



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A Casma, 2019”

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

AUTORA:

CAMONES LEÓN, Diana Carolina (ORCID: 0000-0002-9894-5357)

ASESOR METODOLÓGICO:

Mgr. GUTIÉRREZ CHILCA, Randall Manolo (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

ASESOR TEMÁTICO:

Mgr. LANDERS MOSCOL, Mario Arturo (ORCID: 0000-0003-4051-6119)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHIMBOTE - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres David Camones Salcedo y Angélica León Cano por el esfuerzo y el apoyo constante, también a mis hijos Jhonael y Lía que fueron mis motivos más importantes por seguir unas de mis metas.

Agradecimiento

A Dios por darme las fuerzas para seguir adelante.

A mis asesores por sus enseñanzas y por apoyarme en cada avance de esta investigación.

A mis padres por el gran esfuerzo por cumplir una gran meta.

Página del jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

Camones León Diana Carolina

cuyo título es:

Calidad de servicio de la empresa de
transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (Número).....

..... DIECISEIS (Letras).

Chimbote... 10 de Julio Del 20... 19...



PRÉSIDENTE

MGTR. MANOLO GUTIERREZ CHILCA



SECRETARIO

MGTR. MARIO LANDERS MOSCOL



VOCAL

MGTR. SONIA AGUILAR SANCHEZ

Declaratoria de autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Yo Diana Carolina Camones León con DNI N° 76551704 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 en veraz y autentica.

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 la dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, Julio del 2019



Diana Carolina Camones León

Tesista

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1. Diseño de investigación.....	10
2.2. Variable y Operacionalización.....	11
2.3. Población y muestra	12
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad....	13
2.5. Procedimiento	14
2.6. Métodos de análisis de datos	14
2.7. Aspectos éticos.....	14
III. RESULTADOS.....	15
IV. DISCUSIÓN.....	29
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES	32
VII. PROPUESTA	33
REFERENCIAS	
ANEXOS	

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito determinar el nivel de la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019; el tipo de investigación fue descriptiva, el diseño no experimental – transversal. Con una población de 500 clientes y su muestra fue de 217 pasajeros a quienes se les aplicó un cuestionario de calidad de servicio con 30 preguntas. Para el análisis de la variable se utilizó la estadística descriptiva, a través de los resultados se pudo concluir que la calidad de servicio de la empresa America Express es mala con el 42% de la opinión de los clientes encuestados, mientras que en las dimensiones como: Elementos tangibles el 44% es regular, confiabilidad con el 45% es mala, capacidad de respuesta el 42% es regular, la seguridad el 55% es mala, la empatía el 42% es mala y por último el precio el 64% es malo. Con los resultados recolectados, se plantearon una propuesta a fin de alcanzar los objetivos.

Palabras clave: Calidad de servicio, usuarios, empresa.

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the level of service quality of the transport company America Express S.A. Casma, 2019; the type of research was descriptive, the design was not experimental - transversal. With a population of 500 clients and its sample was 217 passengers who were given a questionnaire of quality of service with 30 questions. For the analysis of the variable descriptive statistics was used, through the results it was possible to conclude that the quality of service of the America Express company is bad with 42% of the opinion of the surveyed clients, while in the dimensions as: tangible elements, 44% is regular, reliability with 45% is bad, responsiveness 42% is regular, security 55% is bad, empathy 42% is bad and finally the price 64% is bad. With the results collected, a proposal was proposed in order to achieve the objectives.

Keywords: Quality of service, users, company.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las empresas públicas y privadas deben mantener las funciones como: las necesidades y aspiraciones de los clientes, además de asegurar la permanencia en el mercado.

Durante los últimos años la calidad de servicio ha evolucionado en el transcurso de los tiempos, todas las organizaciones o empresas se ven obligados a mejorar o renovar la calidad de un producto o servicio que ofrecen.

Todas las personas al momento de adquirir un producto o servicio, lo primero que buscan es que el producto sea de calidad.

Las empresas de transportes, hoy en día tienen la obligación de brindar comodidad, seguridad, responsabilidad, higiene; además de un buen trato a cada persona que asisten a las oficinas.

Las empresas de transporte compiten entre sí, se preocupan por tener la mayor cantidad posible bajo los servicios que ellos ofrecen.

A nivel internacional, un diagnóstico realizado en Venezuela por Herrera citado por Requena y Serrano (2007, p. 14) en su obra titulado “La historia Fabulada” explica, sobre la calidad de servicio que no existe en su país, porque el problema más común para todos los consumidores es al momento de adquirir un servicio. Los precios son elevados por falta de competidores para influenciar hacia la calidad, en consecuencia, cambian los esquemas de relación entre el cliente y el proveedor, esto determina que el proveedor acepte el servicio como un favor personal, esto hace que disminuya la ética propia de dicha distracción. Venezuela está a falta de calidad de servicio porque las mayorías de las empresas se han retirado del país debido al deterioro de la economía, la inflación y falta de bienes para producir.

A nivel nacional, según el diario Gestión (2014) publicó que más del 80% de la población se transporta en combis y taxis, para Luis Gutiérrez secretario general

del Asociación Latinoamericana de Sistemas Integrados y BRT, dice que es necesario mejorar la estructura de las normas de transporte y ofrecer servicios de calidad.

Para el periódico Undiario (2018) nos dice que hay empresas de transporte que no cumplen con requisitos que garanticen comodidad y seguridad a los usuarios o clientes. Se manifiesta, en el sistema de reclinaje de los asientos; son inoperativos o también escasos los cinturones de seguridad además que estén en un buen estado. Si un cliente viaja aproximadamente dos horas a más, el asiento que debería ser reclinable se convierte en un tormento. Este problema suele a diario porque la mayoría de las empresas no renuevan o no tienen mantenimiento constante.

A nivel local no todas las empresas brindan calidad de servicio ya que los concesionarios solo se dedican a obtener más ganancias que a brindar una buena atención. Algunas empresas son deficientes en sus buses ya que no cumplen con las expectativas del cliente, debido que no son cómodos, no tiene higiene y sus asientos no están en un buen estado.

En Casma su principal competidor de la empresa de transporte América Express es Tepsa porque es una de las empresas que brinda viaje directo, además que cuenta con terramosas y ofrecen servicio semi cama con refrigerio, estas dos empresas se diferencian por tener sus buses bien equipados y en un buen estado.

La empresa de transporte América Express, es importante brindar: seguridad, confort, comodidad y tranquilidad además que tienen la oportunidad de compartir con sus clientes, momentos felices como reencuentros familiares, ya de sea de amistad o de amores.

Para todos los usuarios de la empresa América Express en calidad de servicio, ellos desean; mejorar en los puntos de paraderos, ya que la empresa ofrece viajes directos; pero los choferes no cumplen con las políticas de la empresa.

Son estas las razones por la que se formuló la siguiente interrogante de esta investigación:

¿Cómo es la calidad de servicio que brinda la empresa de transporte América Express S.A. Casma, 2019?

A continuación, se plasmó una serie de antecedentes internacionales, nacionales y locales para explorar otras investigaciones previas y ver los resultados que se adquirió.

Chiluisa (2015) en su tesis “La Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. De la ciudad Latacunga- Ecuador”. Diseño de investigación descriptivo correlacional y su enfoque cuantitativo de corte transversal. Para la validación del estudio se usó como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario que fue aplicado a 155 clientes. En conclusión, los resultados que se obtuvo de la encuesta de 100 clientes muestran que el 71.82% es mala el servicio que ofrece Yambo Tours C.A., mientras que el 19.09% es bueno y por ultimo 9,09% consideran que es regular.

León y Pitaula (2011) en su tesis “Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena”. Tipo de investigación fue descriptiva, su muestra fueron 100 clientes. Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, la calificación promedio de las percepciones de sus clientes es de 3,77 que está de acuerdo, mientras que el promedio general de las expectativas es de 3,75; esto refiere que sean equivalentemente cuantitativos los objetivos de ofrecer la satisfacción con un buen servicio al cliente. Sin embargo, los aspectos que sobresalen son: capacitar a los trabajadores, la seguridad, las condiciones higiénicas y por último la señalización.

Zambrano (2008) en su tesis “La gestión de la calidad en el servicio que prestan al cliente las pequeñas empresas de transporte de carga pesada ubicada en la zona industrial II de Barquisimeto”. Su investigación fue descriptiva, la población es de 35 usuarios. Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, la empresa no brinda el mejor servicio y que deben de mejorar la calidad que ofrece la empresa para que no se vean afectados los clientes.

En Colombia, Monsalve y Dueñas (2009) en su artículo científico “Modelación de preferencias declaradas para la obtención de indicadores de la calidad del servicio de transporte público colectivo urbano”, su investigación fue experimental en cual se presenta con la validación del cuestionario, tuvo como muestra de 120 personas compuestas por 57 hombres y 41 mujeres usuarios; concluyó que el 80% de los usuarios del servicio tienen la oportunidad de viajar sentados, mientras que el 70% considera que los vehículos se encuentran en buen estado.

En Colombia, Rubio (2014) en su artículo científico “La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)”, su investigación fue descriptivo y explicativo en la cual se presentó la validación del cuestionario aplicados en las 6 tiendas, su muestra fue sistemático lineal (MSL) de 380 personas, compuestas por 213 hombres y 167 mujeres; tuvo como conclusión que la calidad de servicio que brinda la empresa es de 63% es bueno, mientras que el 34% es excelente y por último el 3% es regular.

Coral (2016) en su tesis “Calidad de Servicio en la empresa Transportes Coral’S, en el distrito SJL – 2016. Su estudio que usó fue descriptivo y su diseño fue no experimental de corte transversal, su población fueron todos los clientes y su muestra fue 36 clientes que se eligieron por el método censal. Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, los resultados que se obtuvieron fueron en empatía 94.44% aprobatoriamente alto, confiabilidad 72.22% nivel medio, recursos tangibles 72.22% nivel medio y por último garantía 72.22% nivel medio. Finalmente, las dimensiones garantía y empatía obtuvieron una calificación conveniente por los clientes.

Escobedo (2014) en su tesis “Calidad de servicio de la empresa de transportes Urbanos los Chinos S.A., Villa El Salvador, 2014”. Su investigación es básica, el diseño no experimental de corte transversal, la población fue de 250 usuarios y su muestra es 60 usuarios.

Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, los resultados que se obtuvieron fueron en elementos tangibles 66.75% satisfecho, fiabilidad 50% satisfecho, capacidad de respuesta 53.3% satisfecho, seguridad 48.3% y empatía 50% totalmente satisfecho. Finalmente, el punto de vista de los encuestados mostró su satisfacción.

Mora y Effio (2018), en su investigación titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de la empresa Turismo J.A. Paraíso Chimbote – 2018”. Su diseño fue no experimental de corte transversal. Su muestra fue 306 personas. Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, los resultados que se obtuvieron sobre la calidad de servicio fue de 60.8% es buena manifiesta los usuarios de la empresa; en sus dimensiones como: la fiabilidad el 42.2% es regular, la empatía el 57.5% es buena, capacidad de respuesta 48.4% es excelente, elementos tangibles 43.5% regular y por último la seguridad 44.8% regular. Para los usuarios el servicio que ofrece esta institución es buena.

