



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LAS
ESTACIONES DE SERVICIO DE LA CIUDAD DE
HUAMACHUCO - AÑO 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ROSALI LYZANDRA CUBA OLIVA

ASESOR:

MG. LUIS ENRIQUE RAMIREZ SALINAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

TRUJILLO - PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

MG. Luis Enrique Ramírez salinas
Presidente

MG. Luz Alicia Baltodano Nontol
Secretaria

MG. Martin Burga Ferradas
Vocal

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a DIOS mi padre a quien amor con todo mi corazón, gracias por su inmenso amor y por guiarme ha poder seguir adelante y nunca dejarme sola gracias a él logre vencer los obstáculos, permitiéndome alcanzar mi meta.

A mis padres, FRANCISCA OLIVA y AURIO CUBA, Por ese gran esfuerzo que hacen para poder cumplir con mis metas por su apoyo incondicional, a mis hermanos DAVID, SUELI, Y POOL porque gracias a DIOS están en mi vida brindándome sus sabios consejos.

A mis Tíos Isaías Y Bethy por haberme brindado su apoyo moral, por sus buenos consejos que me alentaron a seguir adelante y enfrentarme a todos los inconvenientes que han podido surgir en este camino.

AGRADECIMIENTO

A Dios mi padre por su misericordia, su gran amor y por estar a mi lado en todo momento, gracias a él tuve la fuerza para seguir adelante y no rendirme. A mis padres porque gracias a ellos he logrado cumplir mi meta, gracias a sus esfuerzos, por estar presentes alentándome y aconsejándome para poder llegar hacer alguien en la vida. A mi asesor LUIS ENRIQUE RAMIREZ SALINAS, quien me brindó su apoyo, dedicación y por haber estado en todo el transcurso de mi proyecto y desarrollo de mi tesis, gracias a todos sus conocimientos y su guía día a día he logrado obtener mi título de administradora, logrando una de mis metas más anheladas en mi vida.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, ROSALI LYZANDRA CUBA OLIVA, con DNI N° 47522074, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre del 2015



.....
Rosali Lyzandra Cuba Oliva

DNI.N°47522074

PRESENTACIÓN

Señores:

Miembros del Jurado

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo de Trujillo, presento ante ustedes la Tesis titulada "CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE LA CIUDAD DE HUAMACHUCO - AÑO 2015", hago de su conocimiento que el presente trabajo ha sido desarrollado gracias a la experiencia adquirida por la enseñanza de los profesores y también de mi centro de prácticas.

Espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Universitario de Licenciada en Administración.

Atentamente

Cuba Oliva, Rosali Lyzandra

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Realidad Problemática.....	2
1.2 Trabajos previos.....	4
1.3 Teorías relacionadas al tema	5
1.4 Formulación del problema	18
1.5 Justificación del estudio	18
1.6 Hipótesis	19
1.7 Objetivos.....	19
1.7.1. Objetivos General	19
1.7.2. Objetivos Específicos.....	19
II. MÉTODO	20
2.1 Diseño de investigación.....	20
2.2 Variables, operacionalización.....	20
2.3 Población y muestra.....	25
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .	26
2.5 Métodos de análisis de datos	26
III. RESULTADOS.....	27
IV. DISCUSIÓN	36
V. CONCLUSIÓN.....	38
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. PROPUESTA	40

VIII. REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	47

RESUMEN

En la presente tesis se realizó una investigación donde se analizara la calidad de servicio y rentabilidad de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco. La investigación fue de naturaleza descriptiva correlacional, diseño no experimental, de corte transversal. La población está formada por 286 personas las cuales son clientes de las tres estaciones de servicio, en este caso se utilizó el instrumento de recolección como el cuestionario donde se analizó la calidad de servicio que brindan en las estaciones de servicio de Huamachuco. En cuanto a la rentabilidad se analizó por medio del análisis documentario que les aplico a los estados financieros de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Una vez procesado los datos obtenidos, se analizaron de forma clara y precisa por medio de tablas y gráficos los cuales nos ayudaron a tener una mejor comprensión de los resultados. Los resultados que se obtuvo fue que existe relación directa entre calidad de servicio y la rentabilidad de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Palabras clave: Calidad de Servicio, Rentabilidad.

ABSTRACT

In this thesis an investigation where the quality of service and profitability of service stations in the city of Huamachuco be analyzed was performed. The research was descriptive correlational, not experimental design, cross-section. The population is made up of 286 people which are customers of the three stations, in this case the collection instrument and the questionnaire where the quality of service provided at service stations was used Huamachuco analyzed. In terms of profitability was analyzed by means of documentary analysis were applied to the financial statements of the service stations in the city of Huamachuco.

Once processed the data obtained were analyzed clearly and precisely by means of tables and graphics which helped us get a better understanding of the results. The results obtained was that there is a direct relationship between service quality and profitability of service stations in the city of Huamachuco.

Keywords: Quality of service, cost effectiveness.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Los problemas de mercadeo, que enfrentan la estaciones de servicio que están asociados a la falta de un plan de marketing, que oriente las acciones de las empresas a posicionarse en el mercado en el que compiten, realizaron campañas de publicidad y promoción; así mismo, establecer relaciones con los clientes y todo el cumulo de actividades a incrementar la calidad de servicio y por ende fidelizar al cliente nuevo, y de esta manera mejorando la rentabilidad de las estaciones de servicio.

Además, la calidad de servicio brindado al cliente, que incluye en proceso de venta, la atención y la calidad del producto en venta, constituye una manera de las muchas que intervienen en el aumento de la rentabilidad de estas estaciones de servicio en el mercado; siendo la calidad en el servicio una variable critica para poder generar rentabilidad y competir en el mercado.

Con respecto a estaciones de servicio se han destacado y han mejorado su competitividad frente a la competencia que cada vez es más fuerte, mediante la calidad de servicio que brindan los trabajadores a los clientes, ahora los clientes demandan servicios de calidad que cumplan con sus expectativas o en el mejor de los casos que superen sus expectativas. Algunos especialistas afirman que el factor humano será el factor diferenciador en las estaciones de servicios, y que se busca una estrategia basada en exceder las expectativas de los clientes en la atención directa.

Se aplicó una entrevista a los dueños de las estaciones de servicio y se obtuvo los siguientes problemas que están atravesando:

- a) No cuentan con una buena atención al cliente
- b) No cuenta con la diversificación necesaria para satisfacer las necesidades de combustible a los clientes
- c) No cuentan con los espacios adecuados para la atención al cliente
- d) Instalaciones inadecuadas

Así mismo, estos problemas disminuye la calidad de servicio brindado, ya que sus trabajadores solo se dedican a despachar el producto y no toman en cuenta lo indispensable que es un saludo o una sonrisa al momento de atender, como también no cuenta con los insumos necesarios para brinda un servicio de calidad, obteniendo como resultado que sus clientes se acerquen a la competencia y disminuya su rentabilidad considerablemente. Por tal motivo se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Qué relación Existe relación entre la calidad de servicio y la rentabilidad de las estaciones de servicio de la Ciudad Huamachuco?

1.2. Trabajos previos

Jibaja (2013) En el trabajo denominado La Calidad como Factor en la Rentabilidad de las Empresas, investigación diseño no experimental de corte transversal, concluye:

Que el logro de un servicio satisfactorio, involucra a todas las etapas del ciclo de la calidad como un todo, en él intervienen todos los trabajadores que integran la empresa y a cada una le corresponde garantizar la calidad de su labor. Actualmente, muchas compañías han comenzado a cambiar su definición de calidad más allá de la estrecha descripción de las características propias del producto para ampliarla hacia la oferta. El éxito o fracaso de las empresas dependen en gran parte de su capacidad para identificar los factores que son importantes para los clientes y para vigilar que la empresa funcione de manera competitiva con esos factores.

La rentabilidad es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. La rentabilidad caracteriza la eficiencia económica del trabajo que la empresa realiza (p.65).

Sierra (2013) En el trabajo denominado El impacto de servicio y rentabilidad del negocio. Investigación de diseño no experimental de corte transversal, concluye:

Que el impacto positivo de la buena calidad de servicio en las ventas y la rentabilidad de un negocio ha sido documentado a través de diversos estudios. Entre estos se encuentra el realizado por Earl Sasser y Fred Reichheld, el cual indica que el factor de mayor peso en el logro de buenas ganancias y crecimiento rápido se llama "Lealtad de los Clientes". Otros estudios realizados por empresas como; Taco Bell, Bank One y Nike, establecen que sus divisiones con un índice alto de satisfacción de

sus clientes, experimentaron márgenes de ganancia superiores. En algunos casos hasta 65% más altos que aquellas divisiones con índices bajos de satisfacción de sus clientes. De manera, que podemos razonablemente concluir que ofrecer buena calidad de servicio es un buen negocio. Porque la buena calidad de servicio “no cuesta”. Por el contrario, “paga muy bien” (p.71).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de Servicio:

A) Definición

Según Ramos (2001) “Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio” (p.14).

Según Ramos (2001) define los objetivos como

Parte de la mercadotecnia intocable, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, el manejo de la satisfacción a través de producir apreciación positiva del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca. Así mismo, concierne al tenaz mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido actualizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las exigencias del cliente que las necesidades de la propia empresa. Se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar: Satisfacer la perspectiva del cliente y despertar en él nuevas necesidades. Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo. Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes. La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario

ofrecer un valor agregado. Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación. Los clientes son cada vez más rigurosos, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato individual, un servicio rápido. Cuando un cliente queda disgustado por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros usuarios. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos y nos recomiende con otros consumidores. Es importante tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva (p.23).

Según Ramos (2001) nos indica las características de la calidad de servicio

Algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes: Debe cumplir sus objetivos, debe servir para lo que se diseñó, debe ser adecuado para el uso, debe solucionar las necesidades. Debe proporcionar resultados (p.32)

B) *Factores que influyen en la percepción de un servicio de calidad o criterios utilizados por los clientes para evaluar la calidad:*

Según Miguel (1993) Nos indica que la capacidad de respuesta

Implica la voluntad o el deseo de dar un servicio inmediato, rápido, y de ayudar a los clientes. Ejemplo: Cuando un usuario tiene un problema con un expediente, ¿la empresa resuelve de manera

rápida el problema? ¿El personal de la organización es consciente que una llamada de un cliente es una oportunidad de contactar con él, más que una molestia en determinados momentos? (p.21)

Según Miguel (1993) Nos indica que el compromiso

Implica competencia o profesionalidad, cortesía (respeto y amabilidad) y seguridad de los empleados para transmitir responsabilidad, credibilidad y confianza. La profesionalidad es esencial, ya que constituye el beneficio básico del servicio (p.41).

Según Miguel (1993) Refiere que la fiabilidad

Es la capacidad de realizar el servicio bien a la primera, con precisión, sin errores. Ejemplo: Cuando un miembro de la organización se compromete a devolver una llamada a un cliente, ¿lo hace? ¿La información fue proporcionada de manera correcta, sin errores? (p.43).

C) Dimensiones de la Calidad de Servicio

C.1 Tangibilidad:

Según Berry (1989) Nos indica que

En cuanto a esta dimensión señala que son la parte visible de la oferta del servicio, tales como los establecimientos, equipos y experiencia del personal de contacto que tienen que ver con la naturaleza del mismo. Ya que los servicios son realizaciones más que objetos, es difícil para los clientes comprenderlos mentalmente e imposible tomarlo físicamente. Por ello, los clientes tienden a buscar a las cosas tangibles asociadas al servicio que les ayude a juzgar el mismo. Una forma de trasladar la impresión de servicio de calidad es que parezca una operación de calidad. Esto significa prestar atención a detalles sin importancia aparente, pero unidos asombran al cliente. Las cosas tangibles influyen en la percepción

de calidad de servicio de dos maneras: en primer lugar, las cosas tangibles, pueden afectar la captación de la calidad de servicio directamente. (p.23)

C.2. Capacidad de Respuesta:

Según Cttle (1991) Distingue que esta segunda dimensión se relata a la "actitud que se muestra para ayudar a los clientes a suministrar un servicio rápido y cumplir a tiempo los compromisos contraídos incluye igualmente la accesibilidad, la cual se refiere a la posibilidad y facilidad de entrar en contacto con los clientes" (p.24).

C.3. Empatía:

Considera que "Es un compromiso con los clientes, es un deseo de comprender requisitos de los clientes y encontrar respuestas más adecuadas. La empatía es un servicio esmerado, individualizado que satisface las necesidades" (Berry, 1989, p.13).

Según Cottler (1991) refiere lo siguiente

Señala como la disposición de proponer a sus clientes cuidados y atención personalizada. No incluye solo cortesía ya que requieren un fuerte obligación y aplicación con el cliente, conocimiento a fondo de sus características personales y sus requerimientos específicos. La buena comunicación posibilita el mejoramiento de la empatía, la cual implica mantener continuamente informados a los clientes a través de mensajes que ellos puedan entender (p.51).

C.4. Confiabilidad:

Según Cottler (1991) refiere lo siguiente

Habilidad que se posee para prestar el servicio prometido de manera confiable, segura y hacendosa, incluye puntualidad en los elementos que le permitan al cliente percibir todos sus niveles de formación y conocimientos técnicos. Confiabilidad significa prestar el servicio de forma correcta desde el primer momento (p.53).

C.5. Seguridad:

Según Cottler (1991) refiere lo siguiente

Simboliza el sentimiento que tienen los clientes de que sus disgustos están en buenas manos, incluye el conocimiento y la actitud de atención que proyecta su personal y la capacidad que tenga de generar fe y confianza. Seguridad también significa credibilidad, y a su vez, incluye honradez, confiabilidad y honestidad. Figurar tener en el corazón los mejores intereses del cliente y demostrar que los cuida y se preocupa de ellos (p.33).

1.3.2. Rentabilidad:

A) Definición

Bustamante (2007) "Rentabilidad se refiere a la relación entre el beneficio obtenido en un periodo de tiempo dado (normalmente anual) y el capital invertido en la actividad económica que ha dado lugar a tal beneficio" % (p.11). Es frecuente expresarlo en:

$$Rentabilidad = \frac{Beneficio\ periodo}{Capital\ invertido}$$

“Rentabilidad a la medida de productividad que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medio utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre opciones o a juzgar por la eficiencia de la acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori” (Torres, 2011, p.58).

Según Pearson (1989) La rentabilidad de una empresa puede ser valorada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario “Que la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones” (p.165).

B) *Análisis de Rentabilidad*

Warren y Reeven (2005) “Señala que la capacidad de una empresa para obtener utilidades depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como los recursos de que disponga” (párr. 14).

