	12	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	5	5	10	satisfecho	50	satisfecho
35	31	2	5	5	1	3	3	1	20	satisfecho	4	4	5	13	insatisfecho	5	5	satisfecho	4	4	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
36	32	2	4	5	1	1	3	1	17	satisfecho	4	4	5	13	insatisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	50	satisfecho
37	33	1	5	5	1	3	3	1	19	satisfecho	4	4	5	13	medio	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
38	34	1	5	5	2	3	3	1	20	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	53	satisfecho
39	35	1	5	5	3	3	3	1	21	satisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	54	satisfecho
40	36	1	5	5	3	3	3	1	21	insatisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	54	satisfecho
41	37	1	5	5	1	3	3	1	19	medio	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
42	38	1	5	5	1	3	3	1	19	insatisfecho	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
43	39	1	5	5	1	3	3	1	19	medio	4	4	5	13	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
44	40	1	5	5	1	3	3	1	19	insatisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	51	satisfecho
45	41	1	5	5	1	3	3	1	19	insatisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	51	satisfecho
46	42	1	5	5	1	3	3	1	19	insatisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	51	satisfecho
47	43	1	5	5	1	3	3	1	19	medio	5	4	5	14	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	53	satisfecho
48	44	1	5	5	1	3	3	1	19	satisfecho	1	4	5	10	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	49	satisfecho
49	45	1	5	5	2	3	2	1	19	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	51	satisfecho
50	46	1	5	5	3	3	2	1	20	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
51	47	1	5	5	3	3	1	1	19	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	51	satisfecho
52	48	1	5	5	3	3	3	1	21	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	53	satisfecho
53	49	1	4	5	3	3	3	1	20	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho
54	50	1	4	5	3	3	3	1	20	satisfecho	3	4	5	12	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	satisfecho	5	5	10	satisfecho	52	satisfecho

Variable calidad de servicio.