Valderrama (2017), en su tesis “Calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la Empresa de Bienes y Servicios para el Hogar S.A.C. “CARSA” en Chimbote-2017”. Tuvo como diseño de investigación no experimental y su tipo fue descriptiva, su población es de 3800 clientes y su muestra está conformada por 331 usuarios, con el muestreo probabilístico aleatorio simple. Para la validación del estudio se usó la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. En conclusión, el 42.6% de los clientes sobre el nivel de calidad de servicio es regular, 36.3% está en un nivel bueno y por último el 21.2% es malo, esto se manifiesta que los trabajadores no están de acuerdo con el servicio que brinda la empresa.

La teoría que fundamentó, es la siguiente:

Según Schroeder, Meyer y Rungtusanatham (2011), indicó que “la calidad es la satisfacción del cliente al superar sus expectativas del producto o servicio”. (p. 157)

Setò (2004) argumenta que la calidad de servicio es una pieza clave para la competencia en el mercado, si esta quiere permanecer en ella. (p.15)

Para (Galviz, 2011,) define como “la calidad de servicio es la inteligencia obtenido por los usuarios frente al servicio que brinda la empresa a largo plazo. (p.124)

El escritor señaló cinco dimensiones sobre calidad de servicios que son:

Elementos Tangibles: son las expresiones de las infraestructuras, imagen de las organizaciones, trabajadores y equipos.

Sus indicadores son: equipos, materiales de comunicación y apariencia del personal.

Confiabilidad: son las peculiaridades que tienen las organizaciones al brinda un servicio de la forma más cuidadosa o disciplinada para cuidar las expectativas de sus clientes.

Sus indicadores son: resolución de problemas, cumplimientos de los servicios prometidos, realizar el servicio y ausencia de errores.

Capacidad de respuesta: son las personas encargadas de la empresa para colaborar con los usuarios ya sea en posibles dudas o inquietudes para obtener respuestas positivas.

Sus indicadores son: disposición al brindar el servicio, expectativas de los colaboradores y rapidez de atención.

Seguridad: es manifestado hacia las habilidades, conocimientos obtenidos para poder escuchar a los clientes demostrando mayor confianza y credibilidad a los usuarios.

Sus indicadores son: profesionalidad, credibilidad y seguridad física.

Empatía: es la atención particular que brinda las organizaciones hacia los usuarios, de esta manera transmiten sus anhelos o aspiraciones con el fin de complacer necesidades e inquietudes de los clientes para que ellos se sientan complacidos.

Sus indicadores son: accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente.

Según Hoffman y Bateson (2011, p.221). Indica que, entre las necesidades, percepción y expectativas, los líderes de cada área deben examinar estas características para mejorar la percepción y expectativa brindando los mejores productos o servicios de calidad hacia los usuarios.”.

El escritor indica tres tipos de calidad:

Calidad requerida: es lo que cliente espera de la empresa que sea buena la calidad de servicio al momento de solicitar una compra o un servicio, de esta manera el cliente examinará si cumplen con sus necesidades.

Calidad esperada: es el propósito de lograr la mayor captación de los clientes con un mejor servicio o producto de calidad que ellos merecen.

Calidad adyacente: es vínculo que tiene el cliente con las expectativas.

El escritor se manifiesta mediante algunas determinaciones de calidad de servicio como: rapidez, capacidad de respuesta y la mayor información que los usuarios deben de saber al momento de adquirir, ya sea en producto o servicio aquí la empresa debe de ofrecer estándares de calidad de esta manera satisface os requisitos de los usuarios.

Para (Griffin, 2011), nos dice que en la actualidad las empresas deben de pasar por procedimientos de cambios, como en: valores y culturas a beneficio de los usuarios. (p. 293)

Esta investigación se apoyó de antecedentes y se plasmó teoría que enmarca mi investigación es por ello que nos ayudó a formar nuestro problema.

¿Cómo es la calidad de servicio de la Empresa de transporte América Express S.A. Casma, 2019?

Esta investigación se justificó por los siguientes:

Teóricamente se justifica, porque mediante de prácticas y conceptos básicos de teoría, nos ayudó a saber que tan buena es la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019. Se utilizó el instrumento de medición al cuestionario.

Metodológicamente se justifica, porque se pudo utilizar la investigación en otros estudiantes para sus futuros proyectos, además que les ayudará como una base a su investigación.

El beneficio de los resultados de esta investigación será en base de la información sobre “Calidad de servicio de la empresa de transporte América Express S.A. Casma. 2019”.

Prácticamente se justifica, porque nos permitió solucionar posibles problemas que causan a la empresa de transporte América Express S.A. Casma, de esta manera se realizó una encuesta en base a la calidad de servicio. Con el propósito de innovar y responder los requisitos de nuevos usuarios dando la satisfacción de tener contentos y satisfechos.

Socialmente se justifica, porque se quiere dar un aporte al Administrador, debido a los resultados obtenidos de esta investigación se pudo conocer el nivel de servicio que se brindó a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019. Además, se ayudó a obtener más beneficios en su enfoque empresarial hacia a sus clientes, ya que ellos son el motivo de una organización.

Provechosamente se justifica, porque benefició a la empresa de transporte America Express S.A. con la información recolectada para cumplir y mejorar los requisitos anhelados por los clientes, además las alternativas de solución y decisión basándose en las conclusiones donde se tomó para el crecimiento del servicio, de esta manera hacer la diferencia antes otras empresas de transportes. Las hipótesis de esta investigación a continuación:

Para (Hernández, 2014). nos dice que no todas las investigaciones descriptivas tienen hipótesis porque en algunas oportunidades es muy complicado especificar los datos que se consigue expresar en una variable. (p.116).

Para saber el propósito de esta investigación primero tendré que formular una serie de objetivos en la cual se dividió en objetivo general y objetivos específicos.

Concluimos a formular el siguiente objetivo general:

Determinar el nivel de la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Se planteó objetivos específicos:

Analizar el nivel de elementos tangibles que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Analizar el nivel de confiabilidad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Analizar el nivel de capacidad de respuesta que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Analizar el nivel de seguridad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Analizar el nivel de empatía que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Formular una propuesta de calidad de servicio para la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

2.1.1. Diseño

Para Hernández (2014), el estudio es “no experimental” porque no se manipuló la variable, Transaccional o Transversal porque busca examinar la variable en su cláusula actual. (p.93-153)

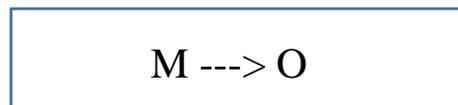
El estudio recolectó datos en un momento dado con el propósito de describir y analizar la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

2.1.2. Nivel de investigación

El diseño de investigación del estudio fue descriptivo porque busca determinar las características, personas para someterse a un análisis. (Hernández, 2003, p.117).

La investigación fue descriptiva porque se observó y se detalló la problemática de la variable calidad de servicio.

Diagrama:



Dónde:

M: Muestra

O: Observación de la variable

2.1.3. Enfoque o tipo

Es cuantitativo porque descubrió las características numéricamente la variable calidad de servicio.

2.2. Variable y Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medida
Calidad de servicio	(Galviz, 2011), define como “la calidad de servicio es la inteligencia obtenido por los usuarios frente al servicio que brinda la empresa a largo plazo”. (p. 124)	La calidad de servicio son las expectativas de un cliente sobre un producto o servicio. Se obtendrá mediante una recolección de datos (cuestionario) y se determinará mediante las siguientes dimensiones como: los elementos tangibles, la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de la empresa.	Elementos tangibles	Equipos	Ordinal
				Materiales de comunicación	
				Apariencia del personal	
			Confiabilidad	Resolución de problemas	
				Cumplimientos de los servicios prometidos	
				Realizar el servicio	
				Ausencia de errores	
			Capacidad de respuesta	Disposición al brindar el servicio	
				Expectativas de los colaboradores	
				Rapidez en atención	
			Seguridad	Profesionalidad	
				Credibilidad	
				Seguridad física	
Empatía	Accesibilidad				
	Comunicación				
	Comprensión del cliente				

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 174) define que es el conjunto de habitantes que se asignó para realizar el estudio de una investigación.

Para esta investigación la población fue 500 clientes en promedio mensual de Enero – Mayo del 2019 de la empresa de transportes America Express S.A Casma.

2.3.2. Muestra

Para la investigación se tomó en cuenta como muestra los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019, es un total de 217 clientes.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 500 \times 0,50 \times 0,50}{0,05^2 \times (500 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = 217 \text{ PASAJEROS}$$

Dónde:

N: 500

Z: 1.96

p: 0.5

q: 1-p (Si p=50%, q=50%)

E: 5%

2.3.3. Muestreo

Es aleatorio simple porque todos los estudios tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas.

2.3.4. Unidad de análisis

El cliente de la empresa de transporte America Express S.A.

2.3.5. Criterios de selección

2.3.5.1. Criterios de inclusión

Se incluyó a los clientes regulares o frecuentes que hayan viajado en la empresa mínimos 3 veces en la empresa de transporte America Express S.A. de 18 a 70 años de edad.

2.3.5.2. Criterios de exclusión

Se excluyó a todas las personas menores de 18 y mayores de 70 años de edad.

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

Para esta investigación como técnica se empleó la encuesta y el instrumento que se aplicó el cuestionario.

2.4.1. Técnica

Según Hernández (2014, p. 38) define que: Por medio de la aplicación de las encuestas a través de las preguntas se puede estudiar el conflicto o problema planteado, mediante las preguntas se puede facilitar la instigación.

Para esta investigación, la técnica fue la encuesta.

2.4.2. Instrumento

Fue el cuestionario como la agrupación de interrogantes respecto a las variables de investigación que deseas medir. (Hernández et al, 2014, p. 217)

2.4.3. Validez y confiabilidad del instrumento

2.4.3.1. Validez

Se propuso a validez a 3 profesionales experto en el tema: dos de la línea de la especialidad y un magister en investigación.

Hernández et al. (2010) afirma “La validez de expertos son profesionales en el tema donde miden la variable” (p. 204).

2.4.3.2. Confiabilidad

Para (Hernández, 2003) es al grado en que su práctica frecuentemente al mismo objeto que obtiene los mismos rendimientos. (p 243).

El método en que se midió es por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach.

2.5. Procedimiento

Mediante el cuestionario se hizo un trabajo de campo de manera presencial con los pasajeros de la empresa de transporte America Express S.A. Casma que les tomó 15 minutos en responder las preguntas, para obtener los resultados sobre la calidad de servicio que ofrece la empresa; los datos fueron fuentes primarias. Después de recolectar los resultados se hará una base de datos en el microsoft Excel, de ahí se pasó al software SPSS, este programa es estadístico informático donde se procesa la información de calidad de servicio.