Warren y Reeven (2005) “El análisis de rentabilidad se concentra principalmente en la relación entre los resultados de las operaciones, según se presentan en el estado de resultados, y los recursos disponibles para la empresa, que aparecen en el balance general” (p.61)

C) *Índices de rentabilidad.*

Según Clyde (2011) Nos indica

Los ratios de rentabilidad estiman los resultados de la gestión empresarial. Constituye los índices más importantes porque manifiestan el poder de generación de utilidades de la empresa y capacidad de obtener una productividad sobre los recursos invertidos. La rentabilidad es el retorno sobre la inversión, es decir,

es una relación de dos variables: cuánto se obtiene y cuánto se invierte. La variable cuánto se obtiene puede ser medida de diferentes formas: utilidad bruta, utilidad operativa, utilidad operativa después de impuestos, utilidad neta, utilidad por acción. La variable cuánto se invierte puede ser medida también de diferentes formas: activo total (toda la inversión del negocio) o patrimonio (solamente la inversión de los accionistas en la empresa). Una empresa invierte en activos para generar ingresos (Ventas). La relación entre las ventas y activos es denominada como la rotación de activos, mientras más grande sea esta, más se constituye la rentabilidad de sus gastos para llegar a la utilidad del negocio. La relación entre utilidad neta y ventas se denomina como margen neto. Mientras más alto sea el margen neto, mayor rentabilidad. Finalmente, las empresas para invertir en activos tienen que buscar financiamiento, ya sea de terceros como financiamiento propio. En este sentido, el monto del patrimonio será definido por la proporción de activos financiados con recursos de los propios accionistas. La relación entre la utilidad y el activo representa la rentabilidad del activo, es decir, la rentabilidad de la empresa sin distinguir la forma en la que ha sido financiada. Así mismo, la relación entre la utilidad obtenida y el patrimonio, refleja la rentabilidad del patrimonio, el cual toma en consideración el nivel de endeudamiento con terceros asumido por la empresa (p. 306-310).

D) **Análisis de rentabilidad.**

Según Sánchez (2002) afirma:

El análisis de la rentabilidad permite enlazar lo que se genera a través de la cuenta de pérdidas y ganancias, con lo que se precisa de activos y capitales propios. Mide la disposición de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por finalidad apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración en los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Manifiestan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente el espacio de generar fondos en operaciones de corto plazo (p.15).

Según Sánchez (2002) afirma que la rentabilidad económica

Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. La rentabilidad económica se considera como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad. La rentabilidad económica es una guía básica para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente la conducta de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos (p.22).

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

Según Sánchez (2002) "El objetivo de la rentabilidad económica se centra en evaluar el rendimiento de los activos totales manejados por la dirección de la empresa" (p.23).

Según Sánchez (2002) nos refiere lo siguiente

Esta razón mide la habilidad de la administración para generar utilidades con los recursos que dispone. También se le conoce como "Rendimiento sobre la Inversión". Se determina dividiendo la utilidad neta entre el total de los activos. Si el coeficiente de la ecuación es alto, entonces, la compañía está empleando eficientemente sus recursos y, por ende, está obteniendo mayores retornos por cada unidad de activo que posea (p.28).

Según Sánchez (2002) Nos indica que la Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada por sus abreviaturas en inglés Return on Equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extensa, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera deficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. La empresa; y segundo, porque puede reducir la financiación externa. En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en afinidad con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones,

puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al asociado, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuible, dividendos, variación de la estimación, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa retribución, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa (p.30).

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio Neto}}{\textit{Patrimonio Neto}}$$

Según Sánchez (2002) nos refiere lo siguiente

Ratio que mide la eficiencia de la dirección, para generar retornos a partir de la contribución de los socios; es decir, indica el rendimiento obtenido a favor de los accionistas en un periodo determinado. Para hallarlo se divide la utilidad neta entre el patrimonio neto. Si la cifra es alta, significa que el accionista está alcanzando mayores beneficios por cada unidad monetaria invertida (p.42).

Según Sánchez (2002) Nos indica que los Ratios Financieros

Son instrumentos que se emplean para analizar e interpretar los estados financieros de una empresa, en un periodo dado. Una de sus particularidades principales es que los diversos vínculos que pueden obtener de los RR.FF. permiten en conjunto, evaluar la situación económica y financiera de la compañía. Por ejemplo

medir su capacidad de pago en el corto o largo plazo, calcular la rentabilidad de sus activos, entre otro. Importancia de los ratios financieros: Son señales que guían a los gerentes hacia una buena gerencia de la empresa, les proporciona sus objetivos (p.48).

Según Sánchez (2002) Nos indica que los Ratios de Rentabilidad

Son medidas que evalúan por un lado, la capacidad de la empresa para generar utilidades a través de los recursos que emplea, sean estos propios o ajenos, y, por el otro, la eficiencia de sus operaciones en un determinado periodo. Estos ratios de rentabilidad al igual que los demás ratios son de mucha importancia ya que, si la compañía deja de registrar ganancias, su estructura de capital se vería afectada, a causa de que tendría que adquirir deuda para solventar sus operaciones o los accionistas se verían obligados a inyectar liquidez para mantener el giro del negocio (p.201).

E) Los ratios financieros para calcular la rentabilidad que proponen diversos autores como son: Gutiérrez, García, Kennedy y Yauword (2006); entre otros, se muestran a continuación:

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Gutiérrez, García, Kennedy y Yauword (2006) "Indica que el saldo de la ganancia disponible para hacer frente a los gastos de administración y ventas de la empresa" (p.17).

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas NETas}}$$

Gutiérrez, García, Kennedy y Yauword (2006) "Este índice nos muestra el margen de utilidad neta que esperaría una empresa por una venta realizada" (p.20).

$$\text{Rentabilidad Patrimonial} = \frac{\textit{utilidad neta}}{\textit{Patrimonio Neto}}$$

Gutiérrez, García, Kennedy y Yauword (2006) "Nos muestra la rentabilidad del patrimonio neto. Mide la productividad de los capitales propios de la empresa" (p.43).

$$\text{Rentabilidad del Activo} = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Activo Total}}$$

1.3.3. Relación entre Calidad de Servicio y Rentabilidad en las Empresas

Según López (2009) concluye que:

Es evidente que en las empresas se busca un objetivo elemental que es la rentabilidad, pero nunca podemos olvidar nuestro nivel de calidad, sobre todo porque es la razón esencial para que muchos de nuestros clientes sigan confiando en nuestro producto o servicio como algo innovador y fiable. La gestión de nuestra calidad por tanto puede cooperar, de forma correcta y elaborada, a unas grandes estrategias empresariales como son la diferenciación, el bajo coste, y la rapidez de respuesta algo muy importante para ser capaces de estar al día de los pedidos con

nuestros clientes. La mejora de la calidad puede ayudar a nuestra empresa a incrementar el nivel de ventas y reducir costes, ambos factores son una forma esencial y muy importante de conseguir una mayor rentabilidad, ya que como empresa productiva seremos capaces de vender más tanto en cuanto más rápida sea nuestra capacidad de respuesta, además de que podremos reducir nuestros precios de venta y consolidar eso que es tan importante en los mercados de hoy día, nuestra reputación de productos y servicios de calidad. La mejora de la calidad del mismo modo, permite que se rebajen los costes de producción, ya que las empresas mejoran su productividad y reducen los costes de reelaboración, materiales desechados, garantía y postventa, etc. La relación aproximada, que se muestra en empresas en donde intentan aumentar la calidad, indica que las de más alta calidad son a razón de tres a cinco veces más productivas que las que no han desarrollado este punto dentro de su empresa, lo que muestra la importancia real de cuidar e invertir en el nivel de calidad de nuestros productos. La calidad, o su ausencia, por tanto ejerce un gran impacto sobre toda la organización, desde el proveedor hasta el consumidor final, sin embargo lo bueno es que conocemos de estas interacciones para ser capaces de mejorar nuestra estrategia y estructura para conseguir proporcionar un nivel alto o muy alto de calidad. En resumen podríamos decir que conseguir un aumento de calidad nos ayudaría a conseguir una mayor rentabilidad gracias al aumento del nivel de ingresos mediante: La mejor respuesta, unos precios más elevados, una mejor reputación, del mismo modo y si llegara a través de una reducción de los, costes sería gracias a: una mayor productividad, menores costes de elaboración y piezas desechadas, bajada de los gastos de garantía y postventa (p.45).

1.4. Formulación del problema

¿Qué relación Existe entre calidad de servicio y la rentabilidad de las estaciones de servicio de la Ciudad Huamachuco?

1.5 Justificación del estudio

Siguiendo los criterios que plantea Hernández et al. (2010), la presente investigación se justifica por lo siguiente:

a) Conveniencia

La presente investigación es de mucha importancia para las Estaciones de Servicio (Gasolineras) de la ciudad de Huamachuco, de tal manera permitirá formular soluciones administrativas cuya aplicación mejore la calidad de servicio que ofrecen y por ende aumentar la rentabilidad de cada una de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco.

b) Relevancia Social

Los conocimientos administrativos que se desarrollen a partir de esta investigación contribuirán de manera eficaz y eficiente a ordenar el proceso administrativo, realizar una gestión eficiente, mejorar la rentabilidad de las Estaciones de Servicio y posicionarse en el mercado.

c) Implicaciones Prácticas

El uso de conocimientos y herramientas especializadas; garantizan la calidad de producto y servicio que recibirán los clientes y consumidores mediante plan de mejora para la calidad que brinda la empresa y buenas prácticas administrativas con sostenibilidad en el

tiempo, generando empleo y aporte al desarrollo de sus localidades que garantizan el bienestar de la sociedad.

d) Valor Teórico

El aporte de este estudio servirá como antecedente; el cual, le permita al investigador desarrollar o apoyar en la teoría que se necesita para las investigaciones futuras sobre la calidad de servicio y la rentabilidad.

e) Unidad Metodológica

La investigación tiene como finalidad servir como herramienta para crear un nuevo instrumento en el análisis e los datos respectivos a la investigación, brindado las mejores soluciones sobre calidad de servicio.

1.6 Hipótesis

Existe relación directa entre la Calidad de Servicio y Rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Huamachuco – AÑO 2015.

1.7 Objetivos

1.7.1. Objetivos General

Determinar la relación entre calidad de servicio y rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco – año 2015

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Medir la calidad de servicio que ofrece las Estaciones de Servicios de Huamachuco.
2. Analizar rentabilidad de los 2 últimos años de las Estaciones de Servicios de Huamachuco.
3. Proponer un plan de mejora para aumentar el nivel de calidad de servicio de en los estacionamientos de servicio de Huamachuco.

2. MÉTODO

2.2. Diseño de investigación

Diseño No experimental: Los datos que se obtuvo están directamente sacados de la realidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco y esto permitió la identificación y descripción de ciertos indicadores del nivel de calidad de servicio y Rentabilidad.

De acuerdo a su temporalidad Transversal: Porque el fenómeno es natural es decir no se manipularon las variables, los datos se recolectaron una sola vez en el tiempo. La Calidad de Servicio y rentabilidad tuvo un determinado tiempo de evaluación -2015.

Correlacional: Porque se analiza la relación que tiene la calidad de servicio y la Rentabilidad de los estacionamientos de servicio de la ciudad de Huamachuco, frente a su competencia, además los datos serán obtenidos directamente de la realidad, sin que estos sean modificados o alterados.

2.3. Variables, operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<p>CALIDAD DE SERVICIO</p>	<p>Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio. (Ramos. 2001,p.32)</p>	<p>Para medir la variable se utilizó la herramienta de cuestionario validado por Gutiérrez (2012), que se aplicara a los clientes de cada Estación de Servicios de la Ciudad de Huamachuco.</p>	<p>-Disponibilidad</p> <p>-Capacidad de Respuesta</p> <p>-Tangibilidad</p>	<p>-Grado De disponibilidad del servicio</p> <p>-Disponibilidad del personal en responder ante el servicio.</p> <p>-Agilidad para responder ante los servicios.</p> <p>-Lugar de trabajo agradable para las personas que van a prestar el servicio.</p> <p>-Comunicación de los servicios prestados</p> <p>-Cortesía o amabilidad al momento de prestar el servicio</p> <p>-Confianza respecto al personal</p> <p>-Lugar determinado</p>	<p>Nominal</p>

La rentabilidad es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera. (Fernández, 2013,p,3)

RENTABILIDAD

-Margen de utilidad Bruta	$\frac{\text{-Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$	
-Margen de utilidad Operativa	$\frac{\text{-Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$	
-Margen de utilidad Neta	$\frac{\text{-Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	Razón
-Rentabilidad del Patrimonio (Roe)	$\frac{\text{-Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio total}}$	
-Rentabilidad del Activo (Roa)	$\frac{\text{-Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	

2.4. Población y muestra

POBLACIÓN:

- **Población 1:**

Son los clientes que acuden a las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco, la cual es una población desconocida.

- **Muestra 1:**

Siendo una población infinita se ha determinado la fórmula para poblaciones infinitas la cual será utilizada en las encuestas:

POBLACIÓN INFINITA CUALITATIVA

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

n: Tamaño de la muestra

z: nivel de confianza (91%)

p: proporción de éxito (50%)

q: proporción de fracaso (1 – 50%)

e: error de estimación (5%)

$$n = \frac{2.86 * 0.5 * 0.5}{0.0025} = 286$$

- **Población 2:**

Son las Estaciones de Servicios de la ciudad de Huamachuco

- **Muestra 2:**

Está conformada por 3 estaciones de Servicios de la Ciudad de Huamachuco

MUESTREO: Para esta investigación se aplicará:

-Muestreo Aleatorio Simple: Porque permitirá elegir a los clientes que serán encuestados, de manera de que todos tengan la misma probabilidad de aparecer, hasta alcanzar el tamaño muestra deseado.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta	Cuestionario
Análisis documental	Ficha de análisis documentales

2.5 Métodos de análisis de datos

Las técnicas seleccionadas para la recolección de datos dependieron de la naturaleza del problema y de los objetivos; de este modo para recolectar información requerida, se utilizara una encuesta y un análisis documentario. Para la medición de las variables se utilizarán tablas y gráficos estadísticos, como también se utilizarán ratios financieros de rentabilidad, Y para contrastar la relación entre las variables se utilizara el método de Pearson, finalmente se interpretaran los datos para después llegar a las conclusiones.

3. RESULTADOS

3.1. Distribución según Calidad de Servicio que ofrece las Estaciones de Servicios

TABLA N°1:

Distribución según Calidad de Servicio que ofrece las Estaciones de Servicios (Inversiones y Multiservicios Samuel Eto; Estación de Servicios Yessenia; Servicios Generales Farker) de Huamachuco Año 2015.