	Elementos Tangibles						Fiabilidad						Capacidad de respuesta						Seguridad						Empatia						Total Val		
	P1	P2	P3	P4	Sum	Nivel	P5	P6	P7	P8	P9	Sum	Nivel	P10	P11	P12	Sum	Nivel	P13	P14	P15	Sum	Nivel	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Sum	Nivel	Sum	Nivel
1	5	3	5	5	18	satisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	5	30	satisfecho	69	medio
2	5	4	5	5	19	satisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	5	30	satisfecho	70	satisfecho
3	5	5	5	5	20	satisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	5	30	satisfecho	71	satisfecho
4	4	5	5	5	19	satisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	68	satisfecho
5	4	5	5	5	19	insatisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	medio	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	68	satisfecho
6	4	5	5	5	19	medio	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	68	satisfecho
7	4	5	5	5	19	insatisfecho	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	medio	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	68	satisfecho
8	4	5	5	5	19	medio	3	5	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	medio	68	satisfecho
9	4	4	5	5	18	insatisfecho	5	5	5	3	5	23	satisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	69	satisfecho
10	4	4	5	5	18	insatisfecho	5	3	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	67	satisfecho
11	4	4	5	5	18	medio	5	3	5	3	5	21	satisfecho	5	3	4	12	medio	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	67	satisfecho
12	4	4	5	5	18	satisfecho	4	3	5	3	5	20	satisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	66	satisfecho
13	4	5	5	5	19	satisfecho	4	3	5	3	5	20	satisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	insatisfecho	67	satisfecho
14	4	5	5	5	19	satisfecho	4	3	5	3	5	20	insatisfecho	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	medio	67	satisfecho
15	4	5	5	5	19	satisfecho	4	3	5	3	5	20	medio	5	3	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	67	satisfecho
16	4	5	5	5	19	satisfecho	5	3	5	3	5	21	insatisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	68	satisfecho
17	4	5	5	5	19	satisfecho	5	3	5	3	5	21	medio	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	68	satisfecho
18	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	insatisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	69	satisfecho
19	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	insatisfecho	5	3	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	4	5	4	28	satisfecho	69	satisfecho
20	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	medio	5	4	4	13	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	70	satisfecho
21	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	satisfecho	5	4	4	13	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	70	satisfecho
22	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	satisfecho	4	4	4	12	insatisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	70	satisfecho
23	4	5	5	5	19	satisfecho	5	4	5	3	5	22	satisfecho	4	4	4	12	medio	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	70	satisfecho
24	4	5	5	5	19	insatisfecho	5	4	5	3	5	22	satisfecho	4	4	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	70	satisfecho
25	4	5	5	5	19	medio	5	5	5	3	5	23	satisfecho	4	4	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	5	5	5	5	5	4	29	satisfecho	71	satisfecho
26	4	5	5	5	19	insatisfecho	5	5	5	3	5	23	insatisfecho	4	4	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	3	5	5	5	5	4	27	satisfecho	69	satisfecho
27	4	5	5	5	19	medio	5	5	5	3	5	23	medio	4	4	4	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	4	5	5	5	5	4	28	satisfecho	70	satisfecho
28	4	5	3	5	17	insatisfecho	5	5	5	5	4	24	insatisfecho	5	4	3	12	satisfecho	4	5	5	14	satisfecho	4	5	5	5	5	4	28	satisfecho	69	satisfecho
29	4	5	3	5	17	insatisfecho	5	5	5	5	4	24	insatisfecho	5	4	3	12	satisfecho	5	3	5	13	satisfecho	4	3	5	5	5	4	26	satisfecho	67	satisfecho
30	4	5	4	5	18	medio	5	3	5	5	4	22	insatisfecho	5	3	3	11	satisfecho	5	3	5	13	satisfecho	4	3	5	5	5	4	26	satisfecho	66	satisfecho
31	4	5	5	5	19	satisfecho	5	5	5	5	4	24	insatisfecho	5	3	3	11	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	70	satisfecho
32	4	5	5	5	19	satisfecho	5	5	5	5	4	24	insatisfecho	5	5	3	13	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	70	satisfecho
33	4	5	5	5	19	satisfecho	5	5	5	5	4	24	medio	5	5	3	13	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	70	satisfecho
34	4	5	5	5	19	satisfecho	5	5	5	5	4	24	satisfecho	5	5	3	13	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	70	satisfecho
35	4	5	5	5	19	satisfecho	5	5	5	4	3	22	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	68	satisfecho
36	5	5	5	5	20	insatisfecho	5	5	5	4	3	22	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	69	satisfecho
37	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	5	5	4	3	22	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	68	satisfecho
38	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	3	5	4	3	20	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	66	satisfecho
39	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	5	5	4	3	22	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	4	4	5	5	5	4	27	satisfecho	68	satisfecho
40	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	5	5	4	3	22	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	4	5	5	3	5	27	satisfecho	68	satisfecho
41	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	5	5	4	5	24	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	71	satisfecho
42	5	5	4	5	19	insatisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
43	5	5	4	5	19	medio	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	4	14	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
44	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
45	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
46	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
47	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
48	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
49	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	4	5	14	satisfecho	5	5	5	5	3	5	28	satisfecho	72	satisfecho
50	5	5	4	5	19	satisfecho	5	5	5	5	5	25	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	5	5	15	satisfecho	5	5	5	5	5	5	30	satisfecho	74	satisfecho

Anexo 7: Cálculo de fórmula.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

Z² = Grado de confiabilidad (1.96%)

p = probabilidad de que ocurra (0.5%)

q = probabilidad de que no ocurra (0.5%)

e = margen de error (5%)

n = ?

$$n = \frac{(1.96^2) \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05^2)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times (0.5) \times (0.5)}{0.25}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.25}$$

$$n = 384$$

Anexo 8: Carta de autorización.



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20132670146
Empresa de transporte el Dorado S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal: José Gabriel Álamo Castillo	
Nombres y Apellidos José Gabriel Álamo Castillo	DNI: - 18140080

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo ^(*), autorizo no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Competitividad y mejora del servicio al cliente en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C.	
Nombre del Programa Académico: ADMINISTRACIÓN	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
- Correa Juárez, Mariel Alexandra	- 73666295
- Díaz Pacheco, Pedro Edwin	- 71460972

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Trujillo 23 de Mayo del 2022

Firma: 

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Competitividad y calidad del servicio a los clientes en el área de encomiendas de la empresa El Dorado S.A.C. Trujillo, 2022.", cuyos autores son DIAZ PACHECO PEDRO EDWIN, CORREA JUAREZ MARIEL ALEXANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 26 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PINGLO BAZAN MIGUEL ELIAS DNI: 40717454 ORCID: 0000-0001-7130-0156	Firmado electrónicamente por: MPINGLO el 02-12- 2022 11:45:28

Código documento Trilce: TRI - 0456049