2.6. Métodos de análisis de datos

Se analizó por estadísticas descriptivas los datos e interpretó resultados obtenidos mediante gráficos, tablas y porcentajes.

Monje (2011) define a la estadística descriptiva, es la medición aquel estudio que se vale de medidas para realizar la descripción de un fenómeno, siendo que ambas medidas pueden representarse en una o más dimensiones. (p.176)

2.7. Aspectos éticos

Este estudio se encuentra con autores que fueron citados con estilo APA, respetando los derechos por propiedad intelectual.

Este análisis es propio de la información, así como de los resultados adquiridos a través de la aplicación de los instrumentos de recolección, se manifestó tal cual fueron arrojados, sin ninguna manipulación.

III. RESULTADOS

Objetivo general: Determinar el nivel de la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 1:

La calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

CALIDAD DE SERVICIO	CLIENTES	
	N°	%
Bueno	68	31%
Regular	58	27%
Malo	91	42%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

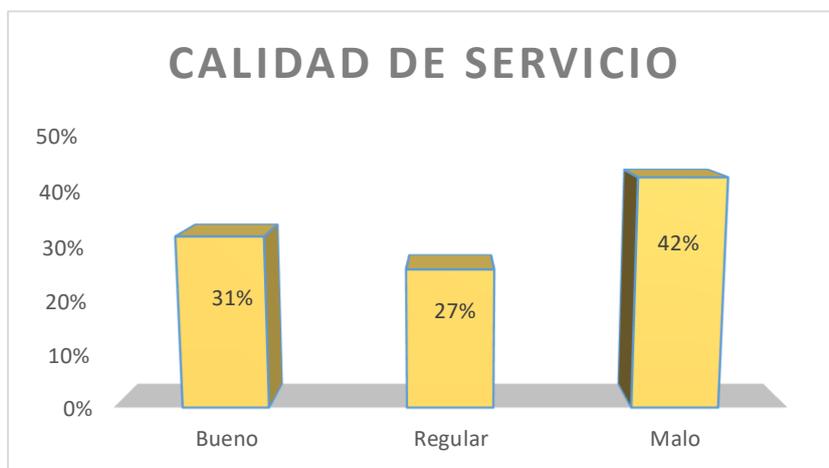


Figura: La calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Fuente: Tabla 1

Elaboración propia

Interpretación: El 42% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que la calidad de servicio es mala mientras que el 27% menciona que es regular.

Tabla 2:

Nivel de calidad de servicio por dimensiones de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Dimensiones	Bueno	Regular	Malo
Elementos tangibles	21%	44%	35%
Confiabilidad	23%	32%	45%
Capacidad de respuesta	22%	42%	36%
Seguridad	17%	18%	55%
Empatía	33%	25%	42%
TOTAL	126%	161%	213%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

2019.

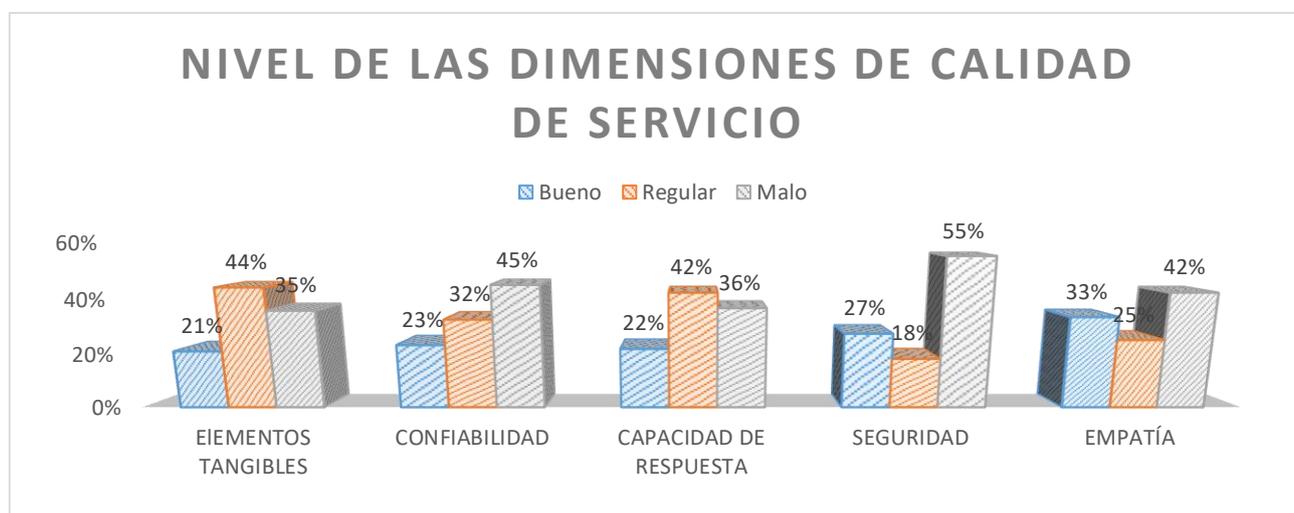


Figura: Nivel de calidad de servicio por dimensiones de la empresa de transporte America Express S.A. Casma,

Fuente: Tabla 2

Elaboración propia

Interpretación: Como podemos observar el 44% es un nivel es regular con los elementos tangibles de la empresa de transporte America Express S.A. y el 21% es bueno, mientras que el 45% es malo la confiabilidad y el 23% es bueno, además el 42% es regular la capacidad de respuesta y el 22% es bueno, por otro lado, el 55% es malo la seguridad y el 18% es regular y por último el 42% es malo la empatía y el 25% es regular.

Objetivo específico 1: Analizar el nivel de elementos tangibles que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 3:

Elementos tangibles según los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

ELEMENTOS TANGIBLES	CLIENTES	
	Nº	%
Bueno	45	21%
Regular	95	44%
Malo	77	35%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

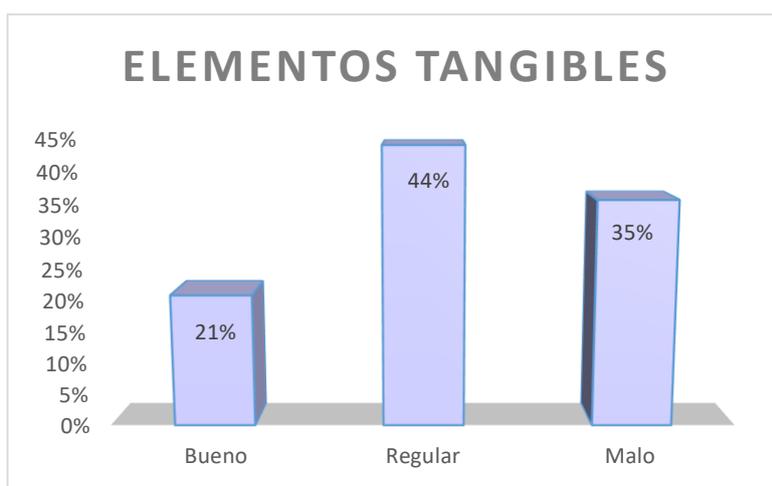


Figura 3: Los elementos tangibles de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019

Fuente: Tabla 3

Elaboración propia

Interpretación: El 44% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que el elemento tangible es regular, mientras que el 21% opinan que es bueno.

POR INDICADOR:

Tabla 4:

Opinión de los usuarios encuestados sobre los equipos, materiales de comunicación y apariencia del personal.

ELEMENTOS TANGIBLES	EQUIPOS		MATERIALES DE COMUNICACIÓN		APARIENCIA DEL PERSONAL	
	N°	%	N°	%	N°	%
Bueno	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	138	64%	115	53%	135	62%
Malo	79	36%	102	47%	82	38%
TOTAL	217	100%	217	100%	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

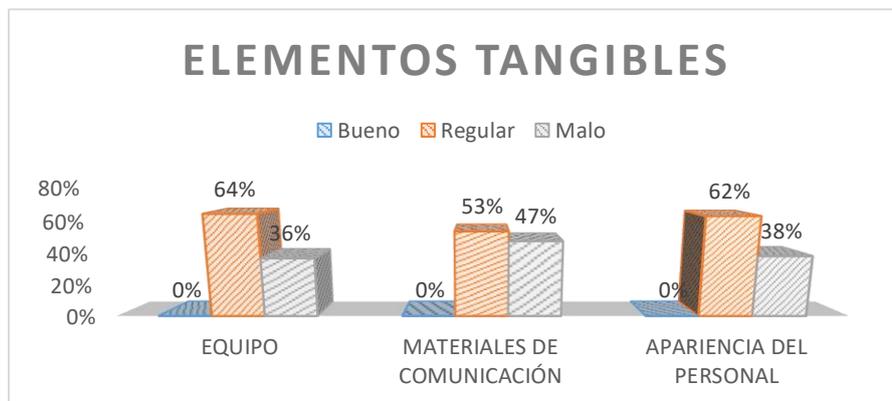


Figura 4: Indicadores de elementos tangibles de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019

Fuente: Tabla 4
Elaboración propia

Interpretación: El 64% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que los equipos son regulares, el 57% sostiene que los materiales de comunicación son regular y por último el 62% es regular la apariencia del personal.

Objetivo específico 2: Analizar el nivel de confiabilidad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 5:

La confiabilidad según los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

CONFIABILIDAD	CLIENTES	
	N°	%
Bueno	50	23%
Regular	70	32%
Malo	97	45%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

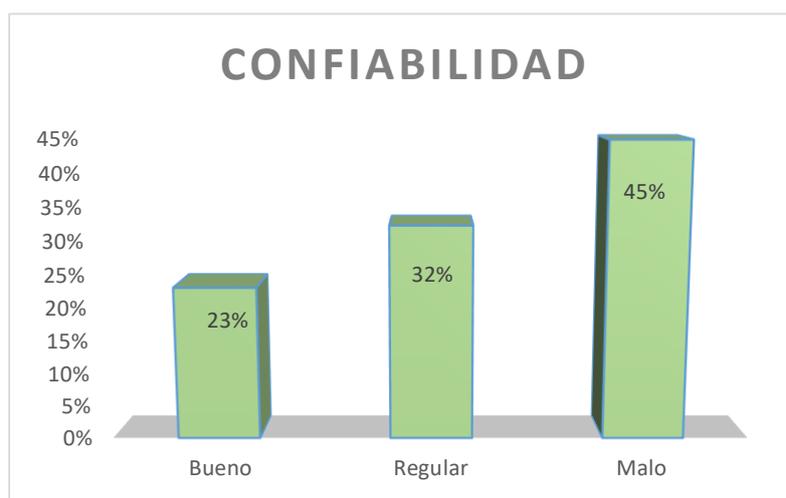


Figura 5: *La confiabilidad de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019*

Fuente: Tabla 5

Elaboración propia

Interpretación: El 45% de los clientes de la empresa de transporte America Express de Casma manifiesta que la confiabilidad es mala, mientras que el 23% opinan que es bueno.