Calidad de Servicio	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Medio	44	46.32	52	54.74	57	60.00
Alto	51	53.68	43	45.26	38	40.00
Total	95	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio de la estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto es de Nivel es Alto en un 53.68%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia es de 54.74% es Medio; en la estación de servicio Servicios Generales Farker es de un 60.00% es Medio en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

TABLA N°2:*Distribución de Calidad de Servicio según (Tangibilidad)*

Calidad de Servicio (Tangibilidad)	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	6	6.32	2	2.11	2	2.11
Medio	45	47.37	48	50.53	35	36.84
Alto	44	46.32	45	47.37	58	61.05
Total	95	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio (Tangibilidad) que se refiere a la infraestructura, vestimenta del personal e instalaciones y/o servicios adicionales, en la estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto el Nivel es Alto en un 46.32%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia el 50.53% es Medio; en la estación de servicio Servicios Generales Farker el 61.05% es Alto en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

TABLA N°3:*Distribución de Calidad de Servicio según (Capacidad de Respuesta)*

Calidad de Servicio (Capacidad de Respuesta)	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	2	2.11	1	1.05	2	2.11
Medio	58	61.05	63	66.32	46	48.42
Alto	35	36.84	31	32.63	47	49.47
Total	95	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio (Capacidad de Respuesta) que se refiere a la disposición de atención, disposición de respuesta algún problema y con respecto a la agilidad de respuesta, en la estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto el Nivel es Medio en un 61.05%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia el 66.32% es Medio; en la estación de servicio Servicios Generales Farker el 49.47% es Alto en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

TABLA N°4:

Distribución de Calidad de Servicio según (Disponibilidad)

Calidad de Servicio (Disponibilidad)	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	1	1.05	0	0.00	15	15.79
Medio	28	29.47	30	31.58	46	48.42
Alto	66	69.47	65	68.42	34	35.79
Total	95	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio (Disponibilidad) que se refiere a la horario de atención y los servicios adicionales, en las estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto el Nivel es Alto en un 69.47%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia el 68.42% es Alto; en la estación de servicio Servicios Generales Farker el 48.42% es Medio en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

TABLA N°5:*Distribución de Calidad de Servicio según (Seguridad)*

Calidad de Servicio (Seguridad)	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Medio	26	27.37	28	29.47	31	32.63
Alto	69	72.63	67	70.53	64	67.37
Total	95	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio (Seguridad) que se refiere a la seguridad dentro de las instalaciones, confianza en el personal y sentirse seguro dentro de las Estaciones de Servicio, en la estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto el Nivel es Alto en un 72.63%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia el 70.53% es Alto; en la estación de servicio Servicios Generales Farker el 67.37% es Alto en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

TABLA N°6:*Distribución de Calidad de Servicio según (Empatia)*

Calidad de Servicio (Empatia)	Inv. Y Mult. Samuel Eto		Est. De Serv. Yessenia		Serv. Gen. Farker	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Medio	26	28.57	22	23.16	28	29.47
Alto	65	71.43	73	76.84	67	70.53
Total	91	100.00	95	100.00	95	100.00

Nota: Se observa que el Nivel de Calidad de Servicio (Empatía) que se refiere a la comunicación en la atención, atención personalizada, en la estación Inversiones y Multiservicios Samuel Eto el Nivel el Nivel es Alto en un 71.43%; además en la estación de servicio Estación de Servicios Yessenia el 76.84% es Alto; en la estación de servicio Servicios Generales Farker el 70.53% es Alto en las estaciones de la ciudad de Huamachuco.

3.2 Análisis de Rentabilidad de los dos últimos años de la Estaciones de Servicios de Huamachuco Año 2015

TABLA N°7: ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO HUAMACHUCO

ESTACION DE SERVICIO SAMUEL ETO

FORMULA	2013	2014	INTERPRETACIÓN
$\frac{\text{MARGEN BRUTO}}{\text{VENTAS - COSTO}} \times 100$	25.4%	12.2%	Se puede apreciar que la calidad de servicio ha influye en la utilidad bruta en la Estación de Servicio, el cual paso de 25.4% (2013) a 12.20%(2014), se ha reducido en un 13.20% con respecto al año anterior.
$\frac{\text{MARGEN OPERACIONAL}}{\text{MARGEN BRUTO - GASTO}} \times 100$	7.3%	4.80%	Se observa que el margen operacional ha disminuido, el cual paso de un 7.30% (2013) a 4.80% (2014) de la Estación de servicio.
$\frac{\text{MARGEN NETO}}{\text{MARGEN OPERACIONAL - IMPUESTOS}} \times 100$	5.10%	4.90%	Se puede apreciar, que después de restar el costo, los gastos operativos y los gastos financieros han generando un margen neto de 5.10% (2013) y en 4.90% (2014).
$\frac{\text{ROA}}{\text{UTILIDAD NETA}} \times 100$	6.30%	5.70%	Según lo establecido, el activo disminuyo su rendimiento en un 0.6%, por motivo de que no existe un control de calidad con respecto a las maquinarias que utilizan.
$\frac{\text{ROE}}{\text{UTILIDAD NETA}} \times 100$	7.3%	6.7%	

PATRIMONIO

Como resultado se obtuvo que este es el indicador con más representación, pues se aprecia que el rendimiento de los recursos propios tuvo una disminución de 0.6%.

TABLA8: ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO HUAMACHUCO ESTACION DE SERVICIO FARKER

FORMULA	2013	2014	INTERPRETACIÓN
$\frac{\text{MARGEN BRUTO}}{\text{VENTAS - COSTO}} \text{ VENTAS}$	6.5%	4.0%	Se puede apreciar que la calidad de servicio ha influye en la utilidad bruta en la Estación de Servicio, el cual paso de 6.5% (2013) a 4.00%(2014), se ha reducido en un 2.50% con respecto al año anterior.
$\frac{\text{MARGEN OPERACIONAL}}{\text{MARGEN BRUTO - GASTO}} \text{ VENTAS}$	6.1%	3.1%	Se observa que el margen operacional ha disminuido, el cual paso de un 6.10% (2013) a 3.10% (2014) de la Estación de servicio.
$\frac{\text{MARGEN NETO}}{\text{MARGEN OPERACIONAL - IMPUESTOS}} \text{ VENTAS}$	2.80%	0.4%	Se puede apreciar, que después de restar el costo, los gastos operativos y los gastos financieros han generando un margen neto de 2.80% (2013) y en 0.40% (2014).
$\frac{\text{ROA}}{\text{UTILIDAD NETA}} \text{ ACTIVO TOTAL}$	4.60%	5.40%	Según lo establecido, el activo aumento su rendimiento en un 0.8%, por motivo de que si existe un control de calidad con respecto a las maquinarias que utilizan.
$\text{ROE} \text{ UTILIDAD NETA}$	6.30%	6.9%	

PATRIMONIO

Como resultado se obtuvo que este es el indicador con más representación, pues se aprecia que el rendimiento de los recursos propios tuvo un disminución de 0.6%.

TABLA 9: ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO HUAMACHUCO ESTACION DE SERVICIO YESSENIA

FORMULA	2013	2014	INTERPRETACIÓN
$\frac{\text{MARGEN BRUTO VENTAS} - \text{COSTO VENTAS}}{\text{VENTAS}}$	0%	5.0%	Se puede apreciar que la calidad de servicio ha influye en la utilidad bruta en la Estación de Servicio, no hubo utilidad (2013) a 5.00% (2014)
$\frac{\text{MARGEN OPERACIONAL MARGEN BRUTO} - \text{GASTO VENTAS}}{\text{VENTAS}}$	0%	3.6%	Se observa que el margen operacional en el año 2013 no hubo índice es decir fue cero (2013) a 3.60% (2014) de la Estación de servicio.
$\frac{\text{MARGEN NETO MARGEN OPERACIONAL} - \text{IMPUESTOS}}{\text{VENTAS}}$	0%	3.7%	Se puede apreciar, que después de restar el costo, los gastos operativos y los gastos financieros han generando un margen neto de 3.70% (2014).
$\frac{\text{ROA UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	5.90%	6.50%	Según lo establecido, el activo aumento en un 0.60%, por motivo de que si existe un control de calidad con respecto a las maquinarias que utilizan.
$\frac{\text{ROE UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$	6.8%	7.0%	Como resultado se obtuvo que este es el indicador con más representación, pues se aprecia que el rendimiento de los recursos propios tuvo un aumento de 0.2%.

3.3. Relación Calidad de Servicio y Rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Huamachuco.

TABLA 10: RELACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD

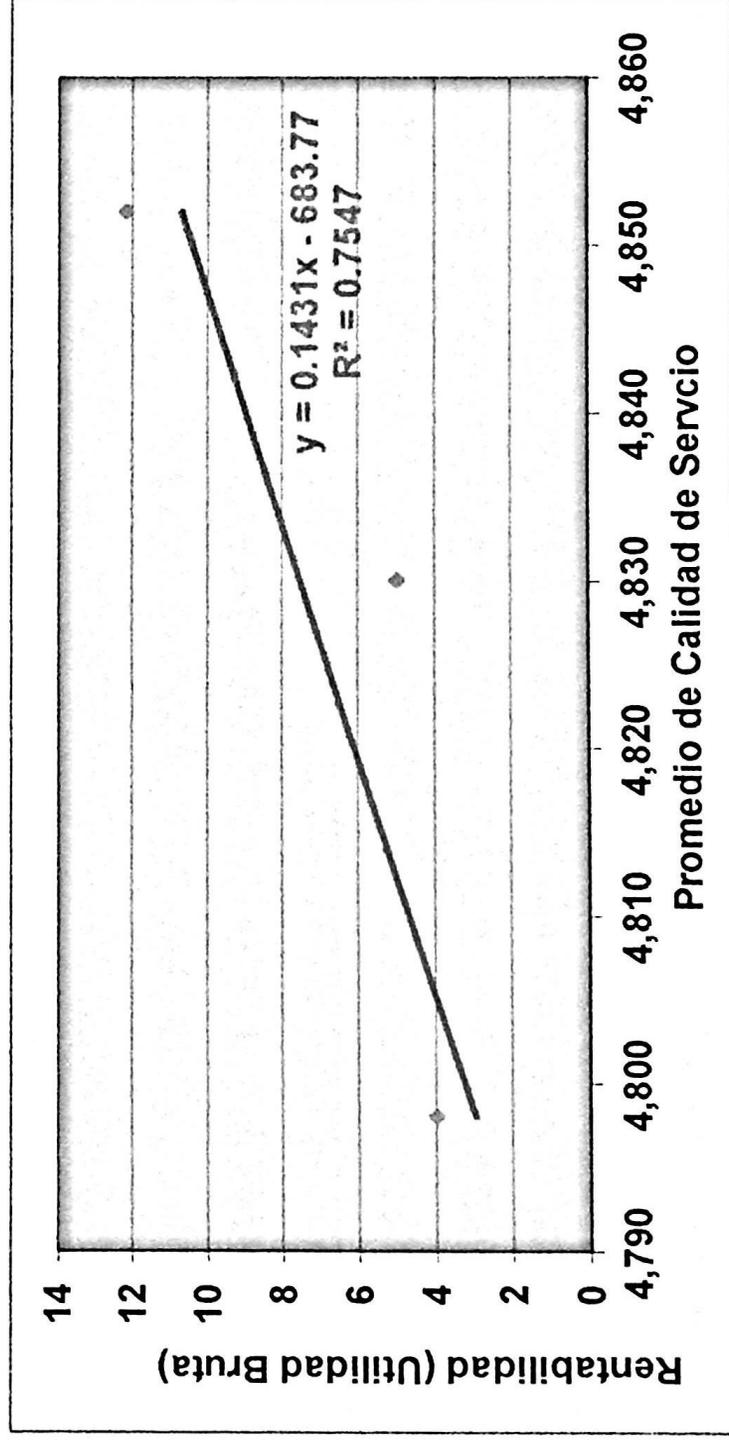
	CALIDAD SERVICIO	R(U.B)	R(U.O)	R(U.N)	R(ROA)	R(ROE)
1.-SAMUEL ETO	4,852	12.20	4.80	4.90	5.70	6.70
2.-YESSSENIA	4,830	5.00	3.60	3.70	6.50	7.00
3.-FARKER	4,798	4.00	3.10	0.40	5.40	6.90

NOTA: Se observa que en los resultados de calidad de servicio de cada estación de servicio se puso la sumatoria de las encuestas que le realizo a los clientes y se tomó la rentabilidad del año 2014 tanto su utilidad bruta , utilidad operativa , utilidad neta, Roa Y Roe ,luego se hará en análisis estadístico Pearson.

3.4. Correlación entre Calidad de Servicio y Rentabilidad, aplicando la prueba estadística de Pearson.

TABLA 11: Relación entre calidad de servicio y rentabilidad (utilidad bruta) de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Calidad de servicio	Rentabilidad (utilidad bruta)
4,852	12.2
4,830	5
4,798	4



Resumen

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.8688
Coefficiente de determinación R ²	0.7547
R ² ajustado	0.5095
Error típico	3.1332
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

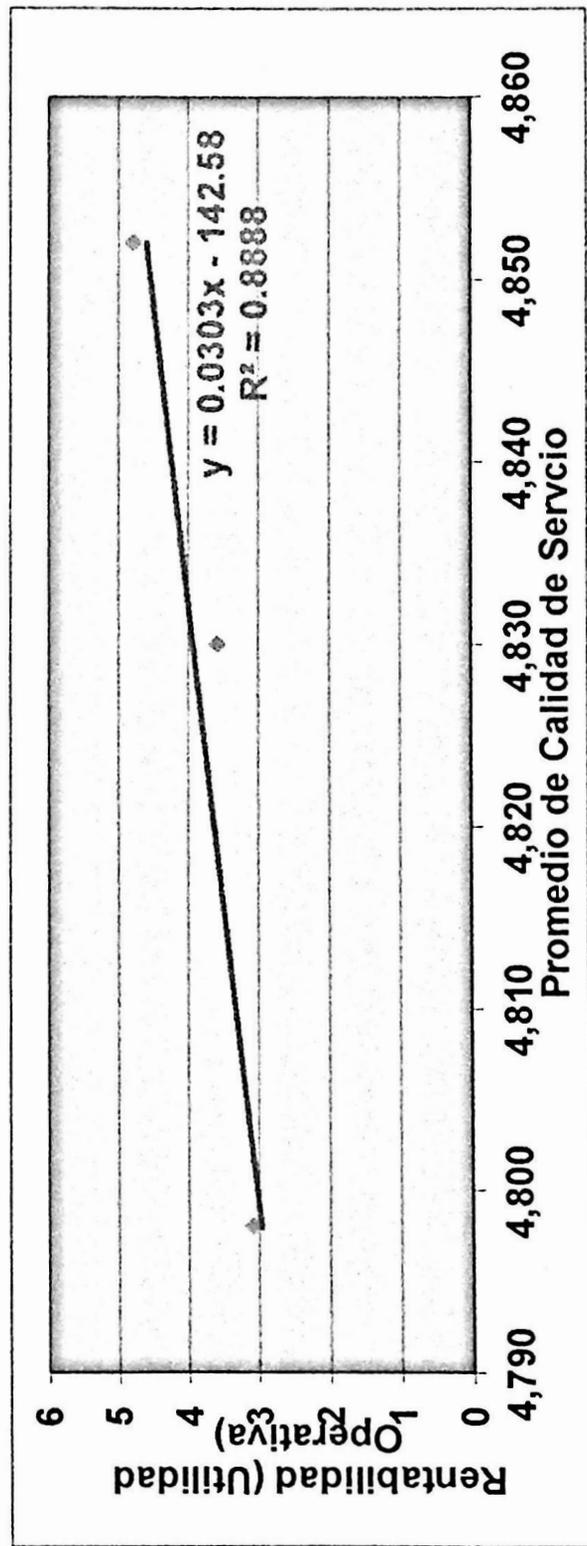
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	30.2096	30.2096	3.0773	0.3298
Residuos	1	9.8170	9.8170		
Total	2	40.0267			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	-683.7664	393.8176	-1.7363	0.3327	5687.6930	4320.1606	5687.6930	4320.1606
Variable X 1	0.1431	0.0816	1.7542	0.3298	-0.8936	1.1798	-0.8936	1.1798

Nota: Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.8687), teniendo como sus parámetros de B0 y B1 (-683.77; 0.1432).