POR INDICADOR:

Tabla: 6

Opinión de los usuarios encuestados sobre resolución de problemas, cumplimientos de los servicios prometidos, realizar el servicio y ausencia de errores.

CONFIABILIDAD	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS		CUMPLIMIENTO DE LOS SERVICIOS PROMETIDOS		REALIZAR EL SERVICIO		AUSENCIA DE ERRORES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bueno	0	0%	110	51%	0	0%	0	0%
Regular	117	54%	107	49%	124	57%	98	45%
Malo	100	46%	0	0%	93	43%	119	55%
TOTAL	217	100%	217	100%	217	100%	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

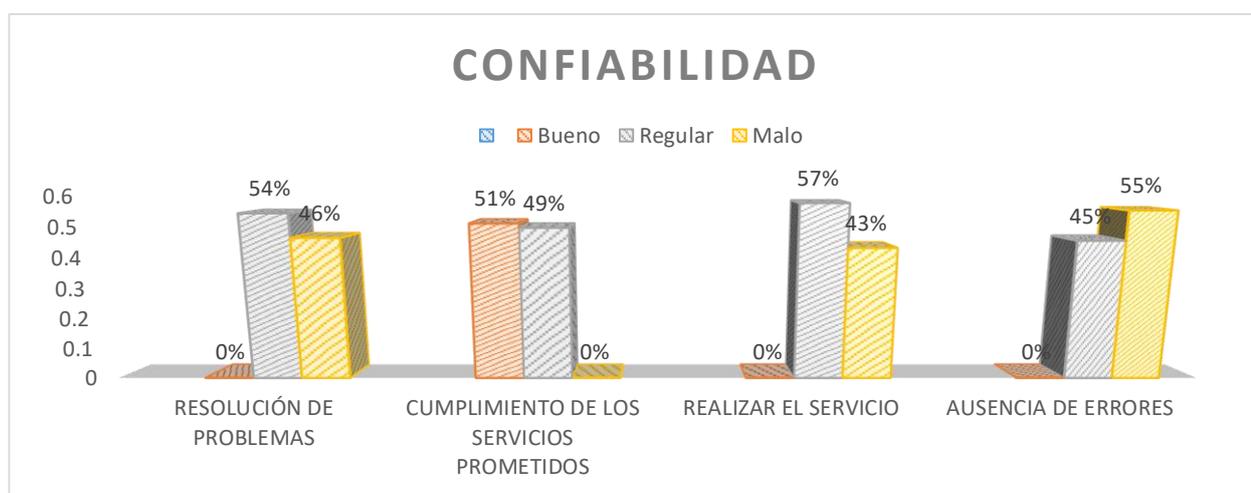


Figura 6: Indicadores de confiabilidad de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019

Fuente: Tabla 6

Elaboración propia

Interpretación: El 54% de los clientes de la empresa de transporte America Express de Casma manifiesta que la resolución de problemas es regular, mientras que el 51% es bueno los cumplimientos de los servicios prometidos, además al realizar el servicio el 57% es regular y por último la ausencia de errores el 55% es malo.

Objetivo específico 3: Analizar el nivel de capacidad de respuesta que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 7:

La capacidad de respuesta según los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	CLIENTES	
	Nº	%
Bueno	47	22%
Regular	91	42%
Malo	79	36%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

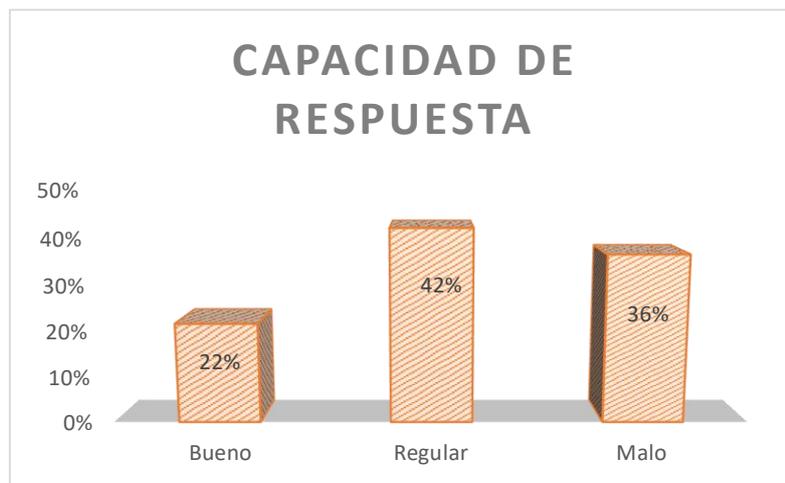


Figura 7: *La capacidad de respuesta de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.*

Fuente: Tabla 7

Elaboración propia

Interpretación: El 42% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que es regular la capacidad de respuesta, mientras el 22% opinan que es bueno.

POR INDICADOR:

Tabla: 8

Opinión de los usuarios encuestados sobre la disposición al brindar el servicio, expectativas de los colaboradores y rapidez en atención.

CAPACIDAD DE RESPUESTA	DISPOSICION AL BRINDAR EL SERVICIO		EXPECTATIVAS DE LOS COLABORADORES		RAPIDEZ EN ATENCIÓN	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bueno	65	40%	0	0%	0	0%
Regular	97	60%	132	61%	113	52%
Malo	0	0%	85	39%	104	48%
TOTAL	217	100%	217	100%	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

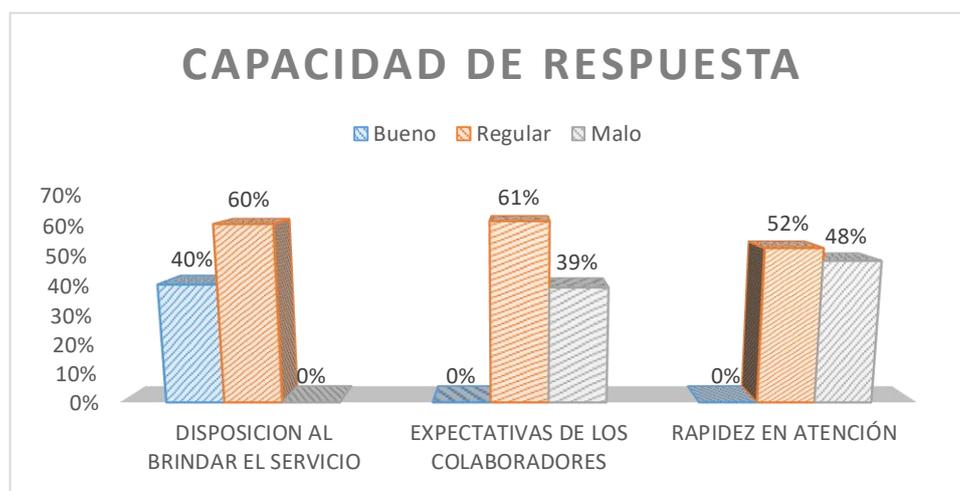


Figura 8: *Disposición al brindar el servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.*

Fuente: Tabla 8

Elaboración propia

Interpretación: El 60% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que la disposición de brindar el servicio es regular, mientras que las expectativas de los colaboradores el 61% es regular y por último el 52% es regular la rapidez en atención.

Objetivo específico 4: Analizar el nivel de seguridad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 9:

La seguridad según los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

SEGURIDAD	CCLIENTES	
	N°	%
Bueno	59	27%
Regular	39	18%
Malo	119	55%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

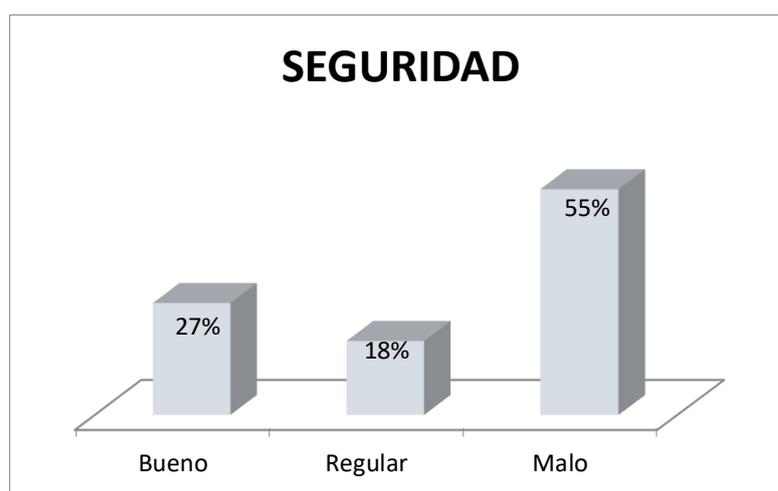


Figura 9: *La seguridad de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.*

Fuente: Tabla 9

Elaboración propia

Interpretación: El 55% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que la seguridad que brinda la empresa es mala, mientras que el 18% opinan que es regular.

Tabla: 10

Opinión de los usuarios encuestados sobre la profesionalidad, credibilidad y seguridad física.

SEGURIDAD	PROFESIONALIDAD		CREDIBILIDAD		SEGURIDAD FÍSICA	
	N°	%	N°	%	N°	%
Bueno	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	125	58%	121	56%	122	56%
Malo	92	42%	96	44%	95	44%
TOTAL	217	100%	217	100%	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

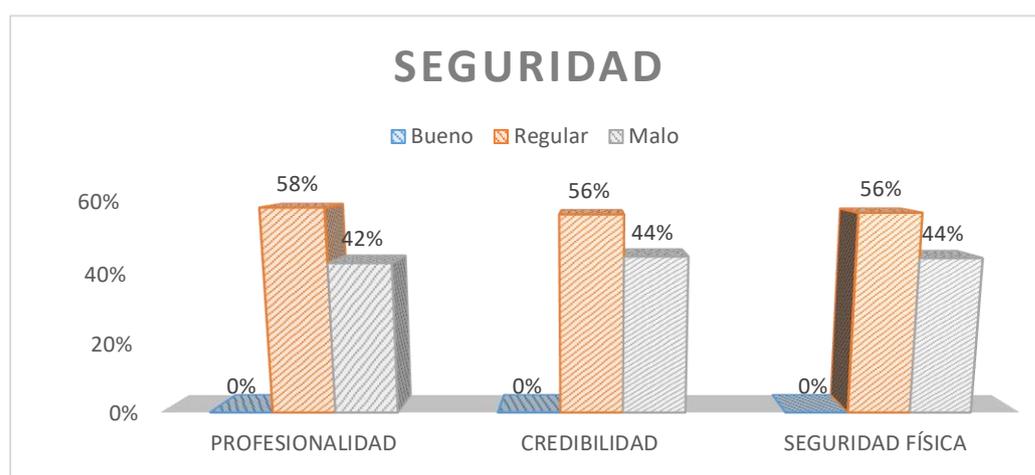


Figura 10: *Indicadores de seguridad de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.*

Fuente: Tabla 10

Elaboración propia

Interpretación: El 58% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que la profesionalidad que brinda la empresa es regular, mientras que la credibilidad el 56% es regular y por último la seguridad física el 56% es regular.

Objetivo específico 5: Analizar el nivel de empatía que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Tabla 11:

La empatía según los clientes de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

EMPATÍA	CCLIENTES	
	Nº	%
Bueno	72	33%
Regular	54	25%
Malo	91	42%
TOTAL	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

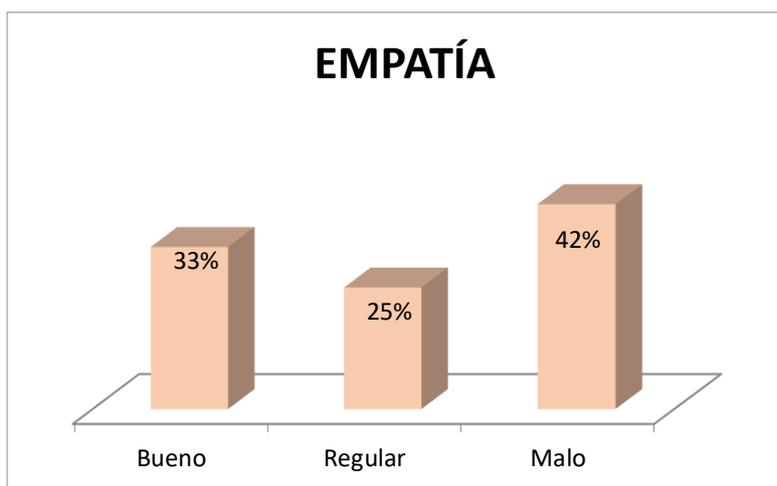


Figura 11: *La empatía de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.*

Fuente: Tabla 11

Elaboración propia

Interpretación: El 42% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que la empatía es mala, mientras que el 25% opinan que es bueno.

POR INDICADOR:

Tabla: 12

Opinión de los usuarios encuestados sobre la accesibilidad, comunicación y comprensión al cliente.

EMPATÍA	ACCESIBILIDAD		COMUNICACIÓN		COMPRENSION AL CLIENTE	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Bueno	60	28%	0	0%	71	33%
Regular	73	34%	138	64%	38	18%
Malo	84	39%	79	36%	108	50%
TOTAL	217	100%	217	100%	217	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019

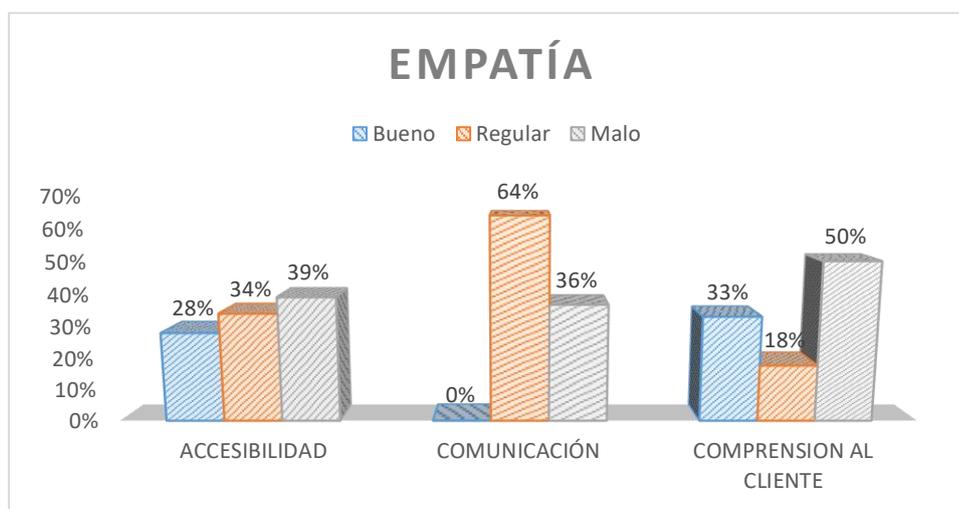


Figura 12: Indicadores de empatía de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Fuente: Tabla 12

Elaboración propia

Interpretación: El 39% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que la accesibilidad que brinda la empresa es mala, mientras que la comunicación el 64% es regular y por último la comprensión al cliente el 18% es regular.

Tabla 13:

Nivel de calidad de servicio por indicadores de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

INDICADORES	BUENO	REGULAR	MALO
Equipos	0%	64%	36%
Materiales de comunicación	0%	53%	47%
Apariencia del personal	0%	62%	38%
Resolución de problemas	0%	54%	46%
Cumplimientos de los servicios prometidos	51%	49%	0%
Realizar el servicio	0%	57%	43%
Ausencia de errores	0%	45%	55%
Disposición al brindar el servicio	40%	60%	0%
Expectativas de los colaboradores	0%	61%	39%
Rapidez en atención	0%	52%	48%
Profesionalidad	0%	58%	42%
Credibilidad	0%	56%	44%
Seguridad Física	0%	56%	44%
Accesibilidad	28%	34%	39%
Comunicación	0%	64%	36%
Comprensión del cliente	33 %	18%	50%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

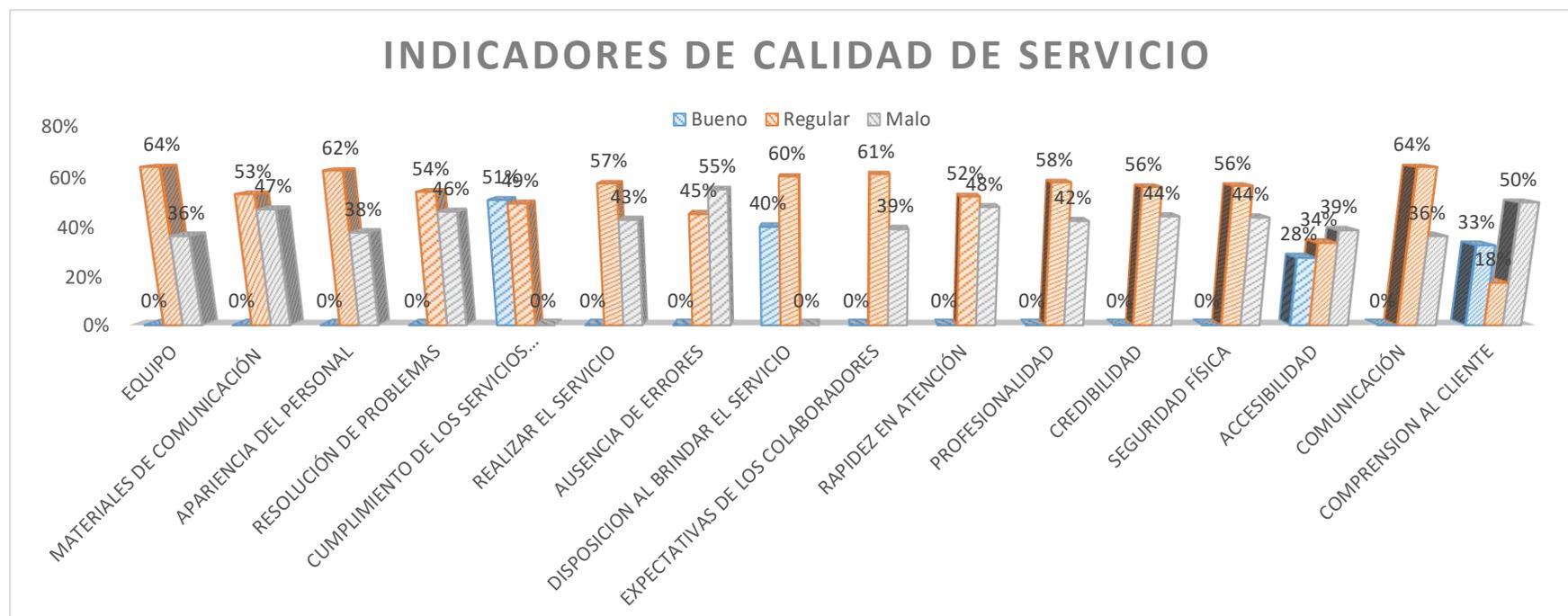


Figura 13: Nivel de calidad de servicio por indicadores de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.

Fuente: Tabla 13

Elaboración propia

Interpretación El 51% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que es regular con el cumplimiento de los servicios prometidos y el 49% manifiesta que es malo, mientras que el 45% opinan que es regular con la ausencia de errores y el 55% es malo, el 56% de los clientes de la empresa de transporte America Express S.A de Casma manifiesta que es regular con la credibilidad, mientras que el 44% es malo. Podemos decir que a la empresa Express S.A de Casma le falta capacitar a sus trabajadores para que brinden un mejor servicio a los clientes.

IV. DISCUSIÓN

Rubio (2014) en su artículo científico, su estudio fue descriptivo y explicativo en la cual se presentó la validación del cuestionario aplicados en las 6 tiendas, su muestra fue sistemático lineal (MSL) de 380 personas, compuestas por 213 hombres y 167 mujeres. Obtuvo como resultado sobre la calidad de servicio el 63% de los usuarios manifestaron que es bueno, mientras que el 34% es excelente y por último el 3% es regular. Dicho resultado es totalmente en desacuerdo con la tabla 1, el resultado es el el 42% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que la calidad de servicio es mala mientras que el 27% menciona que es regular.

Mora y Effio (2018) en su tesis de pregrado su investigación tuvo diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal. Su muestra fue 306 personas. Obtuvo como resultado que los elementos tangibles 43.5% es regular. Dicho resultado se confirma con la tabla 3, el resultado es el 44% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que es regular.

Mora y Effio (2018) en su tesis de pregrado su investigación tuvo diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal. Su muestra fue 306 personas. Obtuvo como resultado que la dimensión fiabilidad el 42.2% es regular. Dicho resultado está en totalmente en desacuerdo con la tabla 5, el resultado es el 45% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que es malo.

Escobedo (2014) en su tesis de pregrado tuvo tipo de investigación es básica, el diseño de investigación es no experimental de corte transversal, la población es de 250 personas y su muestra está compuesta por 60 personas elegidas por el método censal por conveniencia. Obtuvo como resultado que la capacidad de respuesta 53.3% satisfecho. Dicho resultado está totalmente en desacuerdo con la tabla 7, el resultado es el 42% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que es regular.

Escobedo (2014) en sus tesis de pregrado tuvo como tipo de investigación es básica, el diseño de investigación es no experimental de corte transversal, la población es de 250 personas y su muestra está compuesta por 60 personas elegidas por el método censal por conveniencia. Obtuvo como resultado que la seguridad 48.3% totalmente satisfecho. Dicho resultado está totalmente en desacuerdo con la tabla 9, el resultado es el 55% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que es mala.