TABLA 12: Relación entre calidad de servicio y rentabilidad (utilidad operativa) de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Calidad de servicio	Rentabilidad (utilidad operativa)
4,852	4.8
4,830	3.6
4,798	3.1



Resumen

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.9428
Coefficiente de determinación R ²	0.8888
R ² ajustado	0.7777
Error típico	0.4119
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

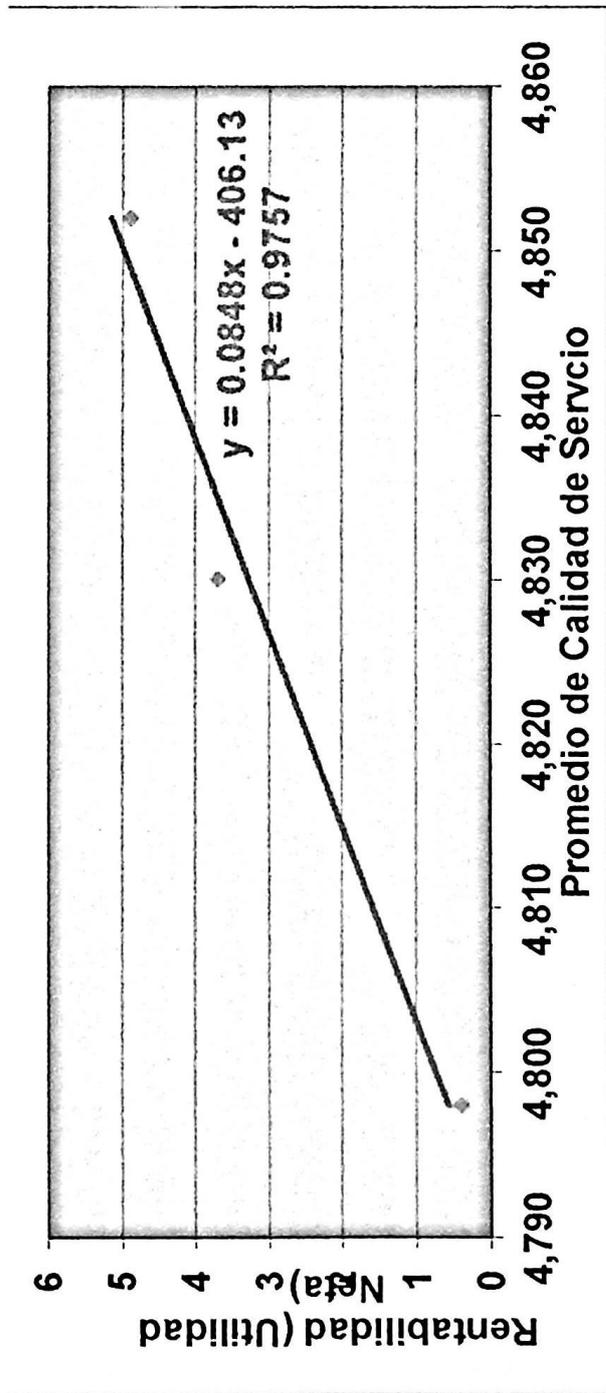
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	1.3570	1.3570	7.9962	0.2164
Residuos	1	0.1697	0.1697		
Total	2	1.5267			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	-142.5814	51.7783	-2.7537	0.2218	-800.4873	515.3246	-800.4873	515.3246
Variable X 1	0.0303	0.0107	2.8278	0.2164	-0.1060	0.1666	-0.1060	0.1666

Nota: Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.94278), teniendo como sus parámetros de B0 y B1 (-142.5813; 0.0303).

TABLA 13: Relación entre calidad de servicio y rentabilidad (utilidad Neta) de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Calidad de servicio	Rentabilidad (utilidad Neta)
4,852	4.9
4,830	3.7
4,798	0.4



Resumen

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.9878
Coefficiente de determinación R ²	0.9757
R ² ajustado	0.9513
Error típico	0.5142
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

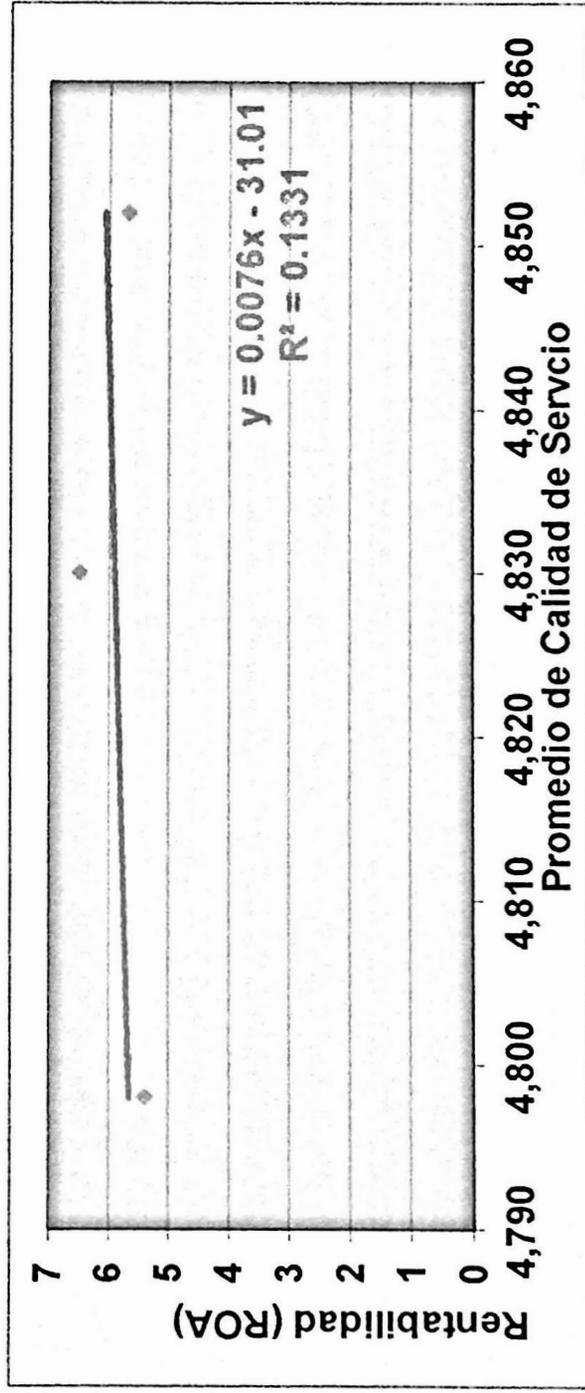
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	10.5956	10.5956	40.0764	0.0997
Residuos	1	0.2644	0.2644		
Total	2	10.86			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	-406.1320	64.6284	-6.2841	0.1005	-1227.3139	415.0499	-1227.3139	415.0499
Variable X 1	0.0848	0.0134	6.3306	0.0997	-0.0854	0.2549	-0.0854	0.2549

Nota: Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.9877), teniendo como sus parámetros de B0 y B1 (-406.13200; 0.0847)

TABLA 14: Relación entre calidad de servicio y rentabilidad (ROA) de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Calidad de servicio	Rentabilidad (ROA)
4,852	5.7
4,830	6.5
4,798	5.4



Resumen

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.3648
Coefficiente de determinación R ²	0.1331
R ² ajustado	-0.7338
Error típico	0.7487
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

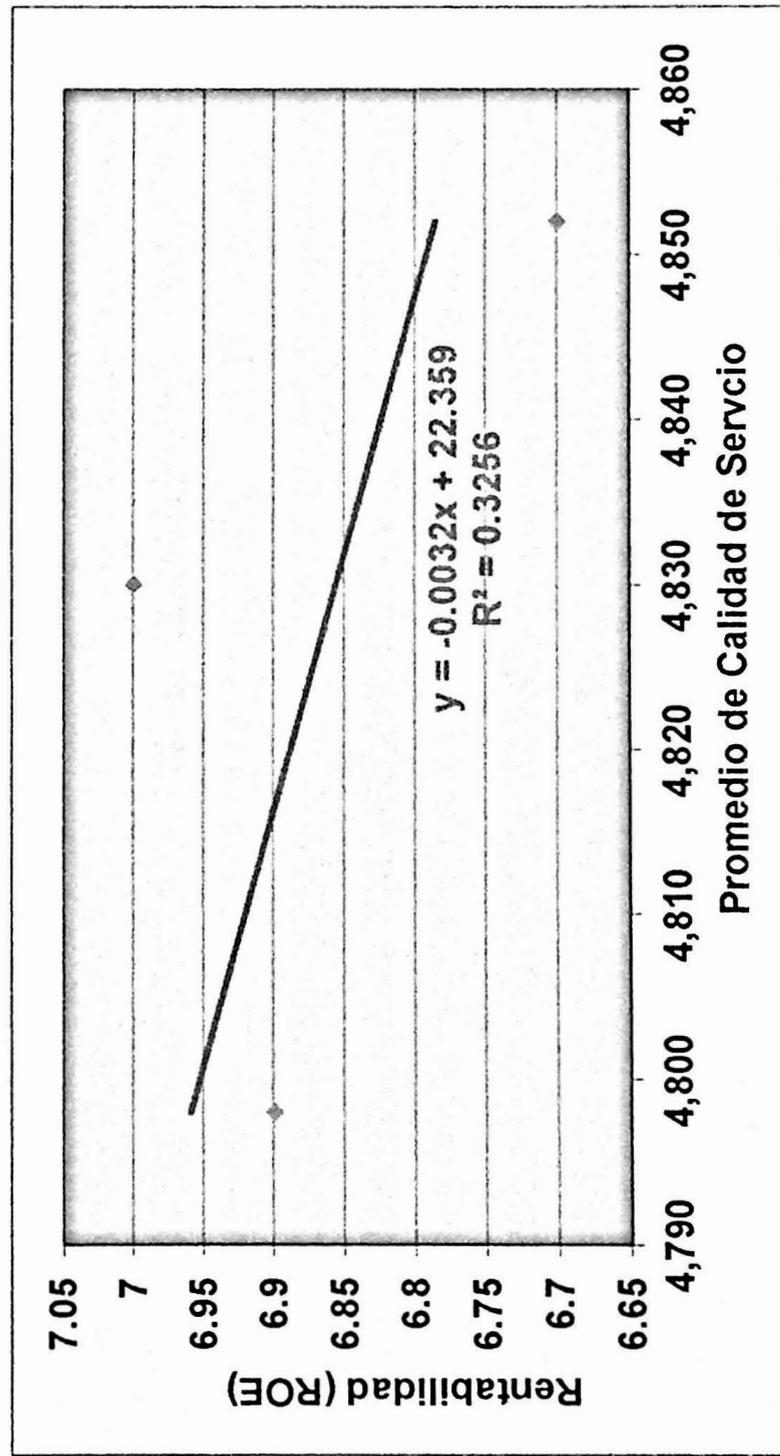
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	0.0861	0.0861	0.1536	0.7622
Residuos	1	0.5606	0.5606		
Total	2	0.6467			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	-31.0098	94.1080	-0.3295	0.7974	-1226.7658	1164.7463	-1226.7658	1164.7463
Variable X 1	0.0076	0.0195	0.3919	0.7622	-0.2401	0.2554	-0.2401	0.2554

Nota: Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado bajo de correlación entre las variables (correlación alta=0.3648), teniendo como sus parámetros de B0 y B1 (-31.0097; 0.0076).

TABLA 15: Relación entre calidad de servicio y rentabilidad (ROE) de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

Calidad de servicio	Rentabilidad (ROE)
4,852	6.7
4,830	7
4,798	6.9



Resumen

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.5706
Coefficiente de determinación R ²	0.3256
R ² ajustado	-0.3489
Error típico	0.1774
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	0.0152	0.0152	0.4827	0.6134
Residuos	1	0.0315	0.0315		
Total	2	0.0467			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	22.3591	22.2987	1.0027	0.4991	-260.9726	305.6909	-260.9726	305.6909
Variable X 1	-0.0032	0.0046	-0.6948	0.6134	-0.0619	0.0555	-0.0619	0.0555

Nota: Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado moderado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.5705), teniendo como sus parámetros de B0 y B1 (22.3591; -0.0032)

4. DISCUSIÓN

Con la presente investigación se analizó la Calidad de Servicio y la Rentabilidad que se utiliza en las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco por ende saber si existe relación directa entre calidad de servicio y rentabilidad. Así mismo, veremos los resultados obtenidos mediante las herramientas utilizadas que son la encuesta, los ratios de rentabilidad y la medición estadística Pearson.

Con respecto a los resultados obtenidos por la encuesta realizada a los clientes de las estaciones de servicio se obtuvo, que calidad de servicio brindado en las estaciones servicio es medio y alto en la empresa Multiservicios Samuel Eto el Nivel alcanzado es Alto (53.68%) ; Estación de Servicios Yessenia el nivel alcanzado es Medio (54.74%) Servicios Generales Farker el nivel alcanzado es Medio (60.00%). Se relaciona con la investigación de López (2009) explica que la mejora de la calidad puede ayudar a las estaciones de servicio aumentar el nivel de ventas y reducir costes, ambos factores son una forma indispensable y muy importante de conseguir una mayor rentabilidad.

Además en cuanto a los resultados de los ratios de rentabilidad de obtuvo que los dos estacionamientos de servicio has ido bajando su rentabilidad, la empresa Samuel Eto la Utilidad Bruta del año 2013 al año 2014 ha decaído de 25.40% a 12.20%, en la Estación de Servicios Farker decayó de 6.5% a 4.00% , La Utilidad Operativa en el año 2014 en la empresa de Servicios Inversiones y Multiservicios Samuel Eto ha decaído de 7.30% a 4.8%, en la Estación de Servicios Farker decayó de 6.1% a 3.10%. La Utilidad Neta en el año 2014 en la empresa de Servicios Inversiones y Multiservicios Samuel Eto ha decaído de 5.10% a 4.9%, en la Estación de Servicios Faker decayó de 2.8% a 0.40% El ROA en el año 2014 en la empresa de Servicios Inversiones y Multiservicios Samuel Eto ha decaído de 6.30% a 5.70%, en la Estación de Servicios Farker hubo aumento de

4.6% a 5.40% El ROE en el año 2014 en la empresa de Servicios: Inversiones y Multiservicios Samuel Eto ha decaído de 7.30% a 6.70%, en la Estación de Servicios Farker hubo aumento de 6.3% a 6.9% en las estaciones de Huamachuco Año 2015. Se relaciona con Sanchez (2012) explica que la rentabilidad tiene por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración en los fondos de la empresa.

Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo.

La investigación de López (2009) explica La relación aproximada, que se muestra en empresas en donde intentan aumentar la calidad, indica que las de más alta calidad son a razón de tres a cinco veces más productivas que las que no han desarrollado este punto dentro de su empresa, lo que muestra la importancia real de cuidar e invertir en el nivel de calidad de nuestros productos o servicios.

5. CONCLUSIÓN

En el presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se midió la calidad de servicio que ofrecen en las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco, dentro de la calidad de servicio comprende la infraestructura, la vestimenta del personal, la atención personalizada, los servicios generales y adicionales el cual se obtuvo los resultados siguientes: Multiservicios Samuel Eto el Nivel alcanzado es Alto (53.68%); Estación de Servicios Yessenia el nivel alcanzado es Medio (54.74%) Servicios Generales Farker el nivel alcanzado es Medio (60.00%) lo cual quiere decir que las estaciones de servicio brindan una buena calidad de servicio.
2. Se analizó la rentabilidad de los dos últimos años de las estaciones de servicio de ciudad de Huamachuco se obtuvo resultados la empresa Multiservicios Samuel Eto del año 2013 al año 2014 como por ejemplo su utilidad Neta ha decaído de 5.10% 2013 a 4.9%,2014, en la empresa Yessenia aumento su rentabilidad del año 2013 al 2014 y la empresa Farker disminuyo su utilidad bruta , utilidad operativa y utilidad neta su ROA decayó de 2.8% a 0.40% y ROE aumento de un aumento de 4.6% 2013 a 5.40% 2014 lo cual se resume que las estaciones de servicio fueron bajando su rentabilidad del año 2013 al 2014.
3. Por medio de la prueba estadística Pearson se determinó si existe relación entre calidad de servicio y rentabilidad se hizo la relación entre la calidad de servicio y cada uno de los ratios de rentabilidad para determinar la relación se obtuvo resultados que son los siguientes: en cuanto a la relación de calidad de servicio y la utilidad bruta tuvo resultado que mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.8687), la relación entre calidad de servicio y utilidad operativa mediante el análisis de regresión lineal

se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.94278, la relación entre calidad de servicio y utilidad Neta Mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado alto de correlación entre las variables (correlación alta=0.9877), la relación entre calidad de servicio y ROA mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado bajo de correlación entre las variables (correlación alta=0.3648) y por último la relación entre calidad de servicio y ROE mediante el análisis de regresión lineal se llegó a determinar que existe un grado moderado alto de correlación entre las variable (correlación alta=0.5705).

4. Si existe relación entre calidad de servicio y rentabilidad en las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

6. RECOMENDACIONES

- Para lograr una buena calidad de servicio es necesario lograr la calidad total del servicio al cliente, que no solo se centra en la atención directa del personal con el público sino también en lo que percibe el cliente en la infraestructura del local, la implementación, no solo la construcción sino el mantenimiento del inmueble, el aseo, influyen visualmente en la percepción de los clientes en las estaciones de servicio, no todos se encuentran satisfechos con la infraestructura del local.
- La falta de rentabilidad en la empresa conlleva a que esta se limite a realizar nuevas operaciones por falta de efectivo, por ello le conviene aplicar estrategias de capitalización de deudas, a fin de incrementar el patrimonio y así operar con mayor libertad, cubriendo parte del financiamiento con terceros de forma tal que se les cancele con instrumentos financieros y no afecte a la liquidez de la empresa, asimismo la empresa debería utilizar el crédito con sus proveedores para evitar los intereses de financiamiento y mejorar su situación.

- Para mejorar la situación de la empresa se plantea incrementar la calidad del servicio al cliente en todos sus ámbitos, por ello al analizar los principales puntos que inciden en la calidad del servicio al cliente se pronostica revertir la situación de la empresa, los principales puntos son la atención al cliente personalizada, una infraestructura limpia y cuidada y utilización de insumos de calidad.

7. PROPUESTA

PROPONER UN PLAN DE MEJORA PARA AUMENTAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DE EN LOS ESTACIONAMIENTOS DE SERVICIO DE HUAMACHUCO. AÑO-2015.

FUNDAMENTACION:

De acuerdo a mis resultados obtenidos, de las encuestas que se les aplicó a los clientes de Estacionamiento de Servicio de la Ciudad de Huamachuco, se encontró que la calidad de servicio tiene unos resultados medios por lo que ocasiona que la rentabilidad vaya disminuyendo con el pasar de los años. Por ello es conveniente brindar una alternativa de solución que ayude a mejorar la calidad de servicio, para generar una mayor rentabilidad.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a que las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Huamachuco mejoren la atención al cliente, llevando la práctica los diferentes métodos y actividades para lograr calidad en el servicio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Dar a conocer a los gerentes y trabajadores de los Estacionamientos de Servicio, las actividades para atender con calidad al cliente.

- Proporcionar al personal de las Estacionamientos de Servicio, herramientas necesarias que deben ser utilizadas para brindar un buen servicio.
- Describir las diferentes actividades y métodos que contiene el plan de mejora, logrando así la mejor comprensión del mismo.

IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA

Las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Huamachuco tienen una papel importante en la economía del país, debido a que en dicho lugar la cantidad de personas es amplia por lo que en términos generales los ingresos serán incrementados de manera considerable, lo cual permite poder crecer más eficiente y eficazmente y de esa manera ser mejores competidores dentro del mercado. Sabemos que un recurso muy importante dentro de cada Estación de Servicio es el trabajador que brinda la atención directa hacia el cliente, depende de ellos para que haya un aumento considerable de rentabilidad. Es por ello que las Estaciones de Servicio deben brindar una buena atención al cliente, debe tener la capacidad para satisfacer sus necesidades y para lo cual necesitan, saber qué es lo que el cliente desea, como quiere que lo atiendan y poder ofrecerle calidad en la atención. Por tal razón, todas las actividades que realicen en las Estaciones de Servicio deben hacerse bien desde el principio y mejorarse continuamente.

NATURALEZA DE GASTO	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECURSOS HUMANOS (SERVICIOS PERSONALES)					
12101	Especialista	HORAS	1	S/. 50.00	650.00

ALCANCE DE LA PROPUESTA

La propuesta del plan de mejora es para mejorar la calidad de servicio, está dirigido a los gerentes de los Estacionamientos de Servicio de la Ciudad de Huamachuco, para lograr aumentar la rentabilidad considerablemente y así puedan ser cada vez más competitivas y evitar que la rentabilidad disminuya con el pasar de los años.

Por medio del plan de mejora se podrá lograr mejores resultados en cuanto a la calidad brindada a los clientes ya que los trabajadores estarán capacitados lo cual generara lograr los objetivos o metas propuestas.

PRESUPUESTO

RECURSOS MATERIALES

21101	Cartulinas	Unidad	20	S/. 0.50	15.00
2.3.15.12.6	Fólderes manila A4	Unidad	40	S/. 0.60	22.00
2.3.22.4.1	Fotocopias	Unidad	250	S/. 0.10	20.00

2.3.22.4.1	Lapiceros	Unidad	40	S/.0.50	20.00
2.3.15.12.3	Papel bond	Paquete	2	S/.25.00	50.00
	Plumones	Unidad	4	S/.3.00	11.00
2.3.21.299	Compartir	Evento	1	S/.200.00	350.00

TOTAL

S/
1,138.00

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	ACTIVIDAD	SUB-ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS	RESPONSABLE	PARTICIPANTES	FECHA DE EJECUCION	N° Horas
1	Reunión Inicial	<p>Informar sobre los resultados obtenidos acerca de la Calidad de Servicio y su efecto en la Rentabilidad.</p> <p>Presentación de la propuesta de mejora.</p>	<p>Confrontar la realidad actual de las estaciones de servicio en cuanto a la atención al cliente</p> <p>Generar sentimientos de conciencia y cambio en los trabajadores.</p>	Especialista	Gerente Trabajadores de las Estaciones de Servicio	05/01/2016	2
2	Plan de mejora	<p>Establecer y difundir el plan de mejora.</p>	<p>Dar a conocer la importancia de contar con un plan de mejora y generar sentimiento de compromiso y concientización para el cumplimiento del plan.</p>	Especialista	Gerente Trabajadores de las Estaciones de Servicio	10/01/2016	2
3	Planeación estratégica	<p>Establecer y difundir los objetivos, misión, valores y estrategias.</p>	<p>Transmitir responsabilidad de conocimiento en los trabajadores, mediante objetivos, misión, visión, valores y estrategias</p>	Especialista	Gerente Trabajadores de las Estaciones de Servicio	15/01/2016	2

4	Capacitación personal	-Dar charlas sobre la importancia de la calidad de servicio y lo importante que es para los clientes que se le brinde una buena atención. -También que los trabajadores se den cuenta que con una buena atención al cliente se lograra aumentar la rentabilidad	Dara charla para que el trabajador tome conciencia sobre la importancia de una buena calidad de servicio por medio de charlas actividades, métodos, dinámicas, videos y brindando las herramientas necesarias.	Especialista	Gerente Trabajadores de las Estaciones de Servicio	y 25/01/2016	4
5	Reunión Final	Para finalizar, se realizara una actividad donde los gerentes y trabajadores compartirán un momento grato y se podrá observar algunos cambios propios del plan de mejora.	Concientización por parte de los Gerentes acerca de la calidad de servicio para mejorar la rentabilidad, a la vez que compartan un momento agradable.	Especialista	Trabajadores de las Estaciones de Servicio	30/01/16	3

VIII. REFERENCIAS

Bustamante, B. (2007). *Interpretación de los Ratios de Liquidez y Rentabilidad*. (2ta ed.). Mexico: ICB Informativo, Vol.17,pp.11.

Clyde, P. (2011). *Rentabilidad*.(1ta ed.). Mexico: Planeta, pp. 62.

Gutiérrez, I. (2012). *Diagnóstico y Propuesta de mejora de Calidad en el Servicio de una Empresa de Energía Eléctrica Ininterrumpida*. (Tesis de licenciatura) Perteneciente a la Universidad Iberoamericana. México.

Daza, J. (2000). *Rentabilidad Empresarial*. (Tesis de licenciatura).Perteneciente a la Universidad de Concepcion.Chile.

Jibaja, A. (2013). *La Calidad como Factor en la Rentabilidad de las Empresas*.(tesis de licenciatura). Perteiente a la Pontifica Univercidad Catolica . Perú.

Larrea, P. (2007). *Calidad de Servicio del Marketing a la Estrategia* . (1ta ed.). Mexico: Planeta, pp21

López, M. (2009). *La Calidad puede Aumentar la Rentabilidad*.Recuperado de <http://www.pymesyautonomos.com/estrategia/la-calidad-puede-aumentar-la-rentabilidad>

Méndez, E. (2013). *Calidad de Servicio un Plan de Mejora Lidera tu Mercado*. (2ta ed.).Ecuador:Aseade, pp.17

Miguel. (1993). *Calidad y Satisfaccion en los Servicios* . Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>.

Warren, C.,Reeven ,J. & Fees,P., (2005). *Gestion y Mejora Continua*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/mejoramiento-continuo-principio-de-gestion-de-la-calidad/>

Fernández. (2013).*Rentabilidad*. (3ta ed.).México: losada, pp3.

Ramos, J. (2001). *Calidad de Servicio y Satisfaccion del Cliente*.(1ta ed.). Mexico: Sintesis pp.32

Sánchez. B. (2002).*Análisis Contable de la Rentabilidad*. Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Sánchez, T. (2011). *Los Contenidos de los Medios de Comunicación*. Calidad, Rentabilidad y Competencia. (4ta ed.).Madrid:*Complutenses*,pp42.

Show, R. (2013). *La Rentabilidad del Marketing*.(2ta ed.).Reino unido: Financial Times. pp.8

Sierra, E. (2013). *El Impacto de Servicio y Rentabilidad del Negocio*. Recuperado de <http://www.opcion.com.uy/marketing/?p=2729>

Torres, A. (2011). *Rentabilidad y Ventajas Comprativas*.(1ta ed.).Mexico: Balam pp. 58

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta a los clientes de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE LA CIUDAD DE HUAMACHUCO

A continuación se presentan preguntas relacionadas a la calidad de servicio que brindan las estaciones de servicios. Responda a la brevedad.

Respuestas:

<i>TOTALMENTE DE ACUERDO</i>	<i>DE ACUERDO</i>	<i>IMPARCIAL</i>	<i>EN DESACUERDO</i>	<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>
5	4	3	2	1

TANGIBILIDAD						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Las estaciones de servicio cuentan con instalaciones modernas y atractivas?					
2	¿El personal cuenta con la vestimenta adecuada para el servicio brindado?					
3	¿Las estaciones de servicio cuentan con instalaciones y servicios adicionales?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
4	¿El personal siempre está dispuesto a la atención y a la ayuda?					

5	¿Si necesito ayuda, el personal está dispuesto a solucionar algún problema que se me presente?					
6	¿Si solicito algo al personal, tienen agilidad de respuesta con respecto algún inconveniente o que tenga del servicio?					
DISPONIBILIDAD						
7	¿En todo momento, a cualquier hora puedo hacer uso de los servicios de las estaciones de servicio?					
8	¿Si el personal ofrece un tipo de servicio adicional como es manguera con aire, lavado de carros entre otros, está disponible en todo momento?					
SEGURIDAD						
9	¿Las estaciones de servicio son seguras?					
10	¿Confió en la integridad del personal que labora en las estaciones de servicio?					
11	¿Me siento seguro en las estaciones de servicio?					
EMPATIA						
12	¿El personal tiene una buena comunicación al momento de la atención?					
13	¿En las estaciones de servicio atienden de forma personalizada?					
14	¿El personal es amable, respetuoso y alegre al momento de la atención?					