Coral (2016) en su tesis de pregrado tuvo como estudio es descriptivo y con un diseño no experimental de corte transversal, su población fueron todos los clientes y su muestra fue 36 clientes que se eligieron por el método censal. Obtuvo como resultados que la empatía 94.44% aprobatoriamente alto. Dicho resultado está totalmente en desacuerdo con la tabla 11, el resultado es el 42% de los usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. de Casma manifiesta que es malo.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. Respecto a la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019 encontramos que el 42% de los usuarios manifiesta que el servicio que brinda la empresa es malo, mientras que el 31% es bueno y por último el 27% es regular. Esto indica que existe mucha deficiencia la atención al usuario en la mayoría de sus niveles. (Tabla N° 1)
- 5.2 Se obtuvo de los usuarios de la empresa de transportes America Express S.A. Casma manifiesta, en la dimensión de elementos tangibles el 44% de los usuarios manifestó que es regular. A nivel indicadores como: equipos manifiesta los usuarios que el 64% es regular y apariencia del personal el 62% es regular. (Tabla N° 3, 4)
- 5.3 Se obtuvo de los usuarios de la empresa de transportes America Express S.A. Casma sostiene, en la dimensión confiabilidad el 45% de los usuarios manifestó que es mala. A nivel indicadores como: Resolución de problemas el 54% es regular, cumplimientos de los servicios prometidos manifiesta de los usuarios el 51% es regular y por último realizar el servicio el 57% es regular. (Tabla N° 5, 6)
- 5.4 Se obtuvo de los usuarios de la empresa de transportes America Express S.A. Casma manifiesta, en la dimensión capacidad de respuesta el 42% de los usuarios manifestó que es regular. A nivel indicadores como: disposición al brindar el servicio el 60% es regular, expectativas de los colaboradores manifiesta de los usuarios el 61% es regular y por último rapidez en atención el 52% es regular. (Tabla N° 7, 8)
- 5.5 Se obtuvo de los usuarios de la empresa de transportes America Express S.A. Casma sostiene, en la dimensión seguridad el 55% de los usuarios manifestó que es regular. A nivel indicadores como: profesionalidad el 58% es regular, credibilidad manifiesta que los usuarios el 56% es regular y por último seguridad física el 56% es regular. (Tabla N° 9, 10)
- 5.6 Se obtuvo de los usuarios de la empresa de transportes America Express S.A. Casma manifiesta, en la dimensión empatía el 42% de los usuarios manifestó que es mala. A nivel indicadores como: accesibilidad el 39% es malo, comunicación manifiesta que los usuarios el 64% es regular y por último la comprensión al cliente el 50% es malo. (Tabla N° 11, 12)

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al administrador de la empresa de transporte America Express S.A. Casma que brinde capacitaciones mensuales a sus trabajadores, de esta manera ofrecerán un mejor servicio hacia los clientes y cumplan con sus necesidades, ya que el 69% de los usuarios manifiestan sobre el nivel de calidad de servicio que está entre regular y malo.
- Se recomienda al administrador de la empresa de transporte America Express S.A. Casma mejorar la empatía, ya que el 67% de los usuarios manifiesta que la comunicación y comprensión hacia ellos resultó entre regular y malo.

VII. PROPUESTA

1. Título de la Propuesta.

“DESARROLLO DE LA EMPATÍA EN AMERICA EXPRESS S.A. CASMA, 2019”

2. Presentación

La empresa de transporte America Express S.A. Casma, brinda servicios de transportes interprovincial, trabajando ya 8 años en la ciudad del eterno sol, y se ha convertido en la preferencia de los Casmeños.

En esta investigación se dio a conocer que la empresa brinda un mal servicio, y la dimensión que resalta la atención es la empatía, ya que tiene el 42% de usuarios que manifestaron es mala.

3. Justificación

Los clientes son importantes para la empresa de transporte “AMERICA EXPRESS S.A” Pero si el personal no está capacitado, o no se siente identificados con los objetivos, misión de la empresa, no sería posible ofrecer un mejor servicio al cliente.

El desarrollo de esta propuesta no sólo servirá como una herramienta de gestión que permita contar con personal motivado y empático, sino que también proporcionará una mejor imagen de la empresa de transporte, a fin de asegurar la continuidad del funcionamiento de ella.

Finalmente, el bajo resultado en la dimensión EMPATÍA, se detectaron deficiencias en la calidad de servicio que justifican la propuesta de desarrollar empatía en el talento humano de “AMERICA EXPRESS” ya que esta buscará contribuir al desarrollo y crecimiento de la empresa de transporte.

4. Fundamentación

La estructuración del plan está basada en las teorías plasmadas en el marco teórico de esta investigación, y a los resultados en el trabajo de campo, que se realizó en la oficina de America Express S.A.

5. Objetivo General:

Lograr desarrollar la empatía de los trabajadores hacia los usuarios en la empresa de transporte America Express S.A.

Objetivos Específicos

- Mejorar la comunicación con los clientes, al final de Diciembre 2020, disminuirémos quejas y reclamos a cerca de la atención de los clientes.
- Mejorar la comprensión del cliente, brindando las capacitaciones mensuales, de habilidades blandas.
- Mejorar la accesibilidad dentro de la empresa de transporte, implementaremos un protocolo de atención, para amenizar la comunicación con los clientes, además uniformizaremos una sola información acerca de los procesos, para evitar confusiones.

6. Actividades:

a) MEJORAR LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES.

- **Primer mes ensayar la escucha con mente abierta y sin prejuicios**, además realizaremos charlas acerca del respeto.
- **Segundo mes, charla sobre el prestar atención y mostrar interés** por lo que nos están contando, ya que no es suficiente con saber lo que el otro siente, sino que tenemos que demostrárselo.
- **Tercera charla aprender a descubrir**, reconocer y recompensar las **cualidades y logros** de los demás. Esto va a contribuir, no solamente a fomentar sus **capacidades**, sino que descubrirán también nuestra **preocupación e interés** por ellos.

RESPONSABLES:

Administrador de la Agencia

- ✓ Supervisar los cumplimientos de las metas
- ✓ Coach motivacional

b) MEJORAR LA COMPRESIÓN DEL CLIENTE.

- ✓ Implementar un buzón de sugerencias.
- ✓ Al final del 2020 haber cumplido con el curso motivacional, implantado por la empresa.
- ✓ Al final del 2020 haber disminuido las quejas y reclamos a cerca del servicio.

Actividades:

- Gestionar la compra e implementación de un buzón de sugerencia al público.
- 2 veces al año contratar un coach motivacional, para la capacitación del personal.
- Realizar una retroalimentación acerca de todos los reclamos recibidos en la agencia.

RESPONSABLES:

Administrador de la Agencia

- ✓ Supervisar los cumplimientos de las metas
- ✓ Coach motivacional

c) MEJORAR LA ACCESIBILIDAD DENTRO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE.

- ✓ Ceder autonomía a los colaboradores, para que propongan soluciones rápidas.
- ✓ Implementar una normativa, que vaya de acorde con las peticiones de los pasajeros, en tema de postergaciones de pasajes y equipajes de viajes.

- ✓ Al final del 2020 todos los colaboradores, deberían saber las reglas y normas impuestas por el ministerio de transporte.
- ✓ Realizar una encuesta trimestral sobre los avances de las propuestas y su repercusión en los clientes.

RESPONSABLES:

Administrador de la Agencia

- ✓ Supervisar el cumplimiento de las metas

7. Calendarización

Esta propuesta se realizará en enero del 2020 en la ciudad de Casma, para el mejoramiento de la empresa. El responsable a cargo es el Administrador de la oficina de Casma.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES							
ACTIVIDADES	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dec
Al final de Diciembre 2020, disminuirémos quejas y reclamos a cerca de la atención de los clientes.							
Cumplir con talleres mensuales, de habilidades blandas.							
Implementar un protocolo de atención, para amenizar la comunicación con los clientes.							
Uniformizar una sola información acerca de los procesos, para evitar confusiones.							
Gestionar la compra e implementación de un buzón de sugerencia al público.							
2 veces al año contratar un coach motivacional, para talleres al personal.							
Realizar una retroalimentación acerca de todos los reclamos recibidos en la agencia.							
Ceder autonomía a los colaboradores, para que propongan soluciones rápidas.							
Implementar una normativa, que vaya de acorde con las peticiones de los pasajeros, en tema de postergaciones de pasajes y equipajes de viajes.							

8. Presupuesto:

RECURSOS MATERIALES			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Importe
Separatas motivacionales	4 juegos	S/ 2.00	S/8.00
Evaluaciones sobre la comunicación	4 juegos	S/ 3.00	S/12.00
Test sobre comprensión de comunicación	4 juegos	S/ 5.00	S/20.00
Regla interna del colaborador	4 juegos	S/ 6.00	S/24.00
Buzon de sugerencia	1 unidad	S/ 70.00	S/ 70.00
Alquiler del proyector	1 unidad	S/ 300.00	S/ 300.00
Engrapadora	2 unidades	S/ 14.00	S/28.00
Resaltador	4 unidades	S/ 3.50	S/ 14.00
USB	1 unidad	S/ 30.00	S/ 30.00
lapiceros	4 unidades	S/ 1.00	S/4.00
TOTAL			S/ 510

RECURSOS HUMANOS		LUGAR	FECHA
RESPONSABLES:			
COUCH MOTIVACIONAL	1,500	Hotel el Farol	15 de Julio
ASESOR DE COMUNICACIÓN	1,200	Recepciones Yuli	10 de Diciembre
REPRESENTANTES DE PERSONAS	1,100	Of. America Express – Casma	Cada 2, de cada mes (Jun a Dic)
TOTAL	2,700		

Para realizar esta propuesta se necesita una inversión de S/. 3210.00.

REFERENCIAS:

- Chiluisa, J. (2015). *La Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>
- Coral, L. (2016). *Calidad de servicio en la empresa "Transportes Coral'S", en el distrito SJL – 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4769/Coral_SLY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Deficiente Servicio de Transporte de Pasajeros. (29 de enero del 2018). Un diario. Recuperado de https://undiario.pe/2018/01/29/deficiente-servicio-de-transporte-de-pasajeros?fbclid=IwAR2JxTf8-M1nVjDg41OiFiI64GW_XBDn2hq4D46nsvrAv8mTPkRdKzSfXbA
- Escobedo, V. (2014). *Calidad del servicio de la empresa de transportes urbanos los chinos S.A. Villa El Salvador, 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo.
- Galviz, G. (2011). *Calidad en la Gestión de Servicios*. Universidad Rafael Urdaneta: Maracaibo: Fondo Editorial
- Grande. I. (2000). *Marketing de los servicios*. (3^a .ed.). Madrid: ESIC
- Griffin, R. (2011). *Administración*. (10^o edición). Cruz Manca: Cengage Learning.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista. (2003). *Metodología de investigación*. (3^a .ed.). Santa Fe: Mc Graw Hill Educación

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta. Ed.). Santa Fe: Mc Graw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). Santa Fe: McGraw Hill.

Hoffman, k. & Bateson, J. (2011). *Marketing de servicio: conceptos, estrategias y casos*. (4ta edición). Santa Fe: Cengage Learning.

León, J. & Pitalua, E. (2011). *Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena*. (Tesis de pregrado). Universidad de Cartagena. Recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1421/1/tesis%20aprobada%20terminal%20de%20transporte.pdf>

Lira, J. (7 de marzo del 2014). “Hay que sostener el uso de transporte público con servicios de calidad”. [http:// www.Gestión.pe](http://www.Gestión.pe). Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/hay-sostener-transporte-publico-servicios-calidad-6014>

Monje. C. (2011) *Metodología de la Investigación cuantitativa y cualitativa Guía didáctica*. Universidad de Surcolombiana. Colombia. Recuperado de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Monsalve, H. & Dueñas, D. (2009). *Modelación de preferencias declaradas para la obtención de indicadores de la calidad del servicio de transporte público colectivo urbano*, vol. 8, núm, 2, julio-diciembre, 2009, pp. 113-125, Universidad de Industrial de Santander Bucaramanga, Colombia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553756879006>

- Mora, E. y Effio, M. (2008) “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de la empresa Turismo J.A. Paraíso Chimbote – 2018*” (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, Perú. Recuperado por <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/19138>
- Requema, M y Serrano, G. (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talentos*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>
- Rubio, G. (2014). *La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*, vol. 30, núm, 52, julio-diciembre , 2014, pp. 54-64. Universidad del Valle, Colombia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225033236006>
- Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic Editorial.
- Skrhoeder, R, Meyer, S & Rungtusanathan, J (2011) *Administración de operaciones*. (5ª edición). Santa Fe: Mc Graw Hill.
- Valderrama, A. (2017). *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la Empresa de Bienes y Servicios para el Hogar S.A.C. “CARSA” en Chimbote-2017*. (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18876/valderrama_ha.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zambrano, J. (2008). *La gestión de la calidad en el servicio que prestan al cliente las pequeñas empresas de transporte de carga pesada ubicada en la zona industrial II de Barquisimeto*. (Tesis de postgrado). Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado

Zeithaml, V. & Bitner, M. (2002). *Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. (2^a edición) Santa Fe: Mc Graw Hill.

ANEXO

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

Título de investigación	Problema de investigación	Objetivos	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medida
Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019	¿Cómo es la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019?	<p>Objetivo general Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019.</p> <p>Objetivo específicos -Analizar el nivel de elementos tangibles que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019. - Analizar el nivel de confiabilidad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019. - Analizar el nivel de capacidad de respuesta que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019. - Analizar el nivel de seguridad que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019. - Analizar el nivel de empatía que tiene la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019. - Formular una propuesta de calidad de servicio para la empresa de transporte America Express S.A. Casama, 2019.</p>	Galviz (2011) define como “la calidad de servicio es el conocimiento adquirido por los clientes frente al servicio ofrecido que brinda la organización a un largo plazo. Dentro de ello se considera varios aspectos como la cortesía, rapidez en la entrega del producto, precios justos, etc. Este aspecto es evaluado por el mismo cliente mediante la respuesta a sus expectativas y necesidades”.(p.124).	La calidad de servicio es lo que los consumidores quieren de un producto o servicio que garanticen calidad. Se obtendrá mediante una recolección de datos (cuestionario) y se determinará mediante las siguientes dimensiones como: los elementos tangibles, la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de la empresa.	Elementos tangibles	Equipos	1, 2	Ordinal
						Materiales de comunicación	3, 4	
						Apariencia del personal	5	
					Confiabilidad	Resolución de problemas	6	
						Cumplimientos de los servicios prometidos	7, 8, 9	
						Realizar el servicio	10	
						Ausencia de errores	11	
					Capacidad de respuesta	Disposición al brindar el servicio	12, 13,14	
						Expectativas de los colaboradores	15, 16	
						Rapidez en atención	17	
					Seguridad	Profesionalidad	18	
						Credibilidad	19	
						Seguridad física	20, 21	
					Empatía	Accesibilidad	22,23,24	
						Comunicación	25	
Comprensión del cliente	26, 27,28							

ANEXO 2: CUESTIONARIO

CUESTIONARIO PARA ANALIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE AMERICA EXPRESS S.A. CASMA, 2019

INSTRUCCIONES: Reciba un cordial saludo y agradecimiento por unos minutos de su tiempo para realizar esta encuesta con fines de investigación, a continuación, se presentarán un cuestionario de 28 items, marcar con una X en el cuadro de acuerdo a su criterio y lea con atención.

1	2	3
Bueno	Regular	Malo

Elementos tangibles	1	2	3
1. ¿Cree usted que los equipamientos de los buses son modernos y accesibles?			
2. ¿Cree usted que en los buses los asientos están distribuidos con el espacio adecuado?			
3. ¿Cree usted que los números telefónicos, email están en lugares visibles del bus?			
4. ¿Cree usted que los avisos y letreros están designados en lugares visibles en la agencia?			
5. ¿Cree usted que el choferes y cobradores en su vestimenta son adecuados y limpios?			

Confiabilidad	1	2	3
6. ¿Cree usted que los choferes y cobradores tienen la capacidad para solucionar problemas presentados en el bus?			
7. ¿Cree usted que los choferes cumplen con las normas de viajes ofrecidas como velocidad máxima o recojo de pasajeros?			
8. ¿Cree usted que los choferes cumplen con la velocidad establecida en la ruta y aceptada por la empresa?			
9. ¿Cree usted que los choferes cumplen con los horarios de salida y llegada?			
10. ¿Cree usted que los trabajadores tienen interés, al momento de efectuar un servicio?			
11. ¿Cree usted que los trabajadores disminuyen errores voluntariamente en la atención que ofrecen al cliente?			

Capacidad de respuesta	1	2	3
12. ¿Cree usted que los horarios que brinda la empresa se adecuan a las necesidades?			
13. ¿Cree usted que los trabajadores tienen suficiente conocimiento y experiencia para responder a las preguntas?			
14. ¿Cree usted que la empresa brinda un buen servicio al momento de subir al bus?			
15. ¿Cree usted que la empresa America Express S.A cumple sus expectativas?			
16. ¿Cree usted que los choferes y cobradores cumplen con sus expectativas al momento de brindarle el servicio?			
17. ¿Cree usted que sus dudas son atendidos rápidamente?			

Seguridad	1	2	3
18. ¿Cree usted que los cobradores son amables y profesionales en la atención?			
19. ¿Cree usted que los choferes y cobradores transmiten seguridad?			
20. ¿Cree usted que las instalaciones son seguras?			
21. ¿Cree usted que los buses están implementados con medidas de seguridad como extintores o salidas de emergencias?			

Empatía			
22. ¿Cree usted que la empresa de transporte America Express S.A ofrece horarios de acuerdo a sus necesidades?			
23. ¿Cree usted que los horarios de atención en la agencia es adecuado?			
24. ¿Para usted la empresa de transporte America Express S.A. le facilita un trámite de postergación de pasaje?			
25. ¿Cree usted que los trabajadores tienen una buena comunicación en trabajo en equipo?			
26. ¿Cree usted que los choferes y cobradores están dispuesto en ayudar a los pasajeros?			
27. ¿Cree usted que los trabajadores son tolerantes con los pasajeros?			
28. ¿Cree usted que los trabajadores tratan con respeto y comprensión a los usuarios?			

ANEXO 3: FICHA TÉCNICA CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO

I. DATOS INFORMATIVOS

Técnica e instrumento: Encuesta / Cuestionario

Nombre del instrumento: Cuestionario “Calidad de Servicio”

Autor original: Diana Carolina Camones León

Forma de aplicación: Individual

Medición: Calidad de Servicio

Administración: Usuarios de la empresa de transporte America Express S.A. Casma

Tiempo de aplicación: 15 minutos

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO

“Determinar el nivel de la calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019”

III. RECATEGORIZACIÓN DE NIVELES

En esta investigación para el análisis de datos se procedió a recategorizar las escalas de la siguiente manera:

<i>Escala de likert</i>	<i>Recategorización de escala</i>	<i>Rangos</i>
Totalmente de acuerdo	Bueno	[0-33]
Parcialmente de acuerdo		
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Regular	[34-65]
Parcialmente en desacuerdo	Malo	[66-100]
Totalmente en desacuerdo		

ANEXO 4: BASE DE DATOS

Items	Elementos tangibles					Confiabilidad						Capacidad de respuesta						Seguridad				Empatia							
clientes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	1	3	3	3	1	3	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	
2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	
3	1	1	1	3	1	2	2	3	1	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	
4	1	1	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	1	3	3	1	1	2	1	1	2	1	3	1	1	1	
5	1	3	1	1	1	1	2	3	1	3	3	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	
6	3	3	1	1	1	2	2	1	1	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	1	2	1	
7	3	3	1	1	1	1	2	3	1	1	3	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
8	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
9	3	3	1	1	1	1	2	2	1	3	3	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
10	3	3	1	1	1	2	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
11	3	3	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	1	1	
13	3	3	3	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
14	3	3	3	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	
15	3	3	3	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	
16	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	
17	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	1	1	1	
18	1	3	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	
19	1	3	1	1	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	3	2	3	1	
20	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	3	2	3	2	1	1	
21	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	1	1	
22	1	3	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	2	3	2	3	2	1	1	
23	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
24	1	3	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	2	3	2	3	1	
25	1	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	
26	1	3	1	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	3	3	1	3	2	1	1	
27	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	2	2	3	1	
28	1	3	1	3	3	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	
29	1	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	3	1	
30	1	3	1	2	3	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	1	2	1	1	1	
31	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	2	2	2	1	1	
32	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	1	2	1	3	
33	1	3	1	1	1	2	1	1	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	3	1	

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

76	2	1	1	1	1	3	1	3	1	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	
77	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2		
78	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	
79	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	
80	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	1	2	2	
81	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	
82	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	3	2	3	1	1	1	3	2	3	3	1	1	2	2	
83	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	3	3	
84	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	3	3	1	1	2	3	
85	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	
86	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	1	2	3	3	3	3	1	3	
87	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	
88	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	2	3	1	3	3	1	3	
89	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
90	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	2	3	1	1	3	3	3	
91	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	1	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	3	3	2	1	
92	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	
93	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	2	2	
94	3	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	3	2	
95	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	2	
96	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2
97	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	3	1	3	1	3	2
98	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	3	3
99	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	3	1	
100	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	3	1	3	3	1	
101	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3	1	
102	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	3	1	3	3	2	
103	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	2	1	2	3	1	1	3	1	3	2	2	3	3	3	1	
104	1	2	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	1	2	3	3	1	1	3	1	1	
105	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	3	2	2	3	3	1	1	
106	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	
107	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	2	3	1	1	1	2	1	3	1	1	
108	1	2	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	
109	3	2	1	1	2	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	3	2	2	3	1	1	1	2	1	3	1	2	
110	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	3	1	2	1	2	2	
111	3	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	3	1	2	
112	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	
113	3	2	1	1	2	3	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	2	
114	2	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	