ANEXO 2: Estados financiero de tres estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

INVERSIONES Y MULTISERVICIOS SAMUEL ETÓ -AÑO 2013

DECLARACIÓN PAGO ANUAL IMPUESTO A LA RENTA TERCERA CATEGORIA Ejercicio gravable 2013		
RUC	20481936846	
RAZÓN SOCIAL	INVER. Y MULTISERVICIOS SAMUEL ETÓ SAC	
FINANCIEROS		
PASIVO		
ACTIVO	Valor Histórico Al 31 Dic. de 2013	
	359	709,535
moned. y disp. p venta	360	
créditos por - terceros	361	429,531
créditos por - relacionadas	362	
créditos por - soc, soc, dir y gar	363	10,000
créditos por div. - terceros	364	
créditos por div. - relacionadas	365	
contratad. p anticip.	366	428,304
clases obranzas deudas	367	
	368	147,000
deudados	369	
deudados y desperdic.	370	
procedos	371	
deudas	372	
deudas, multa. y repuestos	373	
deudas	374	
deudas recibir	375	
deudas de existencias	376	
deudas de manten. p la venta	377	
deudas corrientes	378	116,530
deudas mobiliarias	379	2,965,424
deudas inmobiliarias	380	
deudas de arrendamiento finan.	381	
deudas de maquinaria y equipo	382	924,140
deudas de valores fin. e INV acum.	383	(122,384)
	384	
deudas	385	
deudas con corrientes	386	
deudas	387	5,615,350
		V. Histórico 31 Dic 2013
deudas	401	
deudas para pen y salud p pagar	402	
deudas de participaciones por pagar	403	
deudas comerciales - terceros	404	332
deudas comerciales - relacionadas	405	
deudas de soc, directos y garantes	406	219,336
deudas diversas - terceros	407	
deudas diversas - relacionadas	408	
deudas financieras	409	2,714,298
	410	
	411	
	412	3,954,354

PATRIMONIO	Valor Histórico Al 31 Dic. de 2013	
Capital	414	1,000,000
Acciones de Inversión	415	
Capital adicional positivo	416	
Capital adicional negativo	417	
Resultados no realizados	418	
Excedente de revaluación	419	
Reservas	420	
Resultados acumulados positivo	421	302,961
Resultados acumulados negativo	422	
Utilidad de ejercicio	423	401,642
Pérdida del ejercicio	424	
TOTAL PATRIMONIO	425	1,704,603
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	426	5,658,769

II.-Estado de Pérdidas y Ganancias-Valores Históricas		
	Importe Al 31 Dic. de 2013	
Ventas Netas o Ingresos por servicios	461	14,470,164
(-) Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas	462	
Ventas Netas	463	14,470,164
(-) Costo de Ventas	464	(13,528,310)
Resultado Bruto	465	941,854
	466	Utilidad
	467	Pérdida
	468	0
(-) Gastos de venta	468	(12,956)
(-) Gastos de administración	469	(63,225)
Resultado de operación	470	885,663
	471	Utilidad
	472	Pérdida
	473	0
(-) Gastos financieros	472	(504,630)
(+) Ingresos financieros gravados	473	20,409
(+) Otros ingresos gravados	475	
(+) Otros ingresos no gravados	476	
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo	477	
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo	478	
(-) Gastos diversos	480	
REI Positivo	481	
REI Negativo	483	
Resultado antes de participaciones	484	401,642
	485	Utilidad
	486	Pérdida
	487	0
(-) Distribución legal de la renta	486	
Resultado antes del impuesto	487	401,642
	488	Utilidad
	489	Pérdida
	490	0
(-) Impuesto a la Renta	490	
Resultado del ejercicio	492	401,642
	493	Utilidad
	494	Pérdida
	495	0

INVERSIONES Y MULTISERVICIOS SAMUEL ETÓ - AÑO 2014

DECLARACIÓN PAGO ANUAL IMPUESTO A LA RENTA TERCERA CATEGORÍA Ejercicio gravable 2014		
RUC	30481326846	
RAMEN SOCIAL	INVERS. Y MULTISERVICIOS SAMUEL ETÓ SAC	
ESTADOS FINANCIEROS		
Estado General		
ACTIVO	Valor Histórico Al 31 Dic. de 2014	
Financiamiento	300	461,979
Por cobrar com. y disp. p venta	301	
Por cobrar com. - terceros	301	427,342
Por cobrar com. - relacionadas	302	
Por cobrar por, acc, acc, div y ger	303	
Por cobrar div. - terceros	304	13,020
Por cobrar div. - relacionadas	305	
Por cobrar contratad. p anticip.	306	21,616
Utilidad de años anteriores	307	
Reservas	308	54,743
Reservas terminadas	309	
Reservas, ganancias y desperdicio	310	
Reservas en proceso	311	
Reservas primas	312	
Reservas, sumos, y repuestos	313	
Reservas y embalgamas	314	
Reservas por recibir	315	
Reservas de asistencia	316	
Reservas de otros mant. p la venta	317	
Reservas corrientes	318	45,637
Reservas mobiliarias	319	2,361,124
Reservas inmobiliarias	320	
Reservas adq. en arrendamiento financ.	321	
Reservas maquinaria y equipo	322	1,203,123
Reservas, activ. arren. fin. e IMZ acum.	323	121,040
Reservas bibliotecas	324	
Reservas biológicas	325	
Reservas art. hist. monum. y otros	326	
Reservas de activo intangible	327	
Reservas diferido	328	122,412
Reservas no corrientes	329	
ACTIVO NETO	330	5,491,710
PASIVO	V. Histórico 31 Dic 2014	
Préstamos bancarios	401	
Por pagar sin pen. y castigo p pagar	402	121,623
Préstamos y participaciones por pagar	403	2,478
Por pagar comercial - terceros	404	121,640
Por pagar comer. - relacionadas	405	
Por pagar acc, directos y gerenciales	406	
Por pagar diversas - terceros	407	349,014
Por pagar divers. - relacionadas	408	
Préstamos financieros	409	3,270,110
Reservas	410	
Reservas diferido	411	
PASIVO	412	3,361,156

PATRIMONIO	Valor Histórico Al 31 Dic. de 2014	
Capital	414	1,001,000
Acciones de Inversión	415	
Capital adicional positivo	416	
Capital adicional negativo	417	
Resultados no realizados	418	
Reservas de revaluación	419	
Reservas	420	
Resultados acumulados positivo	421	779,619
Resultados acumulados negativo	422	
Utilidad de ejercicio	423	44,906
Pérdida del ejercicio	424	
TOTAL PATRIMONIO	425	1,825,524
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	426	5,491,710

II.- Estado de Pérdidas y Ganancias Valores Históricos		
	Reporte Al 31 Dic. de 2014	
Ventas Netas o Ingresos por servicios	401	10,453,712
1-1 Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas	402	
Ventas Netas	403	10,453,712
1-1 Costo de Ventas	404	(10,142,241)
Resultado Bruto	Utilidad	311,471
	Pérdida	0
1-1 Costos de venta	405	(12,620)
1-1 Costos de administración	406	(74,963)
Resultado de operación	Utilidad	323,918
	Pérdida	0
1-1 Costos financieros	407	(125,830)
1-1 Ingresos financieros gravados	408	30,261
1-1 Otros ingresos gravados	409	13,126
1-1 Otros ingresos no gravados	410	
1-1 Enajenación de valores y bienes del activo fijo	411	
1-1 Costo enajenación de valores y bienes activo fijo	412	
1-1 Costos diversos	413	(431)
EEI Positivo	414	
EEI Negativo	415	
Resultado antes de participaciones	Utilidad	44,906
	Pérdida	0
1-1 Distribución legal de la renta	416	
Resultado antes del impuesto	Utilidad	44,906
	Pérdida	0
1-1 Depósito a la Renta	417	
Resultado del ejercicio	Utilidad	44,906
	Pérdida	0

ESTACIÓN DE SERVICIOS YESSENIA - AÑO 2013

FUNAT		DECLARACIÓN PAGO ANUAL INGRESO A LA RENTA	
DECLARACIÓN		TERCERA CATEGORÍA	
RUC		Ejercicio gravable 2013	
RUC	RUC SOCIAL	RUC	RUC SOCIAL
6684		20440235928	ESTACION DE SERVICIOS YESSENIA S.R.L.
ESTADOS FINANCIEROS			
Balance General			
ACTIVO		Valor Histórico	
		Al 31 Dic. de 2013	
Activo y Pasivo	359	226,724	
serv. valor razonab. y disp. p venta	360		
deudas por cobrar com. - terceros	361		
deudas por cobrar com. - relacionadas	362		
deudas p cob per. acc. emp. dir y ger	363		
deudas por cobrar div. - terceros	364		
deudas por cobrar div. - relacionadas	365		
serv. y otros contratad. p anticip.	366		
estimación de otras cobranzas dudosas	367		
acreditaciones	368		
productos terminados	369		
productos, desechos y desperdicio	370		
productos en proceso	371		
materias primas	372		
mat. Auxiliares, sumin. y repuestos	373		
herramientas y estalajes	374		
utilidades por recibir	375		
revalorización de existencias	376		
utilidad no cob. manten. p la venta	377		
otros activos corrientes	378	91,192	
inversiones mobiliarias	379		
inversiones inmobiliarias	380		
activ. adq. en arrendamiento finan.	381		
inmuebles, maquinaria y equipo	382	670,244	
app. fin. activ. arren. fin. a lra acum.	383	(43,304)	
intangibles	384		
activos biológicos	385		
aprec. act. biol. smort y agota amos.	386		
revalorización de activo intangible	387		
activo diferido	388		
otros activos no corrientes	389		
TOTAL ACTIVO NETO	390	963,277	
PASIVO		V. Histórico 31 Dic 2013	
obligaciones bancarias	401	0	
trib. y apor. est. pen. y salud p pagar	402		
remuneraciones y participaciones por pagar	403		
deudas p pagar comercial - terceros	404		
deudas p pagar comer. - relacionadas	405		
deudas p pag. acc. directos y gerentes	406		
deudas por pagar diversas - terceros	407		
deudas p pagar diversa - relacionadas	408		
obligaciones financieras	409		
provisiones	410		
pasivo diferido	411		
TOTAL PASIVO	412	0	

PATRIMONIO		Valor Histórico	
		Al 31 Dic. de 2013	
Capital	414	963,277	
Acciones de Inversión	415		
Capital adicional positivo	416		
Capital adicional negativo	417		
Resultados no realizados	418		
Excedente de revaluación	419		
Reservas	420		
Resultados acumulados positivo	421		
Resultados acumulados negativo	422	(46,748)	
Utilidad de ejercicio	423	28	
Pérdida del ejercicio	424		
TOTAL PATRIMONIO	425	963,277	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	426	963,277	

II. Estado de Pérdidas y Ganancias Valores Históricas			
		Importe	
		Al 31 Dic. de 2013	
Ventas Netas e Ingresos por servicios	401		
(-) Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas	402		
Ventas Netas	403		
(-) Costo de Ventas	404		
Resultado Bruto	405	Utilidad	
	406	Pérdida	
(-) Costos de venta	408		
(-) Gastos de administración	409		(37)
Resultado de operación	410	Utilidad	0
	411	Pérdida	(37)
(-) Gastos financieros	412		
(-) Ingresos financieros gravados	413		
(-) Otros ingresos gravados	414		61
(-) Otros ingresos no gravados	415		
(-) Brajación de valores y bienes del activo fijo	416		
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo	417		
(-) Gastos diversos	418		
RES Positivo	419		
RES Negativo	420		
Resultado antes de participaciones	421	Utilidad	28
	422	Pérdida	0
(-) Distribución legal de la renta	423		
Resultado antes del impuesto	424	Utilidad	28
	425	Pérdida	0
(-) Impuesto a la Renta	426		
Resultado del ejercicio	427	Utilidad	28
	428	Pérdida	0

ESTACIÓN DE SERVICIOS YESSSENIA - AÑO 2014

DECLARACIÓN PAGO ANUAL INGRESOS A LA RENTA TERCERA CATEGORÍA Ejercicio gravable 2014		
RUT	10460222128	
RACION SOCIAL	ESTACION DE SERVICIOS YESSSENIA S.R.L.	
SITUACIÓN FINANCIERA		
Ejercicio General		
ACTIVO	Valor Histórico Al 31 Dic. de 2014	
Financiera	300	84,877
Dir. racioab. y disp. p venta	301	
por cobrar com. - terceros	301	201,449
por cobrar com. - relacionadas	302	
por acc. adm. div. y ger	303	
por cobrar div. - terceros	304	
por cobrar div. - relacionadas	305	
divida contratada p anticip.	306	
Bono de tasa cobertura de divida	307	
Finca	308	101,421
de terrenos	309	
divida deudas y desperdicio	310	
de en proceso	311	
primas	312	
utilidad, mantenimiento y reparacion	313	
y reservas	314	
divida por recibir	315	
situación de extincion de	316	
de otros manten. p la venta	317	
divida corrientes	318	113,261
deudas mobiliarias	319	
deudas inmobiliarias	320	
deuda en arrendamiento finan.	321	
deudas, maquinaria y equipo	322	244,774
activo arren lin. a 120 años	323	(51,627)
Finca	324	
Bibliotecas	325	
deudas, deudas, amort y agota acm.	326	
situación de activo inmovilizado	327	
diferido	328	20,436
divida no corrientes	329	
ACTIVO NETO	330	1,481,687
PASIVO	V. Histórico 31 Dic 2014	
deudas bancarias	401	
deudas por pagar y otras p pagar	402	7,010
dividendos y participaciones por pagar	403	
deudas comerciales - terceros	404	
deudas comerciales - relacionadas	405	
deudas acc. directores y gerentes	406	
deudas por pagar diversas - terceros	407	460,000
deudas diversas - relacionadas	408	
deudas financieras	409	
deudas	410	
diferido	411	
PASIVO NETO	412	467,028

PATRIMONIO		Valor Histórico Al 31 Dic. de 2014	
Capital	414	928,287	
Acciones de Inversión	415		
Capital adicional positivo	416		
Capital adicional negativo	417		
Resultados no realizados	418		
Excedente de revaluación	419		
Reservas	420		
Resultados acumulados positivo	421		
Resultados acumulados negativo	422	(66,720)	
Utilidad de ejercicio	423	75,382	
Pérdida del ejercicio	424		
TOTAL PATRIMONIO	425	1,028,659	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	426	1,481,687	

II. Estado de Pérdidas y Ganancias - Valores Históricos			
		Importe Al 31 Dic. de 2014	
Ventas Netas o Ingreso por servicios	401	2,027,579	
(-) Descuentos, rebajas y bonificaciones concedidas	402		
Ventas Netas	403	2,027,579	
(-) Costo de Ventas	404	(1,026,707)	
Resultado Bruto	Utilidad	405	1,000,872
	Pérdida	406	0
(-) Gastos de venta	407	(3,268)	
(-) Gastos de administración	408	(24,531)	
Resultado de operación	Utilidad	409	73,263
	Pérdida	410	0
(-) Gastos financieros	411	(251)	
(+) Ingresos financieros gravados	412	1	
(+) Otros ingresos gravados	413	3,057	
(+) Otros ingresos no gravados	414		
(+) Amortización de valores y bienes del activo fijo	415		
(-) Costo amortización de valores y bienes activo fijo	416		
(-) Gastos diversos	417	(108)	
RNI Positivo	418		
RNI Negativo	419		
Resultado antes de participaciones	Utilidad	420	75,382
	Pérdida	421	0
(-) Distribución legal de la renta	422		
Resultado antes del impuesto	Utilidad	423	75,382
	Pérdida	424	0
(-) Impuesto a la Renta	425		
Resultado del ejercicio	Utilidad	426	75,382
	Pérdida	427	0

SERVICIOS GENERALES FARKER S.A.C. - Año 2014

DECLARACION PAGO ANUAL IMPUESTO A LA RENTA
TERCERA CATEGORIA

INSTRUMENTO
SERVICIOS GENERALES FARKER S.A.C

OFICINA FINANCIERA

ANEXO 3: Base de datos de la encuesta realizada a los clientes de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco.

BASE DE DATOS APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	2
2	4	3	5	4	3	3	5	5	5	2	4	4	4	3
3	3	4	4	4	2	4	5	5	5	3	4	4	5	3
4	5	3	4	3	3	4	5	5	5	3	5	5	4	4
5	5	2	4	4	2	3	4	5	5	4	5	5	5	4
6	4	2	4	5	3	2	4	4	4	4	5	4	4	5
7	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5
8	4	1	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3
9	2	4	5	2	4	3	5	4	4	5	4	3	4	3
10	3	5	4	2	3	4	4	4	5	5	5	3	4	2
11	2	3	5	1	3	4	4	5	5	1	5	4	4	2
12	4	3	4	1	4	5	3	4	5	2	4	4	5	1
13	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	5	5	1
14	5	2	3	3	3	4	4	5	5	2	4	3	4	2
15	5	2	3	5	3	4	5	5	3	3	3	3	4	3
16	5	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	2
17	4	1	4	3	1	3	3	4	4	3	4	4	4	3
18	3	1	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3
19	3	1	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	:
20	3	4	4	4	3	4	3	5	3	2	3	5	4	:
21	5	4	4	4	2	4	4	5	3	4	3	4	4	:
22	4	4	4	4	2	4	2	3	3	5	4	4	4	:
23	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	:
24	4	2	4	3	4	2	5	5	4	4	4	4	5	:
25	4	2	5	4	5	3	1	3	5	4	4	4	5	:
26	4	3	5	4	4	3	3	3	5	5	5	3	5	:
27	3	3	4	4	5	3	3	4	5	5	5	3	5	:
28	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	5	:
29	4	3	4	3	4	1	3	4	4	3	5	4	4	:
30	4	4	5	3	4	2	4	4	4	3	5	5	4	:
31	4	4	5	4	4	1	3	5	3	2	3	5	4	:
32	4	4	5	2	3	2	4	5	3	3	3	3	4	:
33	2	4	5	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	:
34	2	5	4	4	4	3	3	4	4	1	5	5	4	:
35	2	2	4	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	:
36	5	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	:

37	5	2	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
38	5	2	3	5	3	5	3	5	3	4	3	4	4	4
39	5	1	3	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4
40	5	4	4	4	3	1	4	4	4	3	5	5	4	4
41	4	4	3	5	4	2	4	4	4	3	4	3	4	5
42	4	4	5	5	3	1	3	3	5	3	5	4	5	4
43	2	5	4	5	4	2	3	3	5	4	5	4	4	3
44	2	3	4	2	3	1	3	4	4	5	4	4	4	2
45	2	3	4	3	4	2	3	5	4	2	4	4	5	1
46	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2
47	3	4	5	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5
48	2	2	4	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2
49	2	2	5	1	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3
50	4	3	4	1	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4
51	3	3	4	3	3	5	3	5	4	2	4	5	4	4
52	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4
53	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
54	2	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	5
55	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5
56	4	2	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	5
57	4	3	4	3	4	1	4	4	5	4	4	3	5	4
58	2	3	4	3	3	1	5	4	4	5	5	4	4	3
59	2	1	4	3	4	2	5	4	3	2	3	4	5	3
60	2	3	3	4	3	2	4	5	3	2	3	4	4	2
61	2	3	3	4	2	1	3	5	4	3	4	3	4	2
62	2	3	4	3	2	1	3	4	5	2	5	3	5	1
63	2	3	4	2	2	3	3	4	4	3	4	4	5	1
64	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2
65	4	2	4	1	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3
66	5	2	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	3
67	5	4	4	1	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3
68	5	5	4	2	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4
69	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4
70	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
71	4	3	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	5	5
72	3	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
73	3	1	2	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4
74	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
75	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	5	3	5	4
76	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4
77	4	4	3	2	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4

778	4	4	2	3	5	2	3	4	5	4	5	4	4	2
779	4	4	2	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	3
880	4	4	3	3	4	3	3	5	4	2	5	5	4	5
881	4	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	4	4
882	2	4	3	4	3	3	3	5	4	2	4	3	4	4
883	2	5	2	4	4	2	3	3	5	3	5	4	4	5
884	2	2	2	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5
885	2	2	2	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	1
886	3	1	2	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	2
887	2	1	1	3	2	2	4	5	3	5	3	3	5	2
888	3	1	1	3	3	2	3	4	3	1	3	3	5	3
889	4	3	1	4	1	3	3	4	3	1	3	5	4	4
890	4	2	2	4	3	3	3	5	4	1	5	5	5	5
891	4	2	2	4	4	3	4	4	3	2	3	4	5	5
892	3	3	2	4	4	3	4	5	5	3	5	3	4	4
893	4	3	2	4	5	2	3	4	3	3	3	4	4	4
894	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4
895	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5
896	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2
897	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	1
898	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
899	2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	3
1000	3	5	3	3	3	4	3	4	5	2	5	3	5	4
1001	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	3	5	4	4
1002	4	4	4	1	4	2	4	5	4	2	4	4	4	2
1003	5	5	4	1	4	4	4	5	5	2	5	5	4	1
1004	4	3	3	1	4	3	5	4	3	3	3	4	4	1
1005	5	3	3	2	3	3	5	4	4	4	4	5	5	2
1006	4	4	2	1	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3
1007	5	3	2	2	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4
1008	5	4	2	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4
1009	5	4	1	2	5	3	3	5	4	3	4	3	5	5
1:10	5	4	1	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	5
1:11	4	3	2	2	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4
1:12	4	5	2	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	:
1:13	4	5	3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	4	:
1:14	5	4	3	3	4	3	3	5	3	5	3	5	4	.
1:15	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	.
1:16	4	4	5	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	!
1:17	4	3	4	1	4	3	4	4	4	5	5	4	5	
1:18	4	3	5	2	3	3	5	4	4	4	4	4	5	

1119	5	3	3	1	3	4	5	4	5	2	5	4	4	4
1120	3	2	2	2	4	3	4	5	5	2	5	3	4	4
1121	3	1	3	1	4	4	3	4	3	2	3	5	4	5
1122	2	2	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
1123	4	2	3	1	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4
1124	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	5	4	4	4
1125	5	3	4	1	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4
1126	4	2	5	1	1	3	4	5	4	4	4	4	5	5
1127	4	3	5	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	1
1128	4	3	5	3	1	3	3	5	3	3	3	4	5	1
1129	3	4	5	3	1	4	3	4	3	3	3	3	5	4
1130	2	4	2	4	2	3	4	4	5	3	5	3	4	5
1131	4	5	1	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	5
1132	4	4	1	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4
1133	4	4	1	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4
1134	4	5	3	5	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4
1135	4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	5	3	5	2
1136	4	4	3	4	5	3	5	4	3	2	3	4	5	2
1137	5	3	3	3	3	3	5	4	4	2	5	5	5	1
1138	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	1
1139	2	4	4	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4
1140	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4
1141	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
1142	4	5	5	4	3	5	3	4	3	5	3	3	5	4
1143	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
1144	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5
1145	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
1146	4	4	2	2	3	3	5	5	4	3	5	5	4	5
1147	2	4	1	1	3	4	3	5	5	3	5	5	5	2
1148	2	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2
1149	2	2	4	1	5	3	3	5	3	5	3	3	5	5
1150	4	2	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
1151	4	2	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4
1152	4	1	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
1153	4	2	4	1	5	3	3	5	4	4	4	5	5	4
1154	5	2	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
1155	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4
1156	5	2	4	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4
1157	5	2	3	4	4	4	3	5	5	3	5	3	4	4
1158	5	3	3	5	3	4	4	4	5	4	5	3	5	4
1159	4	2	3	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4

1660	5	2	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	5	5
1661	4	3	5	2	4	2	3	4	4	2	4	4	4	5
1662	3	1	5	3	3	5	4	5	4	1	4	5	5	2
1663	3	2	5	2	3	4	3	4	5	2	5	5	4	2
1664	1	1	4	2	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4
1665	2	1	4	3	5	3	3	4	3	5	3	4	4	4
1666	1	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4
1667	2	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	3	4	1
1668	3	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
1669	4	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	5	4	5
170	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	1
171	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	1
172	4	2	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	5	2
173	4	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	5	2
174	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4
175	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	5	4	4
176	2	1	4	3	3	2	5	4	5	4	5	5	5	4
177	1	2	3	4	1	3	3	3	5	4	5	3	4	5
178	1	2	4	4	1	3	4	4	3	2	3	3	5	5
179	1	3	4	4	1	3	3	4	3	5	3	3	4	4
1880	4	3	4	3	2	4	3	3	4	5	4	4	5	4
1881	4	4	5	2	3	4	3	3	5	5	5	3	4	5
1882	4	3	4	1	4	3	3	5	4	4	4	4	5	2
1883	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	3	5	5	2
1884	3	5	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	5	2
1885	5	5	3	2	4	4	4	5	3	2	3	4	4	2
1886	5	5	4	2	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2
1887	2	5	4	1	4	2	4	4	5	3	5	3	5	2
1888	1	4	4	1	5	3	3	3	4	3	4	3	4	2
1889	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	5	2
1990	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	2
1991	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2
1992	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2
1993	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	2
1994	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2
1995	5	4	2	3	2	3	3	3	5	3	5	5	5	2
1996	2	4	1	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	2
1997	2	4	2	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	2
1998	4	3	2	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	2
1999	4	3	3	3	4	3	1	3	3	5	3	4	5	2
2000	4	2	4	2	3	4	1	3	4	4	4	5	5	2

2101	4	3	4	2	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4
2102	5	3	5	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4	5
2104	2	4	4	1	4	3	1	3	3	4	3	5	5	5
2105	2	4	5	2	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
2106	1	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4
2107	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4
2108	4	5	4	3	5	5	3	3	5	3	5	3	4	5
2109	4	5	4	2	4	5	4	5	3	4	3	4	4	3
2110	4	4	5	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3
2111	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4
2112	1	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4
2113	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2
2114	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	1
2115	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	3	3	5	4
2116	4	4	4	3	3	5	3	3	3	2	3	2	4	1
2117	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5
2118	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4
2119	3	3	4	2	3	4	3	3	5	3	5	3	5	5
2120	4	3	4	1	4	3	3	3	3	2	3	4	4	5
2121	4	5	4	1	4	3	3	3	4	3	4	4	5	2
2122	1	5	5	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2
2123	4	4	3	1	3	3	4	4	4	5	4	5	5	1
2124	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	5	4	1
2125	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	4	5	1
2126	3	4	4	1	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5
2127	3	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	3	5	4
2128	4	4	5	3	5	3	3	3	5	5	5	4	5	4
2129	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	5
2130	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	:
2131	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	5	5	:
2132	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	:
2133	5	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	:
2134	5	4	2	2	4	3	3	3	5	4	5	3	5	:
2135	1	4	1	2	4	3	1	2	5	4	5	3	5	!
2136	1	5	1	1	3	3	3	3	5	4	5	4	5	.
2137	2	3	1	1	2	3	4	5	5	5	5	4	4	.
2138	2	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	5	4	.
2139	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	.
2140	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	.
2141	4	3	4	3	1	4	3	3	3	5	3	5	5	.
2142	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	.

2443	3	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3
2444	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3
2445	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
2446	4	5	4	2	5	4	5	4	3	3	3	4	5	4
2447	4	1	4	2	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4
2448	5	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	1
2449	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	1
250	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
251	4	4	3	4	3	3	1	2	3	4	3	4	5	5
252	4	4	3	5	4	3	1	2	4	2	4	5	5	4
253	4	5	4	2	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4
254	5	4	5	2	4	3	4	5	4	3	4	3	4	2
255	4	5	4	4	2	4	3	3	3	2	3	4	4	1
256	5	3	3	5	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4
257	5	3	2	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4
258	4	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4
259	4	2	1	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	1
260	4	3	1	3	4	3	4	4	4	5	4	3	5	3
261	3	4	2	2	4	3	5	4	5	3	5	3	4	3
262	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
263	2	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3
264	1	5	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4
265	4	5	4	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	5
266	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4
267	5	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	:
268	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	:
269	3	3	4	3	5	3	3	3	5	4	5	4	4	.
270	4	3	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	5	
271	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	
272	4	4	4	3	4	5	2	2	3	3	3	4	5	
273	4	4	4	3	3	3	1	1	4	3	4	3	4	
274	5	5	3	4	2	3	2	2	4	4	4	4	5	
275	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
276	3	4	5	4	4	4	5	5	3	5	3	4	5	
277	4	5	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	5	
278	4	4	1	1	4	3	1	1	5	3	5	3	4	
279	2	4	3	3	5	3	1	1	4	3	4	5	4	
280	3	4	3	4	1	3	2	2	4	3	4	5	5	
281	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	
282	4	5	4	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	
283	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	

2284	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4
2285	1	5	3	2	1	3	1	1	5	4	5	2	4	5
2286	1	4	3	4	1	3	3	3	4	4	4	3	4	1

ANEXO 4: Validación de los instrumentos

FICHA DE VALIDACIÓN CUESTIONARIO

TITULO: "CALIDAD DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE LA CIUDAD DE HUAMACHUJO - AÑO 2015"

NOMBRE Y APELLIDOS DEL EVALUADOR:

GRADO ACADEMICO:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	OPCIONES DE RESPUESTA	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con las variables		Tiene coherencia con el objetivo		SUGERENCIA
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
			¿En todo momento, a cualquier hora puedo hacer uso de los servicios de las estaciones de servicio?	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Imparcial 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo											
	DISPONIBILIDAD	Grado De disponibilidad del servicio	¿Si el personal ofrece un tipo de servicio adicional como es manguera con aire, lavado de carros entre otros, está disponible en todo momento?	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Imparcial 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo											

MATRIZ DE VALUACION DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Calidad de Servicio y Rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco - 2015"

OBJETIVO: Determinar la relación entre calidad de servicio y rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco - año 2015

DIRIGIDO A: Los clientes de los estacionamientos de servicio de la ciudad de Huamachuco.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: San José, Marcelo Celso

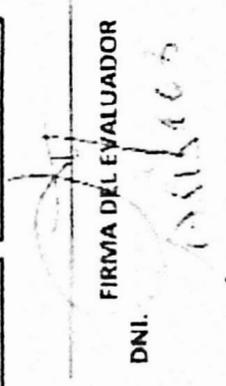
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: M.B.A.

VALORACIÓN:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	------------------------------------	---------------	--------------------------

FIRMA DEL EVALUADOR

DNI.


25111000

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Calidad de Servicio y Rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco - 2015"

OBJETIVO: Determinar la relación entre calidad de servicio y rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco - año 2015

DIRIGIDO A: Los clientes de los estacionamientos de servicio de la ciudad de Huamachuco.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Pablo Basco Miguel

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:

Bachiller

VALORACIÓN:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	NI de acuerdo/ Ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	------------------------------------	---------------	--------------------------

Pablo Basco Miguel

FIRMA DEL EVALUADOR

DNI. 40707454

ANEXO 6: Matriz de consistencia

Autor: Rosali Lyzandra Cuba Oliva

Título de la Tesis: calidad de servicio y rentabilidad de las estaciones de servicio de la ciudad de Huamachuco - año 2015

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>¿Existe relación entre la calidad de servicio y la rentabilidad de las estaciones de servicio de la Ciudad Huamachuco?</p>	<p>GENERAL Determinar la relación entre calidad de servicio y rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la ciudad de Huamachuco – año 2015</p>	<p>Variable 1: Calidad de Servicio</p>	<p>-Disponibilidad -Capacidad de Respuesta -Tangibilidad -Empatía -Seguridad</p>	<p>-Grado De disponibilidad del servicio -Disponibilidad del personal en responder ante el servicio. -Agilidad para responder ante los servicios. -Lugar de trabajo agradable para las personas que van a prestar el servicio. -Comunicación de los servicios prestados -Cortesía o amabilidad al momento de prestar el servicio -Confianza respecto al personal -Lugar determinado</p>	<p>Cuestionario</p>

HIPOTESIS	ESPECIFICOS			
<p>La Calidad de Servicio y Rentabilidad de las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Huamachuco – AÑO 2015, se relacionan de forma directa.</p>	<p>-Medir la calidad de servicio que ofrece las Estaciones de Servicios de Huamachuco.</p> <p>-Analizar rentabilidad de los 2 últimos años de las Estaciones de Servicios de Huamachuco.</p> <p>-Proponer un plan de mejora para aumentar el nivel de calidad de servicio de en los estacionamientos de servicio de Huamachuco.</p>	<p>-Margen de utilidad Bruta</p> <p>-Margen de utilidad Operativa</p> <p>-Margen de utilidad Neta</p> <p>-Rentabilidad del Patrimonio (Roe)</p> <p>-Rentabilidad del Activo (Roa)</p>	<p>Variable 2: Rentabilidad</p>	<p><u>-Utilidad bruta</u> Ventas</p> <p><u>-Utilidad Operativa</u> Ventas</p> <p><u>-Utilidad Neta</u> Ventas</p> <p><u>-Utilidad Neta</u> Patrimonio total</p> <p><u>-Utilidad Neta</u> Activo Total</p> <p>Análisis Documentario</p>

k = Nº de items

\sum

v_i = Sumatoria de Varianza de cada uno de los items

v_t = La varianza de la suma total

α

= 0.9093 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO EN UN 90.93%

ANEXO 8: Entrevistas a los gerentes de Estacionamiento de servicio de la ciudad de Huamachuco.

El motivo de esta entrevista es para saber qué problemas están atravesando estas empresas de Estacionamiento de Servicio.

Buenos días Señor Tomas Grauss, el motivo de esta entrevista es para conocer qué problemas enfrentan su estacionamiento de servicio en cuanto a la calidad del servicio y sus efectos su rentabilidad.

1. MODERADOR: ¿Considera Ud. Que su estacionamiento de servicio está atravesando por problemas?

ENTREVISTADO: Si, tenemos diversos problemas uno de ellos es que no contamos con una buena atención al cliente ya que a los trabajadores no los capacitamos para la atención directa con el cliente. También no se cuenta con el espacio adecuado e imitaciones inadecuadas.

2. MODERADOR: ¿Cree Ud. Que ofrece gran variedad de productos?

ENTREVISTADO: Si, porque tenemos todos los productos que un estacionamiento tiene que ofrecer, aparte de los servicios adicionales que ayudan hacer la diferencia en comparación a otras estaciones de servicio.

3. MODERADOR: ¿Cree Ud. Que brinda un servicio distinto al de la competencia?
¿Porque?

ENTREVISTADO: Si, porque aparte de los productos que todas las estaciones de servicio tienen contamos con servicios adicionales como lavado de carros, manguera para inflar llantas, un pequeño minimarket.

ANEXO 9: Sumatoria de las encuestas por cada Estación de Servicio.

Estación de Servicios Samuel Eto

CALIDAD DE SERVICIO

ENC	TANGIBILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA					DISPONIBILIDAD					SEGURIDAD					EMPATIA					Suma de items
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24		
1	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	2	3	4	4	4	4	3	5	4	4	2	50	
2	4	3	5	4	3	3	5	5	5	2	3	5	5	2	2	4	4	5	5	2	4	4	4	3	54	
3	3	4	4	4	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	3	55	
4	5	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5	3	5	5	4	4	58	
5	5	2	4	4	2	3	4	4	5	3	4	4	5	2	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	57	
6	4	2	4	5	3	2	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	54	
7	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	57	
8	4	1	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	54	
9	2	4	5	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	52	
10	3	5	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	2	53	
11	2	3	5	1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	1	5	4	4	2	48	
12	4	3	4	1	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	2	2	4	4	5	1	49	
13	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	5	1	55	
14	5	2	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	2	2	4	3	4	2	49	
15	5	2	3	5	3	4	3	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	51	
16	5	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	46	
17	4	1	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	45	

18	3	1	5	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	49
19	3	1	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	44
20	3	4	4	4	3	4	3	5	3	2	2	3	5	4	1	3	4	4	1	48
21	5	4	4	4	2	4	4	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	52
22	4	4	4	4	2	4	2	3	3	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	49
23	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	54
24	4	2	4	4	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	53
25	4	2	5	4	5	3	1	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	53
26	4	3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5	3	5	4	3	5	5	4	56
27	3	3	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	57
28	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	5	5	52
29	4	3	4	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	5	2	5	4	4	2	48
30	4	4	5	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	54
31	4	4	5	4	4	1	3	5	3	2	3	5	5	3	2	3	5	4	2	49
32	4	4	5	2	3	2	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	48
33	2	4	5	3	3	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	1	48
34	2	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	1	5	5	4	1	49
35	2	2	4	4	1	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	43
36	5	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	2	54
37	5	2	3	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	56
38	5	2	3	5	5	3	5	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	53
39	5	1	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	53
40	5	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	54
41	4	4	3	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	53
42	4	4	5	5	5	3	1	3	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	54
43	2	5	4	5	5	4	2	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4	4	3	53
44	2	3	4	4	2	3	1	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	45
45	2	3	4	4	3	4	2	5	4	3	3	4	4	4	2	4	4	5	1	46

74	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	54
75	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	58
76	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	59
77	4	4	3	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	50
78	4	4	2	3	5	3	2	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	51
79	4	4	2	4	3	3	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	54
80	4	4	3	3	4	3	3	3	5	4	5	4	5	5	2	5	5	4	5	4	5	4	5	54
81	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	46
82	2	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	48
83	2	5	2	4	4	4	2	3	3	5	3	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	51
84	2	2	2	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	52
85	2	2	2	5	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	1	5	4	5	1	49
86	3	1	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	2	45
87	2	1	1	3	2	2	2	4	5	3	3	3	4	3	5	3	3	5	2	5	5	5	2	41
88	3	1	1	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	1	3	3	3	3	5	5	3	3	38
89	4	3	1	4	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	5	4	4	4	4	4	4	43
90	4	2	2	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	51
91	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	5	5	4	5	5	5	49
92	3	3	2	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	52
93	4	3	2	4	5	5	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48
94	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	53
95	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	59
X																								4,852.00

Estación de servicios Yessenia

96	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	55
97	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	54
98	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	49
99	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	49
100	3	5	3	3	3	3	4	3	3	4	5	2	5	3	3	5	3	5	4	4	52
101	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	50
102	4	4	4	4	1	4	2	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	48
103	5	5	4	4	1	4	4	4	4	5	5	2	5	5	4	4	4	4	1	1	54
104	4	3	3	3	1	4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	1	45
105	5	3	3	3	2	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	2	2	52
106	4	4	2	2	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	47
107	5	3	2	2	2	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	54
108	5	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	53
109	5	4	1	2	5	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	52
110	5	4	1	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	51
111	4	3	2	2	2	5	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	53
112	4	5	2	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	54
113	4	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	51
114	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	5	3	3	5	4	4	4	4	4	54
115	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	58
116	4	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	57
117	4	3	4	1	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	1	51
118	4	3	5	2	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	52
119	5	3	3	1	3	4	5	5	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	52

120	3	2	2	2	2	4	3	4	3	4	5	5	2	3	5	4	4	4	48
121	3	1	3	1	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	4	5	45
122	2	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	46	
123	4	2	3	1	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	47	
124	4	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	50	
125	5	3	4	1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	52	
126	4	2	5	1	1	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	51	
127	4	3	5	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	1	48	
128	4	3	5	3	1	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	1	46	
129	3	4	5	3	1	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	48	
130	2	4	2	4	2	3	3	4	4	4	5	5	3	3	5	4	5	50	
131	4	5	1	3	3	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	51	
132	4	4	1	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50	
133	4	4	1	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	56	
134	4	5	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	54	
135	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	2	5	3	5	2	56	
136	4	4	3	4	5	3	3	5	4	4	3	4	2	3	4	5	2	51	
137	5	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	2	5	5	5	1	51	
138	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	52	
139	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	53	
140	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	55	
141	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	53	
142	4	5	5	4	3	3	5	3	3	4	4	3	5	3	3	5	4	56	
143	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	57	
144	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	56	
145	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	48	
146	4	4	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	54	
147	2	4	1	1	3	4	4	3	5	3	5	5	3	3	5	5	2	48	

148	2	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	47
149	2	2	4	1	5	3	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	49
150	4	2	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	47
151	4	2	3	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	52
152	4	1	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
153	4	2	4	1	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	51
154	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	53
155	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	55
156	5	2	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	3	1	56
157	5	2	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	2	2	52
158	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
159	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
160	5	2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	55
161	4	3	5	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
162	3	1	5	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	50
163	3	2	5	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	49
164	1	1	4	2	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
165	2	1	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	48
166	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49
167	2	3	4	4	3	3	4	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	1	1	47
168	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	54
169	4	2	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	48
170	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	47
171	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	1	47
172	4	2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	51
173	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	45
174	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
175	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	47

176	2	1	4	3	3	2	5	4	5	4	5	5	4	52
177	1	2	3	4	1	3	3	3	5	4	5	3	5	46
178	1	2	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	5	44
179	1	3	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	45
180	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	52
181	4	4	5	5	2	4	3	3	5	5	5	3	4	55
182	4	3	4	4	1	4	3	5	4	4	4	4	5	50
183	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3	5	5	48
184	3	5	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	5	45
185	5	5	3	3	2	4	4	5	3	2	3	4	4	49
186	5	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	52
187	2	5	4	4	1	4	2	4	5	3	5	3	5	52
188	1	4	4	4	1	5	3	3	4	3	4	3	4	47
189	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	5	54
190	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	56
X														4,830.00

Estación de Servicios Farker

1941	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	59
192	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	61
193	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	60
194	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52
195	5	4	2	3	2	3	3	3	3	5	3	5	5	5	1	49	
196	2	4	1	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	1	43	
197	2	4	2	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	1	48	
198	4	3	2	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	46	
199	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	5	3	4	4	4	48	
200	4	2	4	2	3	4	4	1	3	4	4	4	4	5	4	49	
201	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	53	
202	5	3	5	3	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	5	54	
203																0	
204	2	4	4	1	4	4	3	1	3	3	4	4	3	5	5	47	
205	2	4	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	52	
206	1	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	53	
207	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	51	
208	4	5	4	3	5	5	5	3	3	5	3	5	3	4	5	57	
209	4	5	4	2	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	3	54	
210	4	4	5	2	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	53	
211	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	53	
212	1	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	49	
213	1	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	44	
214	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	51	

215	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	5	4	51
216	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	1	44
217	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	56
218	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	54
219	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	51
220	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	5	46	
221	4	5	4	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	2	49	
222	1	5	5	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	45	
223	4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	50	
224	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	1	45	
225	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	1	43	
226	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	52	
227	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	3	3	5	4	57	
228	4	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	5	4	58	
229	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	55	
230	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	2	54	
231	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	5	3	54	
232	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	51	
233	5	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	49	
234	5	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	5	3	5	3	51	
235	1	4	1	2	4	3	1	2	3	2	2	5	5	4	5	3	5	5	45	
236	1	5	1	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	47	
237	2	3	1	1	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	1	45	
238	2	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	2	48	
239	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	57	
240	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	53	
241	4	3	4	3	1	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	5	5	4	50	
242	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	55	

243	3	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	52
244	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	60
245	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	52
246	4	5	4	4	2	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	55
247	4	1	4	4	2	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	48
248	5	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	1	1	4	4	48
249	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	1	1	4	4	57
250	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
251	4	4	3	4	4	3	3	1	2	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	48
252	4	4	3	5	5	4	3	1	2	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	50
253	4	5	4	2	2	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	50
254	5	4	5	2	2	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	2	4	2	52
255	4	5	4	4	4	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	1	4	4	46
256	5	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	53
257	5	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	53
258	4	3	2	3	3	5	3	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	4	54
259	4	2	1	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	1	1	4	4	45
260	4	3	1	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	4	3	50
261	3	4	2	2	4	4	3	5	4	5	3	5	3	4	4	3	4	3	3	50
262	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	47
263	2	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	3	4	3	3	50
264	1	5	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	47
265	4	5	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	49
266	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	58
267	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	1	54
268	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	54
269	3	3	4	3	3	5	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	53
270	4	3	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	50

271	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	1	50
272	4	4	4	3	2	4	5	2	3	3	3	4	5	4	50
273	4	4	4	3	1	3	3	1	4	3	4	3	4	5	46
274	5	5	3	4	2	2	3	2	4	4	4	4	5	2	49
275	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	50
276	3	4	5	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	1	55
277	4	5	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	51
278	4	4	1	1	1	4	3	1	5	3	5	3	4	1	40
279	2	4	3	3	1	5	3	1	4	3	4	5	4	1	43
280	3	4	3	4	2	1	3	2	4	3	4	5	5	2	45
281	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	2	51
282	4	5	4	5	2	2	3	3	3	3	3	4	4	2	48
283	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	47
284	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	46
285	1	5	3	2	1	1	3	1	5	4	5	2	4	5	42
286	1	4	3	4	3	1	3	3	4	4	4	3	4	1	42
4,798.00															