115	2	2	1	1	2	3	3	1	1	1	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2
116	2	1	1	1	1	2	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1
117	1	2	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	2
118	2	1	1	1	2	2	3	1	1	3	1	3	3	1	3	2	3	2	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1
119	2	2	1	1	2	3	1	1	1	3	3	3	2	1	3	1	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1
120	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3
121	1	2	2	1	2	3	1	1	1	3	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
122	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
123	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	3	2	2	3	1	2	1	2	3	2
124	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	1	2	2	3	1	3
125	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	3	1	2	1	1	1	3	1	1	2
126	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	3	1	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3
127	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	2	3	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	2
128	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	1	3	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3
129	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
130	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3
131	1	2	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	3	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1
132	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	1	3	2	2	1	3	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	3
133	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
134	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1
135	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1
136	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	3	2	2	1	1
137	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3	2	1	3	1	2	1	2	2	1	3	3	2	1	1
138	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	2	3	1	3	2	2	1	2	
139	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	3	3	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
140	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
141	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	3
142	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	3	1	1	2	2	1	2
143	1	3	2	1	1	3	1	1	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	2	1	3	1	3	1	2	2	1	3
144	1	2	2	1	1	2	2	3	1	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2	1	2
145	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	2	1	3	1	2	1	3	3	1	3	2	1	1	1
146	3	1	1	1	1	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1	3	3	1	2	2	1	1	2
147	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
148	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
149	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1
150	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	1	1	1	1
151	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1
152	3	1	1	1	2	2	1	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1
153	1	1	1	2	3	3	1	1	3	3	2	2	1	3	2	1	3	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1

154	1	1	1	2	2	2	2	3	1	3	2	2	1	2	2	3	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
155	1	3	1	3	1	3	3	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1
156	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	2	3	1	2	3	1	2	2	1	3	2	3	1	1	1	3	1	2	
157	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	3	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	
158	1	1	1	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	1	3	1	1	2	1	1	1	3	1	3	3	1	1	2	
159	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	
160	1	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	3	3	1	1	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	
161	1	1	1	2	1	2	1	2	2	3	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
162	1	1	1	2	3	1	2	3	2	3	2	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
163	1	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	
164	1	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
165	3	1	1	2	2	1	1	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	
166	1	1	1	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
167	3	1	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
168	1	1	3	3	2	1	2	3	1	3	1	3	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
169	1	1	3	3	1	1	1	1	2	3	2	3	2	2	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
170	3	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
171	1	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
172	1	1	2	1	2	1	1	1	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
173	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
174	1	1	2	2	1	1	1	1	3	3	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1
175	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1
176	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
177	1	1	1	1	2	1	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
178	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
179	1	1	1	1	2	1	2	1	3	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
180	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
181	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1
182	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	3	3	2	2	1	1
183	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1
184	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	2	3	3	3	1	2	1	1
185	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	2	2	2	3	3	2	2	1	1
186	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	3	1	3	3	3	1	3	1	1
187	1	1	1	1	1	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
188	1	1	1	1	1	2	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
189	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
190	1	1	1	1	1	1	3	2	3	3	3	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1
191	1	1	1	3	1	1	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
192	1	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	3	1	1

193	1	1	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	3	3	3	1	1	1	1	
194	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	
195	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	3	2	3	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	
196	1	1	1	1	1	3	2	1	3	3	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	1	1	
197	1	1	1	1	1	2	2	1	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	
198	1	1	2	1	2	2	3	1	3	3	1	1	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	
199	1	1	1	1	1	2	2	1	3	2	1	2	3	1	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
200	1	1	1	1	1	2	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
201	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
202	1	1	1	1	2	1	3	3	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1	
203	1	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
204	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
205	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1
206	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
207	1	1	1	1	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1
208	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3
209	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3
210	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	1	3	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3
211	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3
212	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3
213	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	3	1	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	3
214	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3
215	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3
216	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
217	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1

ANEXO 5: BASE DE DATO DE LA PRUEBA PILOTO DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

N° ENCUESTADO	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23	Item 24	Item 25	Item 26	Item 27	Item 28
1	3	3	3	3	2	3	1	1	3	1	3	3	1	3	3	3	1	3	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1
2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
3	1	1	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	3	1	3	2	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1
4	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	1	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
5	1	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	1	1	2	2	3	3	1	2	1	2	3	1	2	1	1
6	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	1	2	3	3	2	2	1
7	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	2	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	2	3	1	2	1	1
8	3	3	1	3	3	3	3	1	1	1	3	2	3	3	1	2	1	3	3	1	1	2	1	3	1	1	1	1
9	3	3	1	2	3	1	2	2	1	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	1	1	1	2	3	1	1	1	1
10	3	3	1	1	1	2	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] \quad \alpha \longrightarrow 0.82$$

K : El número de ítems
Si^2: Sumatoria de Varianzas de los Items
ST^2 : Varianza de la suma de los Items
α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

ANEXO 6: VALIDACIONES

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVQUAL - Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

OBJETIVO: Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

DIRIGIDO A: Los clientes que viajan en la empresa de transportes America Expres S.A Casma, 2018

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		✓		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *Aguilar Sánchez Sonia*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : *Magister*

[Firma]
Mgtr.
DNI: 32963014

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVQUAL - Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

OBJETIVO: Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

DIRIGIDO A: Los clientes que viajan en la empresa de transportes America Expres S.A Casma, 2018

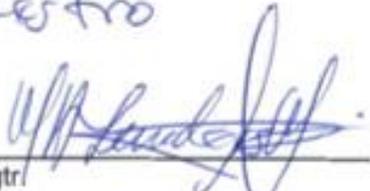
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Buero	Muy bueno	Excelente
				

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Landers Moscol Mario Arturo

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Maestro

Mgtr/
DNI:


18091673

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignale una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVQUAL - Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

OBJETIVO: Determinar el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2018.

DIRIGIDO A: Los clientes que viajan en la empresa de transportes America Expres S.A Casma, 2018

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

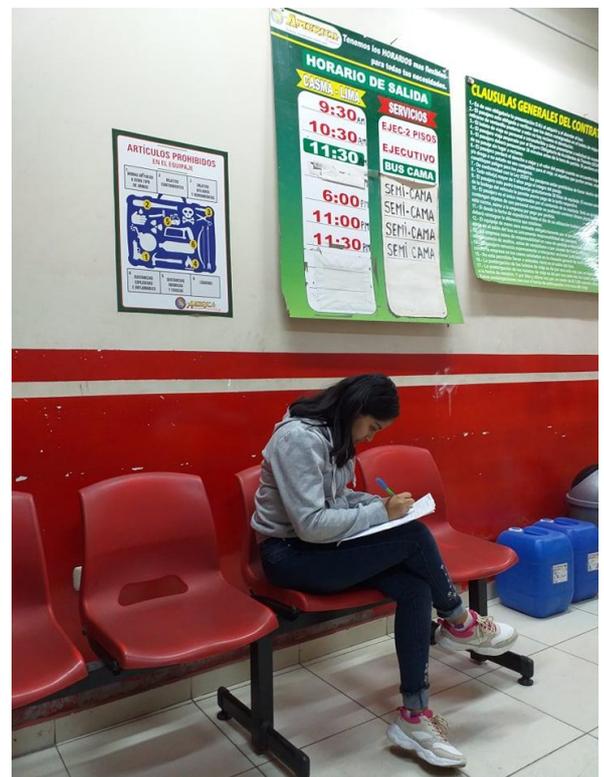
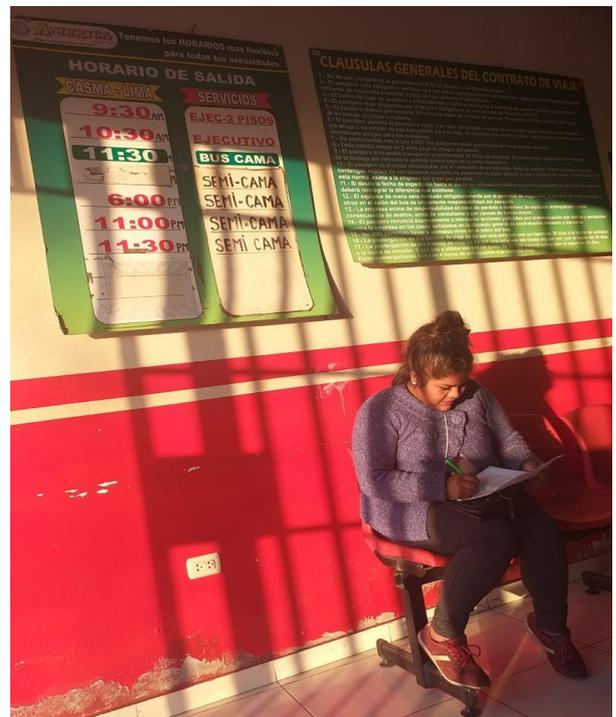
Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *Chacon Armas Edinson Miguel*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : *Migester*


Mgtr. *Edinson Miguel Chacon Armas*
DNI: *25573328*

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

ANEXO 7: FOTOS



ANEXO 8: HOJA DE RESUMEN DEL TURNITIN

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Randall Manolo Gutierrez Chilca, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Chimbote, revisor (a) de la tesis titulada:

“Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A. Casma, 2019”; de la estudiante Camones León Diana Carolina, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 17 de julio del 2019.



Firma

Randall Manolo Gutiérrez Chilca

DNI: 41942904

ANEXO 9: CAPTURA DE PANTALLA DE TURNITIN

The screenshot displays a document in Turnitin's Feedback Studio. The document is from Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración. The title is 'TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN'. The author is Diana Carolina Camones León. The document has 30 matches. The sidebar on the right shows a 'Resumen de coincidencias' panel with a 30% match rate and a list of 5 sources.

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Calidad de servicio de la empresa de transporte America Express S.A Casma, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
Camones León, Diana Carolina
(<https://orcid.org/0000-0002-9894-5357>)

ASESOR METODOLÓGICO:
Mgtr. Gutiérrez Chilca, Randall Manolo
(<https://orcid.org/0000-0003-2114-3724>)

ASESOR TEMÁTICO:

Resumen de coincidencias

30 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	21 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
4	frasesportifrases.blogs... Fuente de Internet	1 %
5	vie.uis.edu.co Fuente de Internet	1 %

ANEXO 10: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL

ANEXO 9: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo Diana Carolina Camones León identificado con DNI N° 76551704. Egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado : “ CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE AMERICA EXPRESS S.A. CASMA, 2019”; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art.23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



Diana Carolina Camones León
DNI: 76551704

FECHA: 17 de Julio del 2019

ANEXO 11: AURTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CAMONES LEÓN DIANA CAROLINA

INFORME TÍTULADO:

CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE AMERICA EXPRESS S.A.
CASMA, 2019

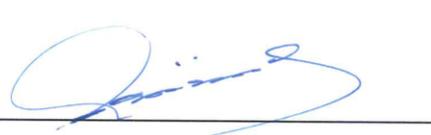
PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 10/07/2019

NOTA O MENCIÓN: Dieciséis (16)




DR. MANUEL ANTONIO ESPINOZA DE LA CRUZ

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN