

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

**“Análisis de la calidad de servicio en la estación de
servicios Petro Selva S.A.C. del distrito de La Morada, periodo
2024”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORA: Caso Tacuche, Mabel Amanda

ASESOR: Anibal Rivero, Rafael Antonio

HUÁNUCO – PERÚ

2024

U

D

H

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión Administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título
Profesional de Licenciada en Administración de
Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 72631751

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 41693326

Grado/Título: Doctor en gestión empresarial

Código ORCID: 0000-0003-1423-2737

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Campos Salazar, Oscar Augusto	Grado de doctor en ciencias económicas y sociales	22409462	0000-0003-2105-8474
2	Quijano Zerpa, Sally Jaqueline	Doctor en administración	44864629	0000-0003-4785-230X
3	Gonzales Acuña, Martin Moises	Maestro en ciencias administrativas con mención en: gestión publica	22512599	0000-0002-6062-6705



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

P.A. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **8:30 horas del día 20 del mes de setiembre del año 2024**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

Dr. Oscar Augusto Campos Salazar
Dra. Sally Jaqueline Quijano Zerpa
Mtro. Martín Moisés Gonzales Acuña

Presidente
Secretaria
Vocal

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 925-2024-D-FCEMP-PAAE-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: **"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS PETRO SELVA S.A.C. DEL DISTRITO DE LA MORADA, PERIODO 2024"**, presentada por la Bachiller, **CASO TACUCHE, Mabel Amanda**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola Aprobada con el calificativo cuantitativo de 13 TRECE y cualitativo de SUFICIENTE (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 9:30am horas del día **20 del mes de setiembre del año 2024**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Dr. Oscar Augusto Campos Salazar

DNI: 22409462

Código ORCID: 0000-0003-2105-8474

PRESIDENTE


Dra. Sally Jaqueline Quijano Zerpa

DNI: 44864629

Código ORCID: 0000-0003-4785-230X

SECRETARIA


Mtro. Martín Moisés Gonzales Acuña

DNI: 22512599

Código ORCID: 0000-0002-6062-6705

VOCAL



VICERRECTORADO DE
INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: MABEL AMANDA CASO TACUCHE, de la investigación titulada "Análisis de la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del distrito de La Morada, Periodo 2024", con asesor RAFAEL ANTONIO ANIBAL RIVERO, designado mediante documento: RESOLUCIÓN N° 576-2024-D-FCOMP-PAAE-UDH P. A. de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 18 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 13 de agosto de 2024



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



FERNANDO F. SILVERIO BRAVO
D.N.I.: 40618286
cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

Caso Tacuche, Mabel Amanda.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

QUIROZ ZUNIGA OSCAR. "DIA del Proyecto Instalación de una Estación de Servicios con Gasocentro de GLP para Uso Automotor-IGA0017092", R.D.R. N° 55-2021-GRH-GRDE-DREM-DR, 2022

Publicación

3%

2

repositorio.udh.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

distancia.udh.edu.pe

Fuente de Internet

2%

4

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

1%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO,
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



FERNANDO F. SILVERIO BRAVO
D.N.I.: 40618286
cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

DEDICATORIA

Esta investigación va dirigido a mis padres, quienes me inculcaron buenos valores, brindándome siempre su apoyo y confianza en los diferentes retos que afronté a lo largo de mi vida, gracias a ello pude culminar con satisfacción mi carrera profesional y estar hoy presentando esta tesis para mi título profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al altísimo por habernos guiado en el diario vivir hasta el día de hoy.

Seguidamente, agradecer a la Universidad, que me acogió durante mi etapa de aprendizaje.

A toda la fila de docentes profesionales de la facultad de ciencias empresariales por sus conocimientos brindados.

Finalmente, a la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, por brindarme toda la información necesaria para culminar con éxito la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I.....	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	16
1.2.1. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	16
1.3. OBJETIVOS	17
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	18
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	18
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	18
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	20
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	20
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	21
2.2. BASES TEÓRICAS	21
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO.....	21
2.2.2. MODELO SERVPERF.....	22

2.2.3. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO	22
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	29
2.4. VARIABLE	31
2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	31
CAPÍTULO III	33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.1.1. ENFOQUE.....	33
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	33
3.1.3. DISEÑO.....	34
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
3.2.1. POBLACIÓN	35
3.2.2. MUESTRA.....	35
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ...	36
3.3.1. TÉCNICA.....	36
3.3.2. INSTRUMENTO	36
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	37
CAPÍTULO IV.....	38
RESULTADOS.....	38
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	38
CAPÍTULO V.....	56
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	56
5.1.1. RESPECTO A LOS ANTECEDENTES	56
5.1.2. CON LAS BASES TEÓRICAS	59
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
ANEXOS.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	31
Tabla 2 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siempre encuentro disponible el tipo de combustible que deseo adquirir.....	38
Tabla 3 La exactitud en la facturación por parte de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio.....	39
Tabla 4 Considero que el precio del combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual	40
Tabla 5 Considero que el precio que se me cobra por el combustible en el comprobante de pago coincide con el precio anunciado en la estación de servicios.....	41
Tabla 6 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos de manera puntual.....	42
Tabla 7 El tiempo que debo esperar en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. para ser atendido es razonable	43
Tabla 8 La reposición de combustible en las bombas de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se realiza de manera ágil.....	44
Tabla 9 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., es sencillo obtener información clara sobre los productos y servicios ofrecidos	45
Tabla 10 Las medidas de seguridad en la manipulación de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la integridad y el bienestar de los clientes	46
Tabla 11 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. proporciona información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en sus instalaciones	47
Tabla 12 Durante mis transacciones en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., percibo un ambiente seguro y protegido.....	48
Tabla 13 El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento	49

Tabla 14 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siento que mi atención y servicio son adaptados a mis necesidades y preferencias individuales	50
Tabla 15 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una atención personalizada y adaptada a mis necesidades individuales	51
Tabla 16 Las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas.....	52
Tabla 17 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene un alto nivel de limpieza y orden en sus instalaciones y áreas comunes	53
Tabla 18 El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. presenta una uniformidad adecuada en su vestimenta y una apariencia personal cuidada	54
Tabla 19 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. vende un precio justo la gasolina a pesar de la distancia que se encuentra	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siempre encuentro disponible el tipo de combustible que deseo adquirir.....	38
Figura 2 La exactitud en la facturación por parte de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio.....	39
Figura 3 Considero que el precio del combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual	40
Figura 4 Considero que el precio que se me cobra por el combustible en el comprobante de pago coincide con el precio anunciado en la estación de servicios.....	41
Figura 5 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos de manera puntual.....	42
Figura 6 El tiempo que debo esperar en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. para ser atendido es razonable	43
Figura 7 La reposición de combustible en las bombas de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se realiza de manera ágil.....	44
Figura 8 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., es sencillo obtener información clara sobre los productos y servicios ofrecidos	45
Figura 9 Las medidas de seguridad en la manipulación de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la integridad y el bienestar de los clientes	46
Figura 10 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. proporciona información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en sus instalaciones	47
Figura 11 Durante mis transacciones en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., percibo un ambiente seguro y protegido.....	48
Figura 12 El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento	49
Figura 13 En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siento que mi atención y servicio son adaptados a mis necesidades y preferencias individuales	50

Figura 14 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una atención personalizada y adaptada a mis necesidades individuales	51
Figura 15 Las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas.....	52
Figura 16 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene un alto nivel de limpieza y orden en sus instalaciones y áreas comunes	53
Figura 17 El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. presenta una uniformidad adecuada en su vestimenta y una apariencia personal cuidada.....	54
Figura 18 La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. vende un precio justo la gasolina a pesar de la distancia que se encuentra	55

RESUMEN

El estudio denominado "Análisis de la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. en el distrito de la Morada" se propuso como fin analizar la calidad de servicio en mencionada compañía, en el periodo 2024. Se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo para detallar las particularidades de los servicios ofrecidos. El diseño utilizado fue no experimental de corte transversal. La población fue compuesta por 1600 clientes y la muestra se seleccionó de forma no probabilística, teniendo un tamaño de 229 clientes. Se utilizaron técnicas de recopilación de datos como la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado. En conclusión, los resultados obtenidos permitieron hallar áreas donde se puede optimizar la calidad de servicio de la estación, brindando datos valiosos que ayuden a tomar buenas decisiones y a la implementación de métodos correctivos.

Palabras claves: servicio al cliente, evaluación, satisfacción, gestión de calidad, experiencia del cliente

ABSTRACT

The study called "Analysis of the quality of service at the Petro Selva S.A.C. Service Station in the La Morada district" was intended to analyze the quality of service in said company, in the period 2024. It was carried out under a quantitative, with a descriptive scope to detail the particularities of the services offered. The design used was a non-experimental cross-sectional design. The population was composed of 1600 clients and the sample was selected in a non-probabilistic way, having a size of 229 clients. Data collection techniques such as surveys were used and the instrument was a structured questionnaire. In conclusion, the results obtained allowed us to find areas where the quality of service of the station can be optimized, providing valuable data that helps make good decisions and implement corrective methods.

Keywords: customer service, evaluation, satisfaction, quality management, customer experience

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio en las estaciones de servicio es un tema de interés global debido a la consecuencia en la satisfacción del usuario y la competencia de las empresas en este sector. En este contexto, la presente investigación se enfoca en analizar la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. ubicada en el distrito de La Morada. La investigación se centró en el problema de hallar las áreas de mejora para optimizar la experiencia del usuario y fortalecer el enfoque competitivo de la empresa. En este sentido, el problema general se formula como la necesidad de valorar y optimizar la eficacia del servicio en la mencionada estación.

La justificación de esta investigación radica en la importancia de garantizar la satisfacción del usuario y la fidelización en un mercado altamente competidor. Mejorar el servicio no solo impacta en la percepción de la marca por parte de los clientes, sino que también puede influir en la rentabilidad y sostenibilidad del negocio a largo plazo. El propósito de este estudio fue evaluar la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C.

En cuanto al contenido se estructuro en capítulos que se detallaron de la siguiente manera, capítulo I aborda la descripción problemática, se formuló el problema general y los específicos, también la justificación del estudio. El segundo capítulo narra el marco teórico, incluyendo antecedentes, bases teóricas, definición de conceptos y la operacionalización. El tercer capítulo detalla la metodología, donde se consideró el enfoque, alcance, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos utilizados, y las fuentes de información. En el siguiente capítulo están los resultados obtenidos del estudio. Asimismo, en el quinto capítulo se expone la discusión de resultados. Finalmente se formulan las conclusiones del trabajo, destacando las implicaciones prácticas y las recomendaciones para futuras investigaciones.

En cuanto a los métodos y técnicas empleados, se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. La población de estudio fueron los clientes de la compañía ya mencionada y la muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico. Se emplearon las encuestas y observación

directa como técnica para recopilar datos, y el principal instrumento fue un cuestionario estructurado. Las fuentes de información incluyeron estudios previos, literatura especializada y datos recopilados durante la pericia.

En el proceso de desarrollo, se identificaron algunas limitaciones, como el tamaño de la muestra y la disponibilidad de información. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, se lograron obtener resultados significativos que permitieron cumplir con los objetivos planteados. En conclusión, este estudio proporciona información valiosa para la mejora continua de la calidad de servicio, contribuyendo a la satisfacción del usuario y la competencia empresarial.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La calidad del servicio en las estaciones de servicio es un tema de interés global debido a su impacto en la satisfacción del usuario y la competitividad de las empresas en este segmento de mercado. La competitividad en este mercado está estrechamente ligada a la capacidad de las empresas para ofrecer un servicio eficiente y confiable, que no solo cumpla con las necesidades básicas de suministro de combustible, sino que también exceda las expectativas del cliente en términos de comodidad, seguridad y atención al cliente.

La calidad es un factor crucial que todo empresario debe considerar al iniciar o gestionar una empresa, especialmente cuando se trata de la calidad en el servicio. Esto se debe a que los clientes son el motor económico de la empresa y la razón principal de su existencia. Es fundamental proporcionar capacitación a gerentes, dueños y responsables de estas empresas para que adquieran los conocimientos esenciales sobre los componentes de la cultura empresarial, enfocándose particularmente en la calidad del servicio como una herramienta para distinguirse de la competencia. Para alcanzar la excelencia en el servicio, las empresas deben tener una comprensión sólida de lo que implica ser una organización, conocer en profundidad los productos y servicios que ofrecen, y asegurarse de que su equipo de ventas esté bien preparado para vender, entendiendo y aplicando los principios de calidad en el servicio.

En ese sentido, Ruilova et al. (2021) identifican varios problemas y desafíos comunes que dañan la calidad de servicio, entre los que resaltan: Disponibilidad de productos y servicios; toda vez que la satisfacción de los clientes en la industria de estaciones de servicio se ve influenciada por la disponibilidad de los productos, en este caso, combustibles para vehículos automotores, así como por la calidad de los servicios asociados a la venta minorista de estos productos. Asimismo, está la atención al cliente y eficiencia

en la solución de problemas; la atención al cliente y la eficacia en la absolución de problemas son aspectos críticos que impacta directamente como se ve la calidad del servicio, siendo esenciales para garantizar la satisfacción de los consumidores. Y finalmente, la eficiencia en la gestión de marketing y promoción; aspecto fundamental para atraer y retener clientes, así como para comunicar de manera efectiva los servicios ofrecidos y las promociones disponibles.

Por otra parte, en Perú, las estaciones de servicio enfrentan el desafío de ofrecer un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de los consumidores, garantizando no solo la provisión de combustibles, sino también una experiencia satisfactoria en términos de atención al consumidor, rapidez y condiciones de seguridad. En este contexto no solo se refiere a la transacción comercial, sino también a la experiencia global del cliente al interactuar con la estación de servicio.

En ese sentido Mancheno et al. (2023) proponen que, para calcular la calidad de servicio en una compañía de venta de combustibles para vehículos automotores, se pueden considerar los siguientes aspectos clave: realizar encuestas periódicas a los clientes para evaluar su nivel de satisfacción con el servicio recibido, incluyendo aspectos como atención al cliente, rapidez en el despacho, limpieza de las instalaciones, entre otros. Monitorear y medir los tiempos de espera promedio en las cajas de pago y en las islas de despacho de combustible, con el objetivo de identificar y reducir los cuellos de botella.

Evaluar la limpieza y el estado de conservación de las instalaciones, incluyendo las áreas de despacho, baños, tiendas de conveniencia, etc. Verificar que las estaciones de servicio cuenten con las medidas de seguridad adecuadas, tanto para los clientes como para los empleados, y que las instalaciones sean accesibles para personas con discapacidad, entre otros.

En el ámbito local, la compañía se ubica en la Morada – Marañón - Huánuco; enfrenta varios desafíos en relación con la calidad del servicio ofrecido a sus consumidores. Estos desafíos se pueden analizar en términos de cinco dimensiones clave de la calidad del servicio. El primero es el referido

a la confiabilidad del servicio, que verse comprometida por problemas como la inconsistencia en la calidad del combustible suministrado, las interrupciones en el servicio debido a fallas técnicas o la falta de disponibilidad de ciertos productos. La segunda dimensión es la capacidad de réplica de la compañía para atender las necesidades y demandas de los usuarios puede ser deficiente, especialmente en momentos de alta demanda o emergencias. Una tercera dimensión, es la referida a la falta de medidas adecuadas de seguridad, como iluminación insuficiente, sistemas de vigilancia inadecuados o la ausencia de protocolos de emergencia claros, puede generar preocupaciones entre los clientes y afectar su experiencia en la estación.

Por otra parte, en relación a la tangibilidad; la empresa presenta problemas como instalaciones deterioradas, equipos obsoletos o falta de limpieza pueden influir en la percepción de calidad del servicio. Y finalmente, la empatía hacia los clientes; la falta de atención personalizada, el trato indiferente o la falta de interés por resolver las inquietudes o necesidades de los clientes pueden llevar a una percepción negativa del servicio.

Por lo señalado anteriormente, se formuló el presente estudio que tuvo como fin analizar la calidad del servicio en la compañía en el Distrito de la Morada durante el período 2024. Este análisis nos dio por conclusión que la calidad de servicio en la compañía, es fundamental para evaluar la calidad del servicio ofrecido.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo es la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?

1.2.1. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo es la confiabilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?
- ¿Cómo es la capacidad de respuesta en el servicio en la Estación

de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?

- ¿Cómo es la seguridad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?
- ¿Cómo es la empatía en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?
- ¿Cómo es la tangibilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la confiabilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.
- Analizar la capacidad de respuesta en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.
- Analizar la seguridad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.
- Analizar la empatía en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.
- Analizar la tangibilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Se justificó teóricamente en el análisis y aplicación el método Servperf como base teórica principal. El método Servperf es usada para valorar la calidad del servicio en diversas fabricaciones y contextos empresariales, proporciona un marco integral para analizar y mejorar la experiencia del cliente en la estación de servicio. Al aplicar el método Servperf en esta investigación, se obtuvo información detallada y relevante sobre la calidad del servicio, lo que permitió hallar áreas optimizables y diseñar tácticas efectivas para alcanzar la satisfacción por parte de los consumidores de la compañía.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

En el ámbito práctico, se justifica en los beneficios tangibles para la empresa al identificar áreas de mejora y aumentar su competitividad, para los colaboradores al mejorar el ambiente laboral y brindar oportunidades de desarrollo profesional, y para los clientes al promover una experiencia mejorada, mayor satisfacción y seguridad en la estación de servicio, fortaleciendo así la relación empresa-cliente.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Desde el ámbito metodológico, se justificó en la aplicación de un diseño riguroso de investigación no experimental, con un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo, con el propósito de analizar la calidad del servicio. Se empleó un cuestionario estructurado como instrumento de investigación, diseñado con base en las dimensiones del método Servperf y los objetivos de la investigación, lo que constituye el aporte metodológico principal. Los resultados obtenidos servirán como valiosos antecedentes para futuros investigadores interesados en abordar temas relacionados con la calidad del servicio en el sector de las estaciones de servicio, proporcionando un marco de referencia sólido para investigaciones posteriores.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Una limitante importante de esta investigación fue la dificultad para la aplicación del cuestionario debido al tipo de servicio que ofrece la compañía, donde la permanencia de los consumidores en el punto de venta es breve y su atención se centra principalmente en la transacción de compra de combustible.

Y se dedujo en la obtención de respuestas completas y precisas por parte de los clientes. Sin embargo, esta limitante abordó un cuestionario corto, conciso y de fácil comprensión que se centre en los objetivos e indicadores identificados en la investigación, formulados en referencia a las bases teóricas. Además, se utilizó la plataforma de Google Forms para la aplicación del instrumento, lo que permitió a los clientes completar el cuestionario de forma rápida y conveniente, incluso después de abandonar el punto de venta. Esta combinación de estrategias ayudó a superar la limitante del tiempo de permanencia de los clientes en el punto de venta y garantizó la obtención de datos relevantes para el análisis de la calidad del servicio en la estación de servicio.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Se sustenta en aspectos como la accesibilidad a fuentes bibliográficas sobre calidad de servicio, permite sustentar teóricamente el estudio. Asimismo, la existencia de antecedentes de investigación en el área proporciona un marco sólido para el análisis y la discusión de resultados. Además, contar con la autorización de la empresa para llevar a cabo el estudio garantiza el acceso a los datos necesarios. Por último, la disponibilidad de recursos económicos por parte de la investigadora, asegura la capacidad para solventar los gastos que demande el desarrollo del estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Siavichay et al. (2023) “Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico”, artículo publicado en la revista científica Maskana de Ecuador. El objetivo de la investigación fue evaluar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en la empresa Tutto Freddo. El estudio tuvo un diseño cuantitativo y transversal, utilizando un cuestionario adaptado con 10 ítems basados en el modelo SERVQUAL. La población de interés fueron los clientes de la empresa, y la muestra se obtuvo a través de encuestas aplicadas en el Restaurante Ángelus. Se utilizó la escala Likert para medir la percepción de los clientes. Los investigadores concluyeron que la calidad del servicio percibida por los clientes influye en su lealtad hacia la empresa, destacando la importancia de brindar experiencias satisfactorias para ganar la fidelidad de los clientes.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

De la Cruz (2022) “Análisis de la calidad del servicio del hotel Bolívar en Lima Metropolitana año, 2022”, tesis para optar el Título Profesional Licenciada en Turismo, Hotelería y Gastronomía. El fin del estudio fue establecer la opinión de los usuarios sobre la calidad del servicio ofrecido en el Hotel Bolívar. El marco metodológico incluye un diseño no experimental de nivel descriptivo, de enfoque transversal. La población fue 120 huéspedes en el mes de mayo. Se utilizó la técnica de encuesta con el instrumento del cuestionario SERVQUAL. La principal conclusión obtenida por la investigadora fue que la atención en el hotel no es óptima debido al ruido presente, lo que sugiere la necesidad de mejorar este aspecto para cumplir con las expectativas de los usuarios y mantener la competitividad en el mercado hotelero.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Colqui (2022) “La calidad de servicio en la empresa Importaciones Domonti, Ambo – 2022”, para lograr el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas. El fin fue demostrar la importancia de la disposición para el servicio y proponer medios para fortificar la satisfacción del usuario en Importaciones Domonti. En cuanto al marco metodológico, se utilizó un estudio aplicado con enfoque cuantitativo y nivel descriptivo. Se empleó el modelo SERVPERF para recabar información. La principal conclusión a la que llegó la investigadora fue que mejorar la calidad en el grado de respuesta es fundamental para conseguir esquemas de calidad en la empresa estudiada.

Garay (2022) “Percepción de la calidad del servicio al cliente en el Hotel Green Paradise, Huánuco 2022”, tesis para lograr el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas. El fin de la investigación fue medir la percepción de la calidad del servicio al cliente. En cuanto al marco metodológico, fue de diseño no experimental de enfoque cuantitativo, un nivel descriptivo, una población de 90 clientes del hotel y una muestra igual a la población total. La técnica fue una encuesta con un cuestionario como instrumento. La principal conclusión a la que llegó la investigadora fue que la satisfacción del cliente está estrechamente relacionada con la calidad de los servicios brindados por el hotel, destacando la importancia de mejorar la calidad de las habitaciones para incrementar la satisfacción de los clientes.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO

Camisón et al. (2006) señalan que se refiere a la percepción que tienen los usuarios respecto a la excelencia, eficacia y satisfacción en la prestación de un servicio específico por parte de una organización. Implica el cumplimiento de las expectativas y necesidades, superando sus requerimientos básicos y generando una experiencia positiva que fomente la fidelización y recomendación hacia la empresa prestadora del

servicio.

Del mismo modo, Zeithaml et al. (1993) destacan que se fundamenta en la capacidad para cumplir y superar las expectativas de los usuarios, ofreciendo un servicio fiable, oportuno, seguro y personalizado. Incluye aspectos como la atención al cliente, la amabilidad del trabajador, la resolución eficaz de problemas y la creación de experiencias positivas que generen lealtad y satisfacción en los clientes.

En ese sentido, a partir del análisis de las definiciones de los autores antes mencionados, se deduce que abarca la percepción de los usuarios respecto a la excelencia, eficacia y satisfacción experimentada al recibir los servicios ofrecidos por la empresa. Esta variable implica cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes de manera sobresaliente, superando sus requerimientos básicos y generando una experiencia positiva que promueva la fidelidad de los clientes y su recomendación activa de los servicios de la estación de servicios.

2.2.2. MODELO SERVPERF

El modelo Servperf es una extensión del modelo Servqual que se centraliza en la evaluación del servicio mediante la percepción de desempeño, sin considerar las expectativas previas de los clientes. Se basa en la medición directa de la calidad percibida, en la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad (Camisón et al., 2006).

Asimismo, la pertinencia de utilizar el modelo Servperf como base teórica en la investigación radica en su enfoque objetivo y concreto para valorar la calidad de servicio, permitiendo una medición más precisa y específica respecto a la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa.

2.2.3. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

2.2.3.1. CONFIABILIDAD

La confiabilidad en el servicio, según Estrada (2007) involucra brindar de manera consistente y precisa los servicios prometidos a

sus clientes durante la atención. Implica la fiabilidad en la ejecución de los servicios, la precisión en la información proporcionada, y la capacidad de cumplir con las expectativas y compromisos establecidos, generando así confianza y credibilidad en la empresa por parte de los clientes.

Del mismo modo, Zeithaml et al. (1993) establecen que esta dimensión involucra demostrar fiabilidad en la ejecución de las operaciones de la empresa y en la entrega de los servicios acordados. Implica la capacidad de la empresa para cumplir con sus compromisos de manera confiable y sin errores, generando confianza y seguridad en los usuarios respecto a la calidad y consistencia de los servicios ofrecidos.

2.2.3.1.1. DISPONIBILIDAD CONSTANTE DE LOS TIPOS DE COMBUSTIBLE ANUNCIADOS

La disponibilidad constante de los tipos de combustible anunciados es la capacidad de la Estación de Servicios para mantener en todo momento los diferentes tipos de combustibles que promociona y anuncia a sus clientes. Este indicador implica que la estación de servicios debe tener un adecuado abastecimiento y manejo de inventario para garantizar que los clientes encuentren siempre disponibles los combustibles que esperan adquirir, contribuyendo así a la satisfacción del usuario y a la reputación de la compañía (Pérez et al., 2013).

2.2.3.1.2. EXACTITUD EN LA FACTURACIÓN

La exactitud en la facturación se refiere a la precisión y corrección con la que se emiten los documentos de cobro por los servicios o productos proporcionados a los clientes. Este indicador evalúa la adecuación entre lo registrado en la factura y lo acordado previamente, asegurando que no existan errores que puedan afectar la percepción de calidad del servicio (Summers, 2006).

2.2.3.1.3. CUMPLIMIENTO DE HORARIOS DE ATENCIÓN

De acuerdo con Estrada (2007) es la medida en la que la empresa logra atender a sus clientes dentro de los horarios establecidos. Este indicador evalúa la puntualidad y disponibilidad de la empresa para brindar sus servicios en los momentos acordados, lo que impacta directamente en la satisfacción y percepción de los clientes respecto a la eficiencia y fiabilidad del establecimiento

2.2.3.2. CAPACIDAD DE RESPUESTA

En palabras de Camisón et al. (2006) es la habilidad de la compañía para atender de modo ágil, oportuno y efectiva los requerimientos que hacen los consumidores. Esto implica la capacidad de la compañía para hacer frente de forma ágil y adecuada a las solicitudes, consultas o problemas, demostrando flexibilidad, prontitud y disposición para satisfacer las demandas de manera eficiente y satisfactoria.

A juicio de Gutiérrez (2010) es la disposición y agilidad de la compañía para atender de manera oportuna las necesidades de los usuarios, demostrando eficiencia en la prestación de servicios y la resolución de problemas de manera rápida y efectiva.

2.2.3.2.1. TIEMPO DE ESPERA EN LA ATENCIÓN

Se refiere al lapso de tiempo que los clientes deben esperar desde que llegan a la estación de servicios hasta que son atendidos para realizar sus transacciones relacionadas con la compra del producto u otros servicios ofrecidos.

Este indicador es crucial en la medición del servicio, ya que un tiempo de espera excesivo puede afectar la satisfacción del cliente y su percepción sobre la eficiencia y la atención recibida (Zeithaml et al.,1993).

2.2.3.2.2. RAPIDEZ EN LA REPOSICIÓN DE COMBUSTIBLE EN LAS BOMBAS

Este indicador evalúa la agilidad y prontitud con la que se repone el combustible en sus bombas para atender rápidamente a los usuarios, ello impacta en la complacencia de los consumidores al menorar el tiempo de demora y mejorar la experiencia de servicio en la estación (Estrada, 2007).

2.2.3.2.3. FACILIDAD PARA SOLICITAR Y RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS

Este indicador comprende la capacidad de los clientes para obtener de manera sencilla y clara detalles acerca de los productos y servicios ofrecidos en la estación de servicios. Este indicador implica que la empresa debe contar con canales de comunicación efectivos, personal capacitado y materiales informativos accesibles para que los usuarios puedan hacer consultas, aclarar dudas y obtener la información necesaria de forma rápida y precisa, contribuyendo así a una experiencia satisfactoria y transparente para los consumidores (Pérez et al., 2013)

2.2.3.3. SEGURIDAD

Camisón et al. (2006) proponen que esta dimensión abarca la capacidad de la empresa para certificar la protección y el bienestar de los clientes durante la prestación de los servicios. Esta dimensión implica asegurar un entorno seguro y confiable para los clientes, así como implementar medidas y protocolos que minimicen los riesgos y peligros potenciales, brindando tranquilidad y protección a quienes utilizan los servicios de la estación de servicios.

Desde la perspectiva de los autores, se destaca que esta dimensión se refiere a la percepción que tienen los clientes sobre la confiabilidad y protección que ofrece la estación de servicios en términos de la integridad física de los consumidores, la prevención

de riesgos y la garantía de un entorno seguro durante sus interacciones y transacciones en el establecimiento.

2.2.3.3.1. MEDIDAS DE SEGURIDAD EN LA MANIPULACIÓN DEL COMBUSTIBLE

Abarca las acciones y protocolos establecidos por la estación de servicios para garantizar la protección de los clientes, el personal y el entorno durante todas las etapas de almacenamiento, distribución y suministro de combustible, con el objetivo de prevenir accidentes, minimizar riesgos y asegurar un manejo seguro y eficiente de los productos inflamables (Estrada, 2007).

2.2.3.3.2. INFORMACIÓN CLARA SOBRE MEDIDAS DE SEGURIDAD

Se refiere a la comunicación precisa y comprensible proporcionada a los clientes sobre las precauciones y protocolos de seguridad implementados en la empresa, con el fin de garantizar la protección y bienestar de los usuarios y empleados (Gutiérrez, 2010).

2.2.3.3.3. SENTIMIENTO DE SEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES

Involucra la percepción de confianza y protección que experimentan los clientes al realizar transacciones en la Estación de Servicios Pastor S.R.L. en Huánuco durante el periodo 2024.

Evalúa la sensación de seguridad que los clientes tienen al interactuar con la estación de servicios, considerando aspectos como la integridad de las transacciones, la protección de datos personales y la confidencialidad en las operaciones realizadas, lo cual influye en la satisfacción y fidelización de los clientes (Summers, 2006).

2.2.3.4. EMPATÍA

Es la capacidad de la empresa y su personal para comprender, atender y satisfacer las necesidades, expectativas y emociones de los usuarios de manera personalizada y amable. Esta dimensión implica mostrar interés genuino por el bienestar y la satisfacción de los clientes, brindando un trato cordial, empático y personalizado en cada interacción (Zeithaml et al.,1993)

De la misma forma, Flores (2016) manifiesta que esta dimensión se define como la capacidad de la compañía para comprender y responder de manera sensible a las preocupaciones y emociones de los clientes, demostrando un genuino interés por su bienestar y mostrando una actitud empática en todas las interacciones.

2.2.3.4.1. AMABILIDAD Y CORTESÍA DEL PERSONAL

Jiménez et al. (2007) destacan que es la actitud y comportamiento de los empleados hacia los clientes, manifestada a través de gestos amables, trato respetuoso, disposición para ayudar y comunicación cordial.

Este indicador evalúa la capacidad del personal para generar una experiencia positiva en los clientes mediante un servicio atento y cortés, contribuyendo así a la satisfacción del usuario y a la percepción de calidad en la atención recibida.

2.2.3.4.2. PERSONALIZACIÓN EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Ferrer y Hartline (2012) enfatizan que la personalización en el servicio al cliente se refiere a la capacidad de adaptar y ajustar las interacciones y prestaciones de servicio de manera individualizada, respondiendo a las necesidades, preferencias y características específicas de cada cliente.

2.2.3.4.3. INTERÉS POR LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CADA CLIENTE

Capacidad de la compañía para demostrar una atención personalizada y adaptada a las necesidades individuales de cada cliente. Implica la disposición y la habilidad de la organización para comprender las demandas particulares de cada cliente, anticiparse a sus requerimientos y ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan de manera efectiva y eficiente sus necesidades específicas (Stanton et al., 2007).

2.2.3.5. TANGIBILIDAD

Es el aspecto físico de la infraestructura y cualquier otro elemento tangible que los clientes puedan percibir al interactuar con la estación de servicios. Esta dimensión implica la presentación visual, la limpieza, el estado de conservación y la modernidad de las instalaciones y equipos, así como la claridad y la calidad de la información brindada a los clientes (Zeithaml et al., 1993).

Igualmente, Lovelock (2004) afirman que esta dimensión comprende los exteriores físicos y perceptibles, el personal, la documentación y cualquier material de comunicación utilizados por la empresa.

2.2.3.5.1. ESTADO DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPOS DE DESPACHO DE COMBUSTIBLE

Involucra la evaluación de las condiciones físicas y operativas de las instalaciones y equipos utilizados para despachar combustible en la estación de servicios. Este indicador busca medir la adecuación, mantenimiento y funcionamiento de las instalaciones y equipos, lo cual impacta directamente en la eficiencia y seguridad de la operación de despacho de combustible y en la percepción de calidad por parte del usuario.

2.2.3.5.2. LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LA ESTACIÓN DE SERVICIOS

Se refiere a las actividades planificadas y ejecutadas para garantizar la higiene, orden y conservación de las instalaciones, equipos y áreas comunes de la estación de servicios, con el propósito de ofrecer un ambiente agradable, seguro y funcional para los clientes y el personal, contribuyendo así a la imagen positiva del establecimiento y al cumplimiento de estándares de calidad en el servicio prestado (Crosby,1998).

2.2.3.5.3. PRESENTACIÓN DEL PERSONAL

Es la apariencia física, uniformidad, actitud y comportamiento de los empleados que interactúan directamente con los clientes. Este indicador evalúa la imagen profesional y la cortesía del personal, lo cual influye en la percepción de calidad del servicio de los consumidores. (Lovelock y Wirtz, 2009).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Abastecimiento: Se refiere al proceso de adquisición, almacenamiento y distribución de los recursos necesarios, como combustible, lubricantes y otros productos (Gutiérrez, 2010).

Agilidad: Es la capacidad de la compañía para brindar un servicio rápido, eficiente y oportuno a sus consumidores. Este concepto implica la prontitud en la atención a las necesidades, reducción de tiempos de demora y la agilidad en la resolución de consultas o problemas, contribuyendo a una experiencia satisfactoria y fluida para los usuarios (Summers, 2006).

Atención personalizada: Capacidad de la compañía para brindar un servicio adaptado a las preferencias específicas. Este enfoque implica tratar a cada cliente de manera individualizada, ofreciendo un trato cercano, amable y atento, así como soluciones personalizadas que se ajusten a sus requerimientos particulares (Pérez et al., 2013).

Cobro: Proceso de facturación, pago y transacciones financieras realizadas por los clientes por los servicios o productos adquiridos en la estación de servicios. Este proceso incluye la claridad en los precios, la exactitud en la facturación, la eficiencia en el cobro y la satisfacción del cliente en relación con las transacciones financieras realizadas en el establecimiento (Lovelock, 2004).

Comunicación efectiva: Es la capacidad de la empresa para transmitir datos de manera clara, precisa y comprensible a sus clientes, empleados y otros stakeholders. Este concepto implica utilizar canales de comunicación adecuados, un lenguaje accesible y adaptado al público objetivo, así como asegurarse de que el mensaje sea entendido correctamente por todas las partes involucradas (Pérez et al., 2013).

Mantenimiento: Son las actividades planificadas y ejecutadas para garantizar el correcto funcionamiento de las instalaciones, equipos y sistemas utilizados en la prestación de servicios, con el fin de asegurar la disponibilidad, confiabilidad y eficiencia de los mismos (Flores, 2016).

Percepción: Se refiere a la interpretación subjetiva que los clientes hacen de las experiencias, interacciones y servicios recibidos en la estación de servicios. Esta percepción se basa en las expectativas previas de los clientes, sus experiencias durante la interacción con la empresa y la comparación entre lo esperado y lo experimentado (Zeithaml et al., 1993).

Puntualidad: Se refiere a la capacidad de la empresa para el cumplimiento con los horarios establecidos para la atención de los clientes y la realización de las operaciones. Este concepto implica la importancia de iniciar y finalizar las actividades programadas en el tiempo acordado, lo que contribuye a la eficiencia, confiabilidad y satisfacción de los clientes al recibir un servicio oportuno y sin retrasos.

Reposición: Proceso de reabastecimiento de productos como combustible, lubricantes y otros insumos, con el fin de mantener un nivel adecuado de existencias para satisfacer la demanda de los clientes de manera continua y eficiente (Gutiérrez, 2010).

Satisfacción: Se define como el grado en el que las expectativas del

cliente son conseguidos por la experiencia de servicio recibida, generando una sensación positiva y de cumplimiento en la interacción. (Ferrer y Hartlin, 2012)

2.4. VARIABLE

Calidad de servicio

Dimensiones:

- Confiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Tangibilidad

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica e Instrumento
Calidad de servicio	La calidad de servicio es un concepto amplio que se refiere a la evaluación global y actitudinal que los clientes realizan sobre la excelencia, confiabilidad y satisfacción percibida en la prestación de un servicio por parte de una empresa. Esta evaluación abarca aspectos como la fiabilidad en la entrega del servicio, la capacidad de respuesta a las necesidades del cliente, la seguridad en las transacciones, la empatía en el trato personalizado y la	Confiabilidad	• Disponibilidad constante de los tipos de combustible anunciados. • Exactitud en la facturación. • Cumplimiento de horarios de atención.	Técnica: Encuesta
		Capacidad de respuesta	• Tiempo de espera en la atención. • Rapidez en la reposición de combustible en las bombas. • Facilidad para solicitar y recibir información sobre los productos.	Instrumento: Cuestionario tipo Escala de Likert
		Seguridad	• Medidas de seguridad en la manipulación del combustible. • Información clara sobre medidas de seguridad.	

calidad de los elementos tangibles asociados al servicio. La calidad de servicio se fundamenta en la capacidad de la organización para superar las expectativas del cliente, proporcionando experiencias positivas que generen lealtad, satisfacción y recomendación por parte de los clientes. Es un enfoque centrado en la excelencia operativa, la mejora continua y la creación de valor para garantizar la fidelización de los clientes y el éxito empresarial a largo plazo (Camisón et al., 2006).		• Sentimiento de seguridad en las transacciones.
	Empatía	• Amabilidad y cortesía del personal. • Personalización en el servicio al cliente. • Interés por las necesidades específicas de cada cliente.
	Tangibilidad	• Estado de las instalaciones y equipos de despacho de combustible. • Limpieza y mantenimiento de la estación de servicios. • Presentación del personal

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Vara (2015) propone que el estudio aplicado se centra en usar los resultados con el fin de resolver problemas prácticos del mundo real para obtener un beneficio inmediato en un entorno específico, como el sector empresarial.

Bajo dicha posición, el presente estudio consideró de tipo aplicada debido a su enfoque práctico y directo en la valoración y mejora de la calidad de servicio en un entorno específico, con el propósito de identificar problemas concretos y proponer soluciones que puedan implementarse de manera inmediata para optimizar la experiencia de los consumidores en la Estación. Los resultados de esta investigación tuvieron un impacto directo en la gestión y operación diaria, contribuyendo a la mejora continua y eficaz de los servicios ofrecidos en este contexto particular.

3.1.1. ENFOQUE

De acuerdo con Fuentes – Doria (2020) el enfoque cuantitativo se caracteriza por buscar y explicar fenómenos a través de datos numéricos y herramientas matemáticas, apoyándose en la estadística para analizar y medir variables de manera objetiva.

En ese sentido, el presente estudio se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo debido a la naturaleza del tema, que requiere la medición objetiva de la variable específica relacionada con la calidad del servicio. Este enfoque permitirá recopilar datos numéricos que facilitarán el análisis estadístico para identificar patrones, tendencias y relaciones cuantificables, brindando una visión precisa y fundamentada de la situación en la Estación en términos de calidad de servicio.

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Fue descriptivo, se refiere a especificar propiedades y

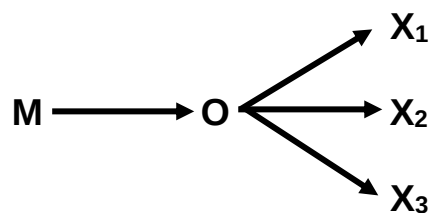
características de conceptos en un contexto específico, cuantificando y mostrando con precisión los aspectos relevantes (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018).

Considerando lo propuesto por los autores, el presente estudio se enfocó en un alcance descriptivo para especificar las propiedades de los servicios ofrecidos en la estación, permitiendo cuantificar y mostrar con precisión los aspectos relevantes que influyen en la percepción de calidad por parte de los usuarios.

3.1.3. DISEÑO

Hernández y Mendoza (2018) señalan que el diseño no experimental de tipo transversal se caracteriza por recopilar datos en un único momento, sin intervenir en la situación estudiada, con el fin de describir las variables en un grupo de casos en un momento específico.

Para el desarrollo de la investigación, se hizo uso de un diseño no experimental de tipo transversal descriptivo para capturar una instantánea precisa de la calidad del servicio en la estación en un momento específico. Este enfoque permitirá describir detalladamente la variable sin intervenir en la operación diaria, brindando una visión clara y objetiva de la situación actual para hallar áreas optimizables y fundamentar futuros labores correctivos o investigaciones más profundas. El diseño es el siguiente:



Dónde:

M = Es la muestra

O = Observación relevante sobre calidad de servicio X_1 , X_2 , X_3

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

De acuerdo con Supo (2014) es la totalidad de integrantes que conforma un estudio de investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación, la población se constituyó por el promedio de consumidores atendidos durante una semana en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, que ascienden a un total de 1600 clientes.

3.2.2. MUESTRA

Vara (2015) establece que es la cantidad de elementos o individuos seleccionados de una población para participar en un estudio, con el fin de obtener conclusiones representativas y significativas sobre la población en su conjunto.

Considerando lo señalado por el autor, para determinar el tamaño de muestra de la presente investigación se aplicó la fórmula estadística para población finita:

$$n = \frac{Z^2 p.q N}{e^2 (N-1) + Z^2 p.q}$$

Donde:

n = amplitud de la muestra

Z = grado de confianza = 95% (1.960)

p = índice de éxito = 50% (0.50)

q = índice de fracaso = 50% (0.50)

N = población = 1600

e = error máximo permitido = 6% (0.06)

$$n = \frac{(1.960)^2 \cdot (0.50 \cdot 0.50) \cdot (1600)}{(0.06)^2 \cdot (1600 - 1) + (1.960)^2 \cdot (0.50 \cdot 0.50)}$$

$$n = 229 \text{ (DOSCIENTOS VEINTINUEVE)}$$

Del mismo modo, Vara (2015) indica que el muestreo intencional o por criterio es un tipo de muestreo no probabilístico en el cual se seleccionan las muestras basándose en la experiencia y criterio del investigador, eligiendo deliberadamente a individuos o elementos específicos que se consideran relevantes para el estudio en cuestión.

Considerando la postura del autor, para seleccionar a los integrantes de la muestra en el presente estudio, se hizo uso del muestreo no probabilístico de tipo intencional o por criterio.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. TÉCNICA

En palabras de Hernández y Mendoza (2018) la técnica de la encuesta reside en recabar datos mediante interrogantes estructuradas encaminadas a una muestra representativa, con el fin de conseguir datos cuantitativos sobre actitudes, opiniones, etc.

Para el proceso de recogimiento de datos se utilizó la técnica de la encuesta para recopilar datos directamente de los clientes de la estación, permitiendo obtener información detallada y específica sobre sus percepciones, opiniones y experiencias en relación con la calidad de servicio ofrecida. Esta técnica ayudó a la obtención de datos cuantitativos que respaldarán el análisis descriptivo de la calidad de servicio, brindando una visión amplia y representativa de la satisfacción de los clientes y áreas de posible mejora en la estación de servicios.

3.3.2. INSTRUMENTO

Hernández y Mendoza (2018) una escala de Likert es un tipo de cuestionario que consiste en presentar afirmaciones o enunciados a los participantes, quienes deben expresar su grado de acuerdo o desacuerdo seleccionando una opción de una serie de categorías predefinidas, generalmente en una escala de cinco o siete puntos. Esta técnica permite medir actitudes, opiniones o percepciones de manera cuantitativa y estructurada, facilitando la recopilación de datos para su posterior análisis

En el presente estudio se utilizó el instrumento del cuestionario tipo escala de Likert para medir de manera cuantitativa y escalonada la percepción y opinión de los clientes sobre diferentes aspectos relacionados con la calidad de servicio en la estación. Esta técnica permitió obtener datos detallados y comparables, facilitando el análisis estadístico de las respuestas y la identificación de niveles de satisfacción, preferencias y áreas de mejora con mayor precisión y objetividad.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Al ser de naturaleza descriptiva, se empleó técnicas que permitan organizar y presentar los datos recopilados de manera clara y concisa. Se utilizó métodos estadísticos como el análisis descriptivo, tabulación de datos, gráficos y técnicas de interpretación para identificar patrones, tendencias y características relevantes en la percepción de los consumidores sobre la calidad de servicio en la estación de servicios, brindando una visión exhaustiva y comprensible de los datos obtenidos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Tabla 2

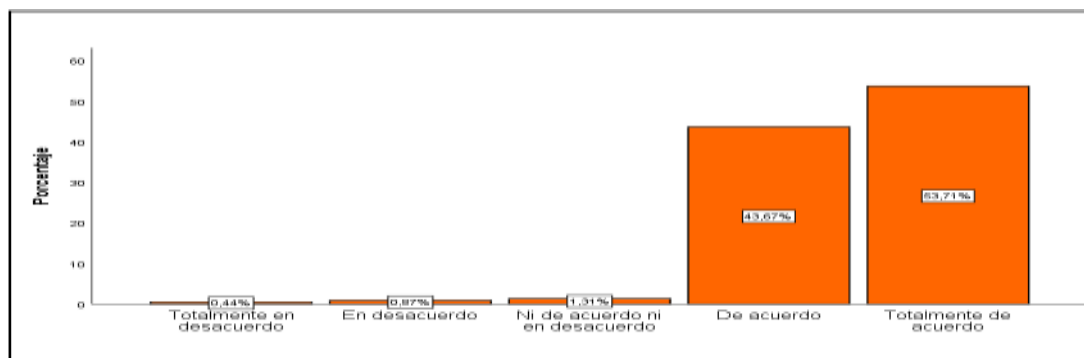
En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siempre encuentro disponible el tipo de combustible que deseo adquirir

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	,4
En desacuerdo	2	,9	,9	1,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,3	1,3	2,6
De acuerdo	100	43,7	43,7	46,3
Totalmente de acuerdo	123	53,7	53,7	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 1

En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siempre encuentro disponible el tipo de combustible que deseo adquirir



Nota. Tabla 2

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 53.71% indica estar totalmente de acuerdo en encontrar siempre el tipo de combustible que desea adquirir, el 43,67% señaló de acuerdo, el 1,3% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,87% indica el desacuerdo y el 0,44% indica totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. tiene el abastecimiento de los tipos de combustible que oferta para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Tabla 3

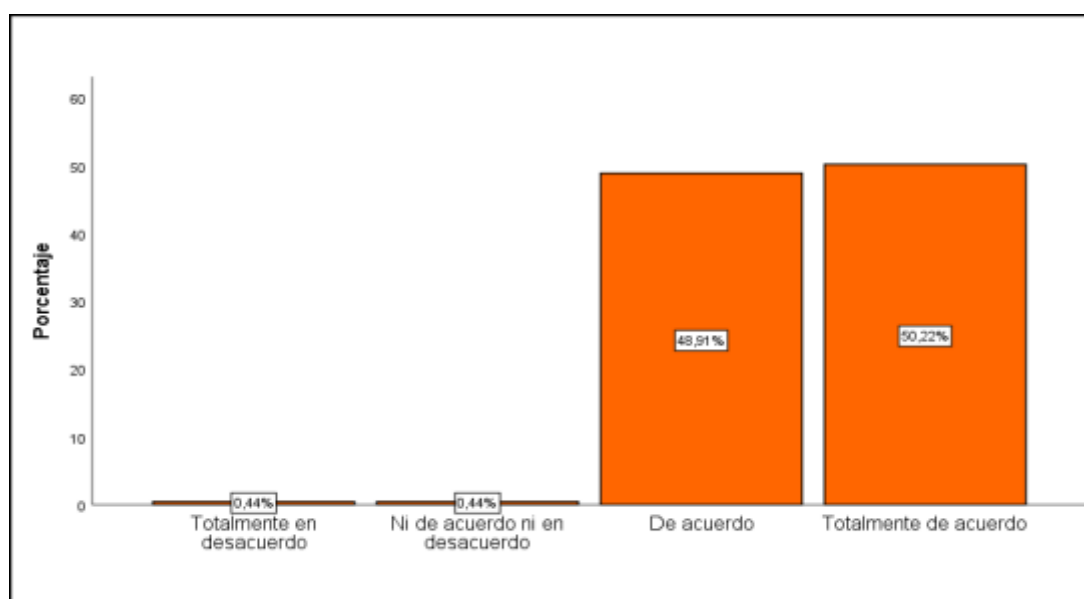
La exactitud en la facturación por parte de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	,4	,4	,9
De acuerdo	112	48,9	48,9	49,8
Totalmente de acuerdo	115	50,2	50,2	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 2

La exactitud en la facturación por parte de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio



Nota. Tabla 3

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 50,22% indica estar totalmente de acuerdo que, si demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad de servicio, el 48,91% respondió estar de acuerdo, el 0,44% indicó que está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,44% indica totalmente en desacuerdo. El resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra que la mayoría de los encuestados mantienen la calidad de servicio mediante facturas y boletas con montos exactos.

Tabla 4

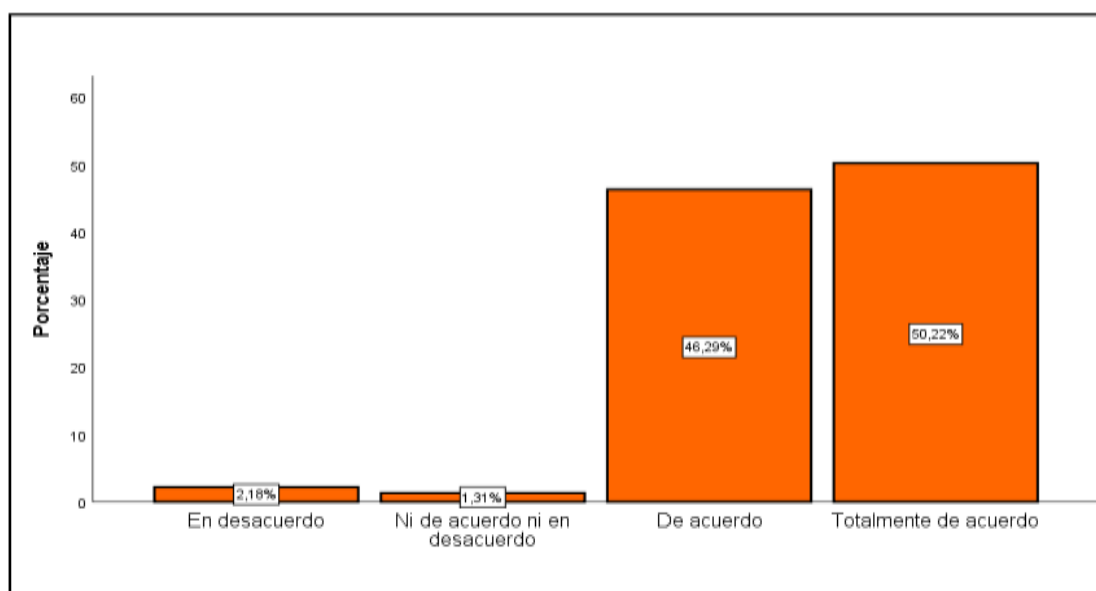
Considero que el precio del combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	5	2,2	2,2	2,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,3	1,3	3,5
De acuerdo	106	46,3	46,3	49,8
Totalmente de acuerdo	115	50,2	50,2	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 3

Considero que el precio del combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual



Nota. Tabla 4

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 50,22% indica estar totalmente de acuerdo porque se ajusta a las tarifas del mercado, el 46,29% señaló de acuerdo, el 1,31% respondió que está ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 2,18% indica en desacuerdo. Este resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se ajusta a los precios de mercado ya que hay una mayor demanda en cuanto a la competencia.

Tabla 5

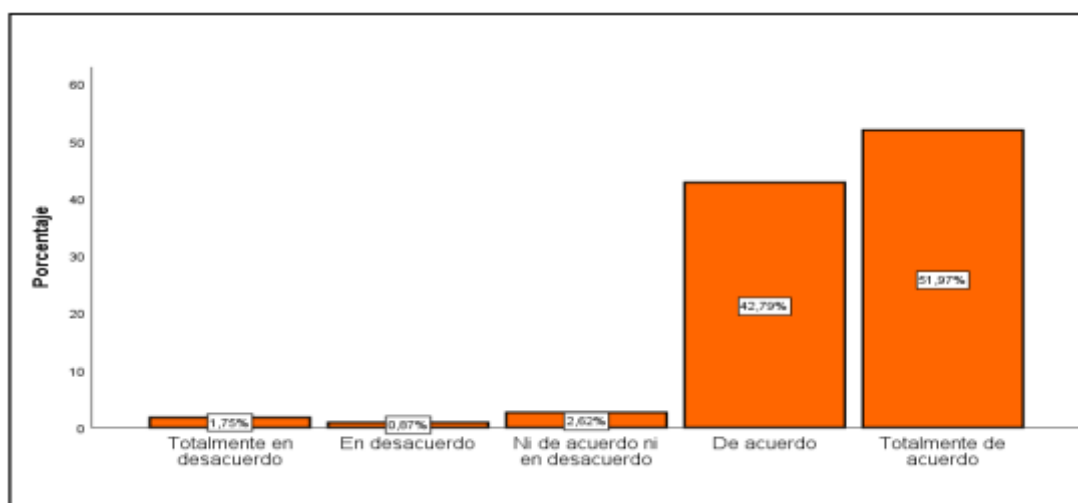
Considero que el precio que se me cobra por el combustible en el comprobante de pago coincide con el precio anunciado en la estación de servicios

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	2	,9	,9	2,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,6	2,6	5,2
De acuerdo	98	42,8	42,8	48,0
Totalmente de acuerdo	119	52,0	52,0	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 4

Considero que el precio que se me cobra por el combustible en el comprobante de pago coincide con el precio anunciado en la estación de servicios



Nota. Tabla 5

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 51,97% indica estar totalmente de acuerdo porque si coincide con los comprobantes, el 42,79% señalo de acuerdo, el 2,62% indico ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,87% indica en desacuerdo y el 1,75% totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. resalta en cuanto a los cobros que realiza la estación de servicio hacia los clientes.

Tabla 6

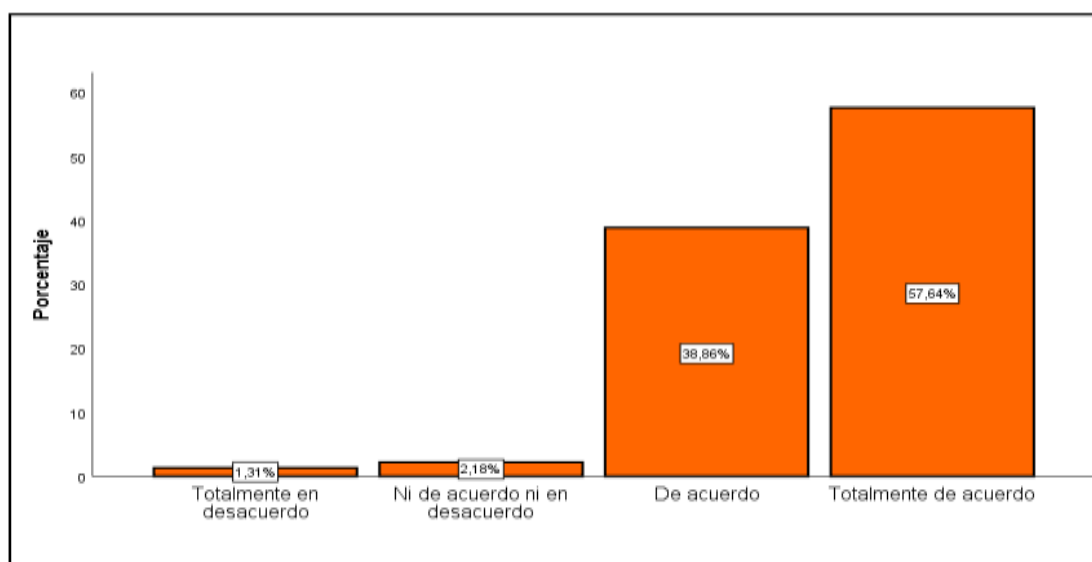
La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos de manera puntual

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,3	1,3	1,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2,2	2,2	3,5
De acuerdo	89	38,9	38,9	42,4
Totalmente de acuerdo	132	57,6	57,6	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 5

La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos de manera puntual



Nota. Tabla 6

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 57,64% indica que, si atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos, el 38,86% señaló de acuerdo, el 2,18% mencionó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,31% indica totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. si cumple con el horario que establece para sus trabajadores que laboran en esta empresa que brinda servicio.

Tabla 7

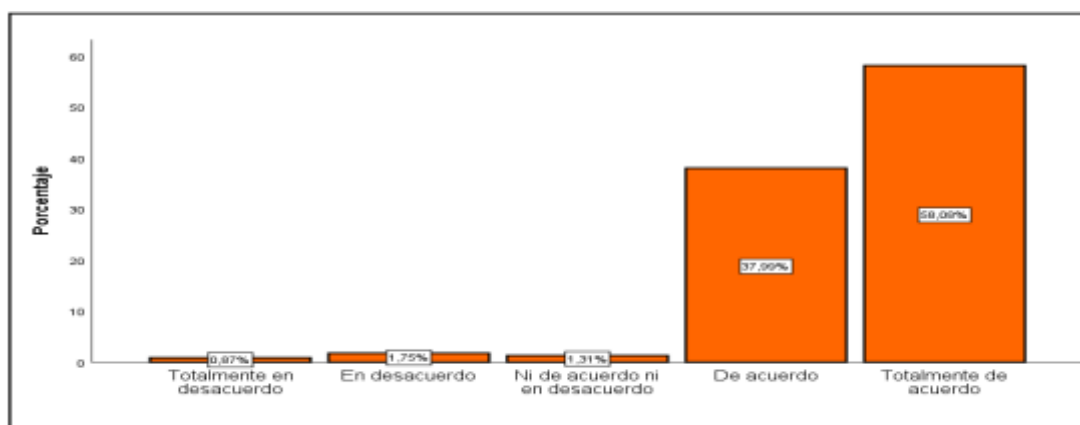
El tiempo que debo esperar en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. para ser atendido es razonable

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	,9	,9	,9
En desacuerdo	4	1,7	1,7	2,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,3	1,3	3,9
De acuerdo	87	38,0	38,0	41,9
Totalmente de acuerdo	133	58,1	58,1	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 6

El tiempo que debo esperar en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. para ser atendido es razonable



Nota. Tabla 7

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 58,08% indica totalmente de acuerdo que, si es razonable el tiempo de espera, el 37,99% señaló de acuerdo, el 1,31% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,75% en desacuerdo y el 0,87% indica totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es entendible por el tiempo que brinda a cada cliente ya sea de acuerdo a las cantidades que requieren cada cliente.

Tabla 8

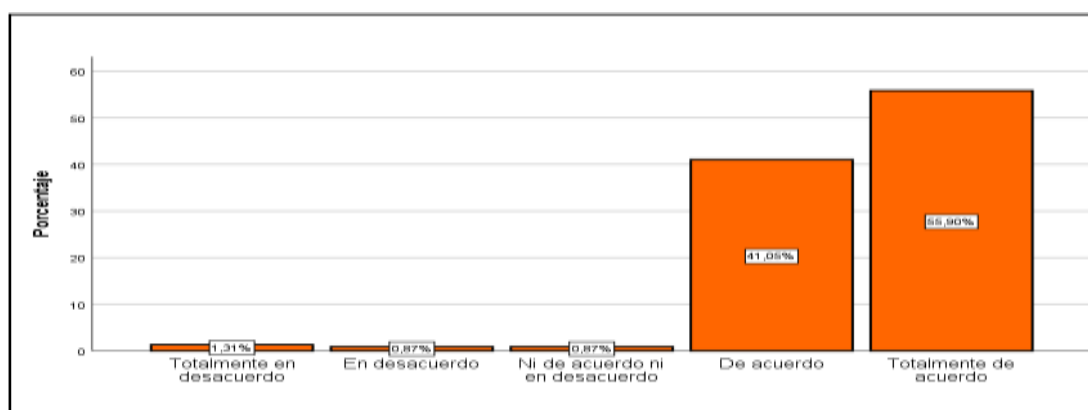
La reposición de combustible en las bombas de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se realiza de manera ágil

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	2	,9	,9	2,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	,9	,9	3,1
De acuerdo	94	41,0	41,0	44,1
Totalmente de acuerdo	128	55,9	55,9	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 7

La reposición de combustible en las bombas de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se realiza de manera ágil



Nota. Tabla 8

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 55.90% indica estar totalmente de acuerdo en la reposición de combustible de manera ágil, el 41,05% señaló de acuerdo, el 0,87% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,87% indica el desacuerdo y el 1,31% indica totalmente en desacuerdo. Este resultado resalta y confirma los clientes de la Estación de servicios Petro Selva S.A.C. que si se hace de una manera rápida y en un horario donde menos clientes se aperturen.

Tabla 9

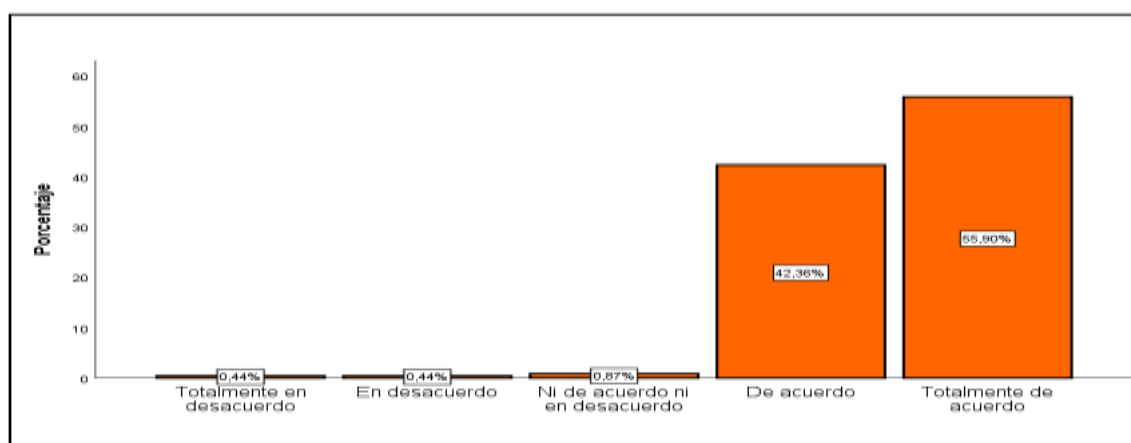
En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., es sencillo obtener información clara sobre los productos y servicios ofrecidos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	,4
En desacuerdo	1	,4	,4	,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	,9	,9	1,7
De acuerdo	97	42,4	42,4	44,1
Totalmente de acuerdo	128	55,9	55,9	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 8

En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., es sencillo obtener información clara sobre los productos y servicios ofrecidos



Nota. Tabla 9

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 55.90% indica estar totalmente de acuerdo en obtener información clara de los productos, el 42,36% menciona que está de acuerdo, el 0,87% afirma que está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,44% indica estar en desacuerdo y el 0,44%. Totalmente desacuerdo. Este resultado indica que la Estación de Servicio Petro Selva S.A.C que si mantiene productos a la vista de los clientes que puedan comprar, como también se mejoraría al 100% la visibilidad de todos los productos en un área adecuada.

Tabla 10

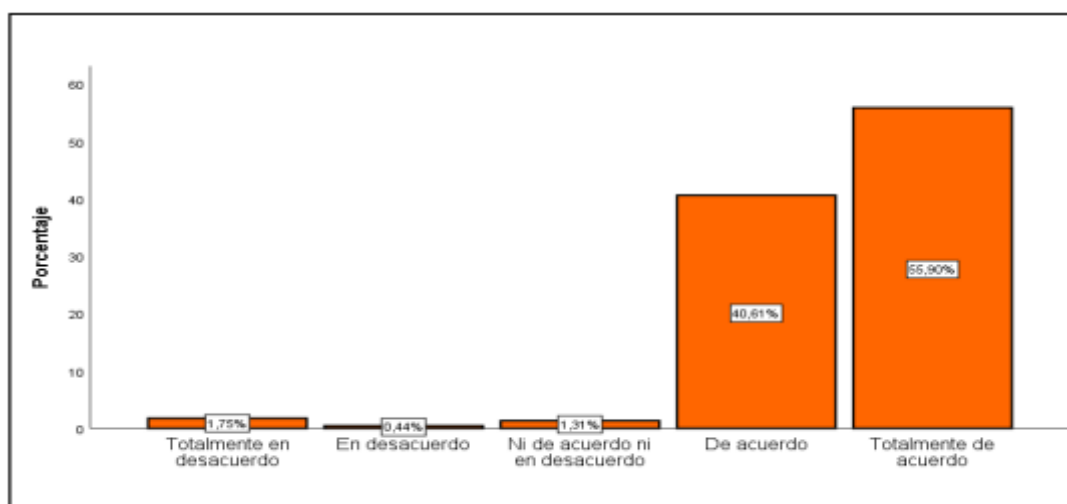
Las medidas de seguridad en la manipulación de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la integridad y el bienestar de los clientes

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	1	,4	,4	2,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,3	1,3	3,5
De acuerdo	93	40,6	40,6	44,1
Totalmente de acuerdo	128	55,9	55,9	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 9

Las medidas de seguridad en la manipulación de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la integridad y el bienestar de los clientes



Nota. Tabla 10

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 55.90% indica estar totalmente de acuerdo en demostrar un compromiso con la integridad y bienestar de los clientes, el 40,61% señaló de acuerdo, el 1,31% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,44% indica el desacuerdo y el 1,75% indica totalmente en desacuerdo. Estos resultados muestran que la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene seguridad en su establecimiento tanto para que los clientes se sientan satisfechos con el servicio que reciben.

Tabla 11

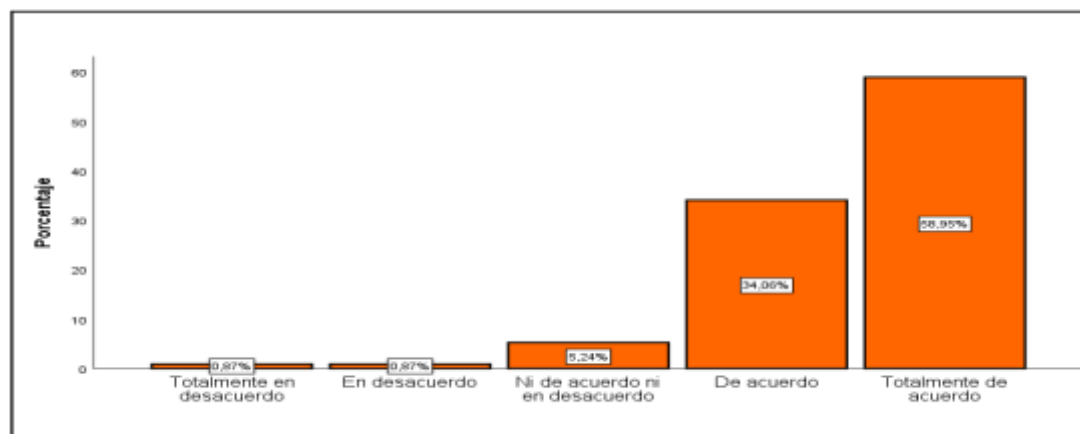
La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. proporciona información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en sus instalaciones

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	,9	,9	,9
En desacuerdo	2	,9	,9	1,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	5,2	5,2	7,0
De acuerdo	78	34,1	34,1	41,0
Totalmente de acuerdo	135	59,0	59,0	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 10

La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. proporciona información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en sus instalaciones



Nota. Tabla 11

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 58,95% indica estar totalmente de acuerdo en proporcionar información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en su instalación, el 34,06% señaló de acuerdo, el 5,24% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,87% indica el desacuerdo y el 0,87% indica totalmente en desacuerdo. Estos resultados indica si hay señalizaciones adecuadas de seguridad en las zonas de riesgo, ya que los clientes tengan en cuenta y se pueda mejorar a un 100% de señalizaciones adecuadas que puedan ser entendibles.

Tabla 12

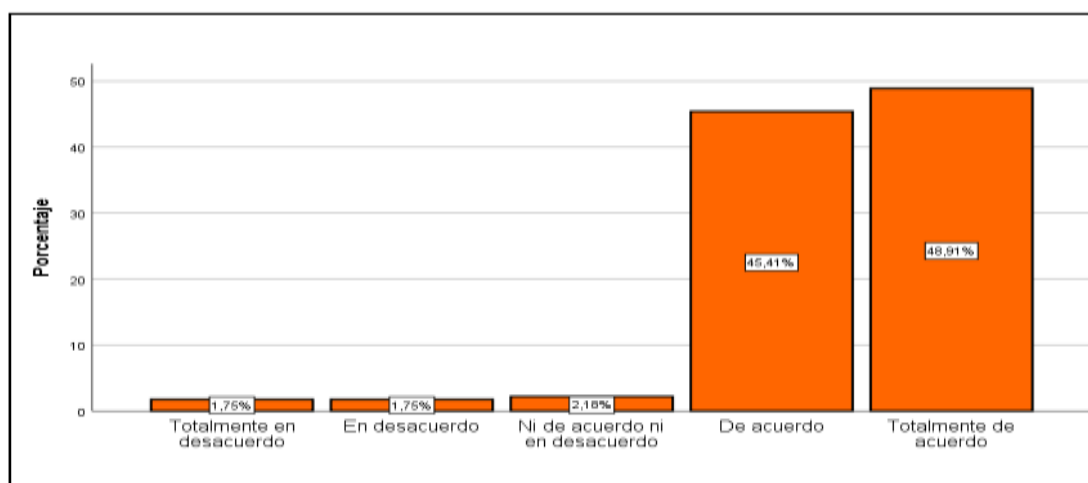
Durante mis transacciones en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., percibo un ambiente seguro y protegido

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	4	1,7	1,7	3,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2,2	2,2	5,7
De acuerdo	104	45,4	45,4	51,1
Totalmente de acuerdo	112	48,9	48,9	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 11

Durante mis transacciones en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., percibo un ambiente seguro y protegido



Nota. Tabla 13

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 48.91% indica estar totalmente de acuerdo durante las transacciones que generan los clientes perciben un ambiente seguro, el 45,41% señalaron estar de acuerdo, el 2,18% afirmaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,75% indica el desacuerdo y el 1,75% indica totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja que los clientes sí se sienten seguros en los ambientes de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. ya que se encuentra alejada de la población con un ambiente libre.

Tabla 13

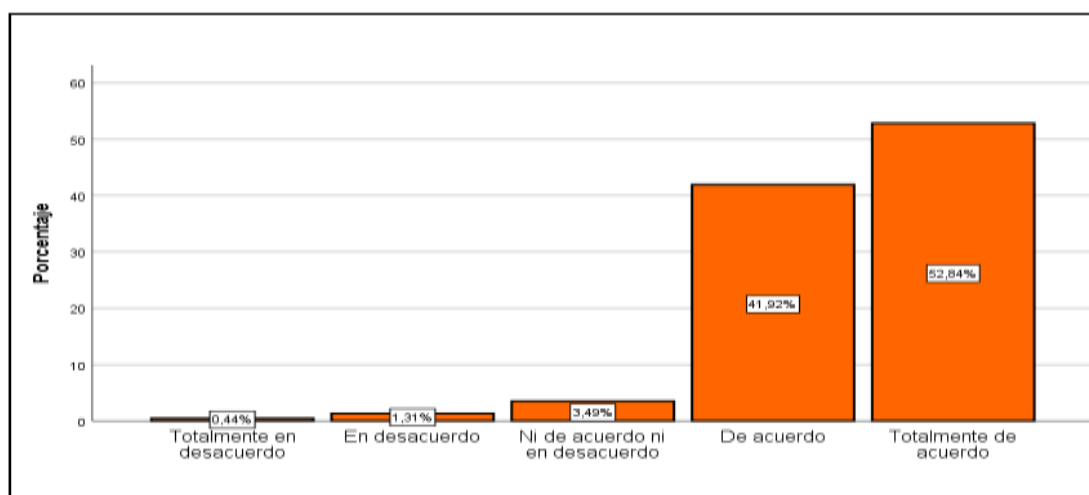
El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	,4
En desacuerdo	3	1,3	1,3	1,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	3,5	3,5	5,2
De acuerdo	96	41,9	41,9	47,2
Totalmente de acuerdo	121	52,8	52,8	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 12

El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento



Nota. Tabla 13

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 52,84% indica estar totalmente de acuerdo cuando el personal demuestra una actitud amable, el 41,92% señalaron estar de acuerdo, el 3,49% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,31% indica el desacuerdo y el 0,44% indica totalmente en desacuerdo. Estos resultados indica que los clientes reciben una adecuada atención con amabilidad y respeto y manteniendo esa conducta de parte de los empleados de la Estación de Servicio Petro Selva S.A.C.

Tabla 14

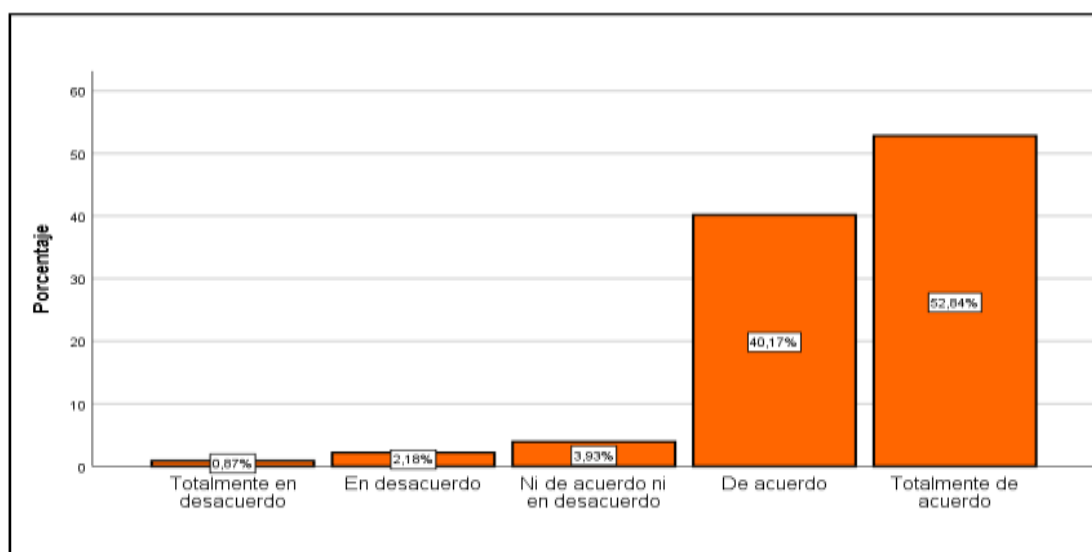
En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siento que mi atención y servicio son adaptados a mis necesidades y preferencias individuales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	,9	,9	,9
En desacuerdo	5	2,2	2,2	3,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3,9	3,9	7,0
De acuerdo	92	40,2	40,2	47,2
Totalmente de acuerdo	121	52,8	52,8	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 13

En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siento que mi atención y servicio son adaptados a mis necesidades y preferencias individuales



Nota. Tabla 14

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 52,84% indica estar totalmente de acuerdo porque los servicios son adaptados a sus necesidades del cliente, el 40,17% señalaron estar de acuerdo, el 3,93% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2,18% indica el desacuerdo y el 0,87% indica totalmente en desacuerdo. Estos resultados nos indica que los clientes están de acuerdo como totalmente de acuerdo con la atención y servicio que se brinda a los clientes.

Tabla 15

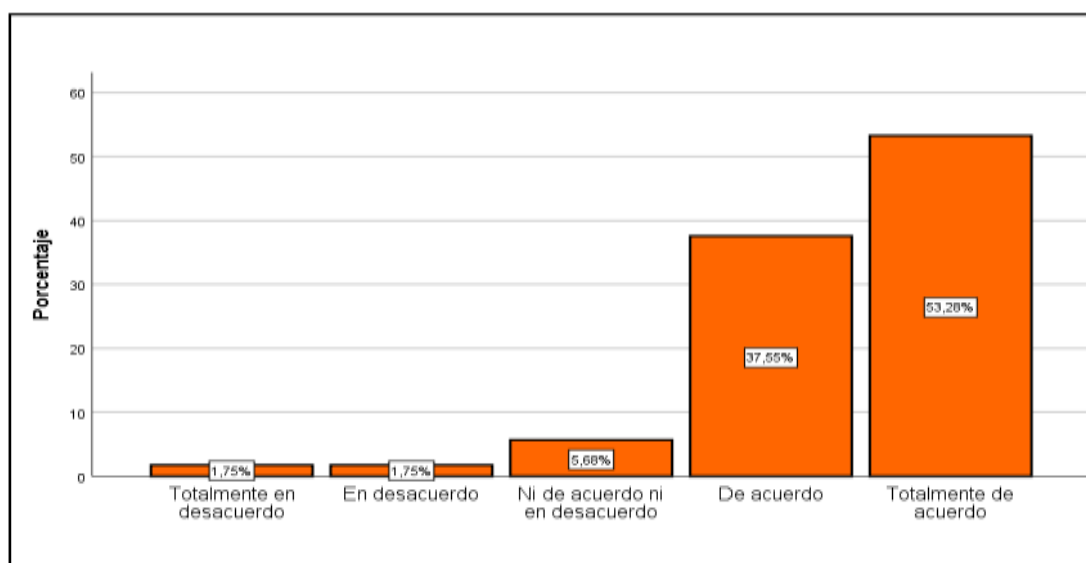
La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una atención personalizada y adaptada a mis necesidades individuales

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	4	1,7	1,7	3,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	5,7	5,7	9,2
De acuerdo	86	37,6	37,6	46,7
Totalmente de acuerdo	122	53,3	53,3	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 14

La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una atención personalizada y adaptada a mis necesidades individuales



Nota. Tabla 15

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 53,28% indica estar totalmente de acuerdo porque demuestra una atención personalizada, el 37,55% señalaron de acuerdo, el 5,66% indicaron ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,75% indica el desacuerdo y el 1,75% indica totalmente en desacuerdo. Se puede apreciar que los clientes están satisfechos con el servicio prestado.

Tabla 16

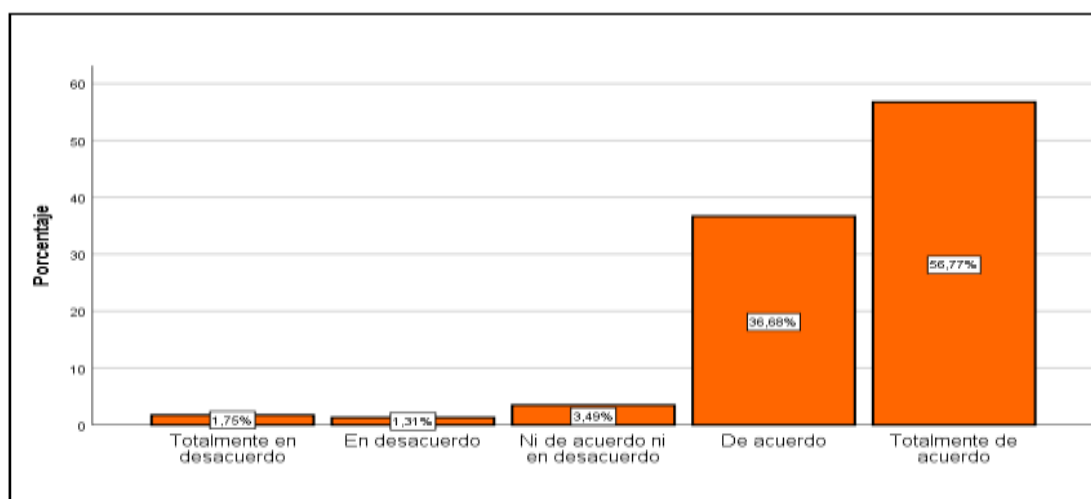
Las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	3	1,3	1,3	3,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	3,5	3,5	6,6
De acuerdo	84	36,7	36,7	43,2
Totalmente de acuerdo	130	56,8	56,8	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 15

Las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas



Nota. Tabla 16

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 56,77% indica estar totalmente de acuerdo porque las instalaciones y equipos se encuentran en óptimas condiciones, el 36,68% señaló de acuerdo, el 3,49% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1,31% indica el desacuerdo y el 1,75% indica totalmente en desacuerdo. Estos resultados muestran que están en perfectas condiciones los equipos de despacho así no puedan tener ningún percance a la hora que se les brinda el servicio.

Tabla 17

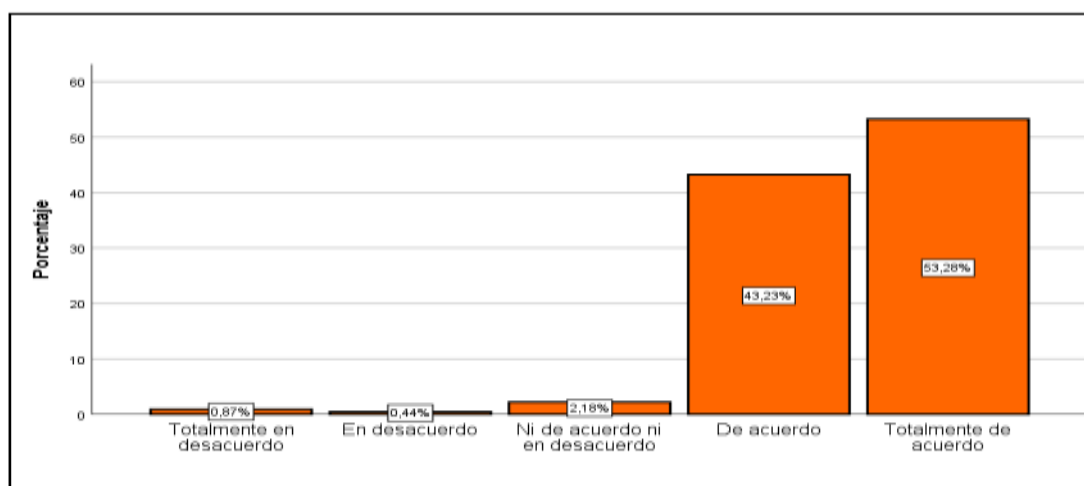
La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene un alto nivel de limpieza y orden en sus instalaciones y áreas comunes

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	,9	,9	,9
En desacuerdo	1	,4	,4	1,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2,2	2,2	3,5
De acuerdo	99	43,2	43,2	46,7
Totalmente de acuerdo	122	53,3	53,3	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 16

La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene un alto nivel de limpieza y orden en sus instalaciones y áreas comunes



Nota. Tabla 17

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 53,28% indica estar totalmente de acuerdo ya que mantiene un alto nivel de limpieza y orden en las instalaciones, el 43,23% señaló de acuerdo, el 2,18% indicó ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,44% indica el desacuerdo y el 0,87% indica totalmente en desacuerdo. Es fundamental que la Estación de Servicios continúe brindando un alto nivel de limpieza y orden en todo el establecimiento para que puedan recibir a los clientes de la mejor manera.

Tabla 18

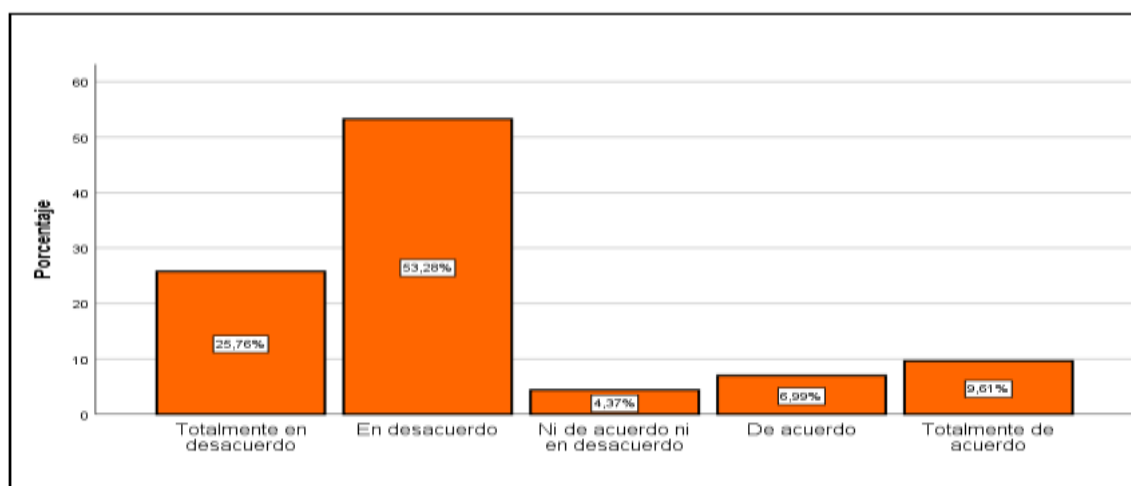
El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. presenta una uniformidad adecuada en su vestimenta y una apariencia personal cuidada

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	59	25,8	25,8	25,8
En desacuerdo	122	53,3	53,3	79,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	4,4	4,4	83,4
De acuerdo	16	7,0	7,0	90,4
Totalmente de acuerdo	22	9,6	9,6	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 17

El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. presenta una uniformidad adecuada en su vestimenta y una apariencia personal cuidada



Nota. Tabla 18

Análisis e interpretación: De los 229 encuestados el 53,28% indica estar en desacuerdo ya que no presenta una uniformidad adecuada, el 25,76% señalo totalmente en desacuerdo, el 9,61% indico totalmente de acuerdo, el 6,99% indica de acuerdo y el 4,37% indica ni de acuerdo ni en desacuerdo. Estos resultados que nos indica que no hay una uniformidad adecuada y no puedan identificarse como empresa ya que la salud también puede verse muy afectada con el olor de combustible inflama las vías respiratorias.

Tabla 19

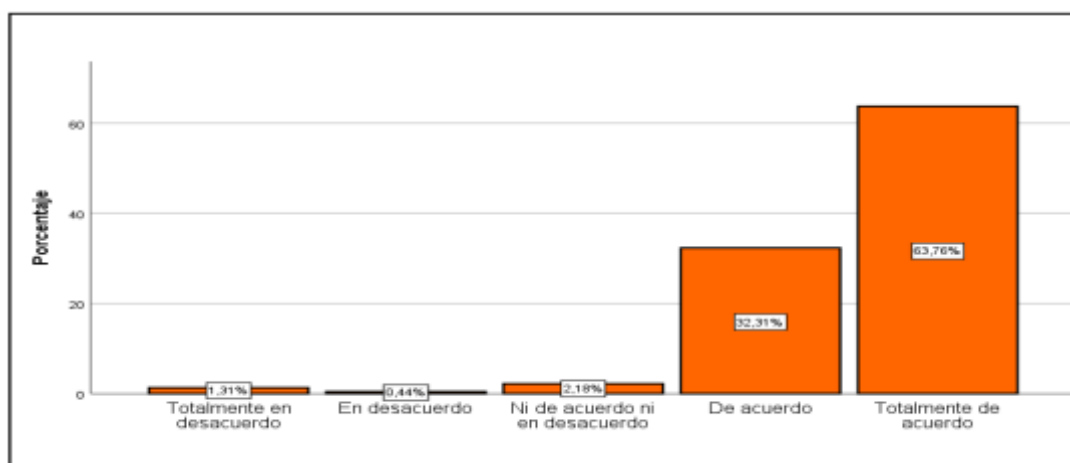
La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. vende un precio justo la gasolina a pesar de la distancia que se encuentra

Valoración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	1	,4	,4	1,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2,2	2,2	3,9
De acuerdo	74	32,3	32,3	36,2
Totalmente de acuerdo	146	63,8	63,8	100,0
Total	229	100,0	100,0	

Nota. Cuestionario

Figura 18

La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. vende un precio justo la gasolina a pesar de la distancia que se encuentra



Nota. Tabla 19

Análisis e interpretación: De los 229 encuestado de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. el 63,76% indica estar totalmente de acuerdo ya que vende a un precio justo a pesar de la distancia, el 32,31% señalo de acuerdo, el 2,18% indico ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0,44% indica el desacuerdo y el 1,31% indica totalmente en desacuerdo. Es fundamental y de mayor importancia que siga brindando un precio adecuado de acuerdo al mercado y así no perjudiqué a los clientes.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

5.1.1. RESPECTO A LOS ANTECEDENTES

- Con la investigación de Siavichay et al. (2023), en la que se abordó el tema de la calidad de servicio en el sector de estaciones de servicio, centrándose en la importancia de la atención al cliente y la eficiencia. Los resultados obtenidos en su estudio resaltaron la relevancia de la rapidez en la atención, la amabilidad y la limpieza de las estructuras como factores determinantes para la satisfacción del cliente.

Al contrastar estos hallazgos se observa una correlación significativa. En nuestro estudio, también se identificó que el apresuramiento en el cuidado del cliente y la amabilidad del personal son aspectos clave para mejorar como se ve la calidad de servicio. Además, la limpieza y el orden en las instalaciones emergieron como factores influyentes en la experiencia del usuario.

Estos hallazgos sugieren que, independientemente del contexto específico, la atención al consumidor y la eficiencia son pilares fundamentales para satisfacer y fidelizar a los consumidores. Por lo tanto, las estrategias de optimización pueden tener una vista positiva en la percepción del servicio y, en última instancia, en la competitividad y rentabilidad del negocio.

En conclusión, se respalda las conclusiones de Siavichay et al. (2023), reafirmando la relevancia de enfocarse en la atención al cliente y la eficiencia operativa para optimizar el servicio.

- Con la investigación correspondiente a De la Cruz (2022) se destacó la importancia de la calidad de las habitaciones como un factor determinante en la satisfacción de los clientes. Los resultados de su

estudio resaltaron que la comodidad, limpieza y equipamiento de las habitaciones influyen en la percepción de calidad del servicio.

Al contrastar estos hallazgos se observa una diferencia en el enfoque, pero también se identifican similitudes importantes. Mientras que De la Cruz se centró en la calidad de las habitaciones en un hotel, nuestro estudio se enfocó en la calidad de servicio en una estación de servicio. A pesar de esta diferencia, ambos estudios coinciden en la relevancia de aspectos tangibles, como la limpieza y el orden, en la percepción de calidad por parte de los clientes.

Estos hallazgos sugieren que, aunque los contextos sean distintos, la importancia de los elementos tangibles en la experiencia del cliente es transversal a diferentes sectores. En el caso de nuestra investigación, la limpieza de las instalaciones y la presentación visual de la estación de servicio juegan un papel crucial en la percepción de calidad de servicio de los consumidores.

En resumen, los resultados de nuestra investigación respaldan la idea de que los aspectos tangibles, como la limpieza y el orden, son elementos clave para optimar la calidad de servicio, alineándose con las conclusiones del investigador De la Cruz (2022) en su estudio sobre la percepción de la calidad del servicio al cliente en un hotel.

- Con la investigación de Colqui (2022) sobre la calidad de servicio en Importaciones Domonti, se destacó la importancia de mejorar los elementos tangibles y fiabilidad para fortalecer la satisfacción del cliente. Los resultados de su estudio resaltaron que la atención oportuna, la seguridad percibida, la empatía del personal y la fiabilidad de los servicios son aspectos fundamentales para garantizar la calidad del servicio.

Al contrastar estos hallazgos se identifican similitudes significativas. En nuestro estudio, también se observó la relevancia de mejorar la capacidad de respuesta ante las necesidades del cliente, la empatía en la atención, la seguridad percibida en las instalaciones,

la calidad de los elementos tangibles y la fiabilidad en la prestación de servicios.

Estos hallazgos sugieren que, tanto en el contexto de Importaciones Domonti como en el de la compañía, las dimensiones de calidad de servicio identificadas por Colqui son cruciales para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes. La consistencia en la atención, la sensación de seguridad, la calidad de las instalaciones y la confiabilidad en los servicios ofrecidos son aspectos que impactan directamente en la percepción de calidad por parte de los clientes.

En conclusión, los resultados de nuestra investigación respaldan y refuerzan las conclusiones de Colqui (2022), reafirmando la importancia de mejorar las dimensiones clave de la calidad de servicio para fortalecer la satisfacción del cliente en diferentes contextos empresariales.

- Con la investigación de Garay (2022) se enfatizó la vitalidad de los servicios ofrecidos para incrementar el gozo de los clientes. Los resultados de su estudio resaltaron que la calidad de las habitaciones y la atención del personal influyen de manera significativa en la percepción de calidad del servicio de los consumidores.

Al contrastar estos hallazgos se identifican similitudes relevantes. En nuestro estudio, también se observó que la calidad de los servicios, la atención personalizada y la satisfacción del cliente son aspectos fundamentales para mejorar la percepción de calidad de servicio. Aunque los contextos sean diferentes, la importancia de brindar experiencias satisfactorias para ganar la fidelidad de los clientes es un punto en común entre ambas investigaciones.

Estos hallazgos sugieren que, tanto en el sector hotelero como en el de estaciones de servicio, la calidad de los servicios y la atención al cliente son pilares clave para alcanzar la fidelidad de los consumidores.

En resumen, se respalda y complementa las conclusiones de Garay (2022), reafirmando la importancia de enfocarse en la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente para mejorar la percepción de calidad de servicio en diferentes sectores empresariales.

5.1.2. CON LAS BASES TEÓRICAS

- La propuesta de Camisón et al. (2006) quienes definen la calidad de servicio como la percepción de los clientes respecto a la excelencia, eficacia y satisfacción en la prestación de un servicio específico por parte de una organización, resalta la importancia de cumplir con las expectativas y necesidades del cliente para generar una experiencia positiva que fomente la fidelización y recomendación hacia la empresa prestadora del servicio. Esta definición se alinea con los hallazgos de nuestra investigación en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., donde se identificó que la calidad de servicio se basa en la capacidad de la estación de servicios para cumplir y superar las expectativas de los clientes, generando experiencias positivas que promuevan la lealtad y satisfacción de los clientes.

Al contrastar la propuesta de Camisón et al. (2006) con los resultados de nuestra investigación, se evidencia que la calidad de servicio en la estación de servicio se fundamenta en la excelencia en la atención al cliente, la eficacia en la resolución de problemas, la seguridad percibida, la empatía en el trato y la calidad de los elementos tangibles. Estos aspectos son fundamentales para superar las expectativas de los clientes y generar experiencias positivas que promuevan la fidelización y recomendación hacia la empresa.

En resumen, la definición de calidad de servicio propuesta por Camisón et al. (2006) proporciona un marco teórico sólido que respalda los hallazgos de nuestra investigación, destacando la importancia de enfocarse en la excelencia, eficacia y satisfacción para garantizar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la estación de servicios.

- Con la propuesta de Zeithaml et al. (1993) quienes definen la calidad de servicio como la capacidad de la estación de servicios para cumplir y superar las expectativas de los clientes, ofreciendo un servicio fiable, oportuno, seguro y personalizado, resalta la importancia de aspectos clave como la atención al cliente, la amabilidad del personal, la resolución eficaz de problemas y la creación de experiencias positivas que generen lealtad y satisfacción en los clientes. Esta definición se alinea con los hallazgos de nuestra investigación en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., donde se identificó que la calidad del servicio se basa en la capacidad de la empresa para brindar un servicio confiable, responder eficazmente a las necesidades de los clientes, garantizar medidas de seguridad adecuadas, mostrar empatía hacia los clientes y mantener instalaciones tangibles en óptimas condiciones.

Al contrastar la propuesta de Zeithaml et al. (1993) con los resultados de nuestra investigación, se evidencia que la calidad de servicio en la estación de servicio se fundamenta en la capacidad de la empresa para ofrecer un servicio que supere las expectativas de los clientes, generando experiencias positivas que fomenten la lealtad y satisfacción de los clientes. La atención al cliente, la resolución de problemas de manera eficaz y la creación de un ambiente seguro y personalizado son aspectos esenciales para lograr este objetivo.

En resumen, la definición de calidad de servicio propuesta por Zeithaml et al. (1993) proporciona un marco teórico sólido que respalda los hallazgos de nuestra investigación, destacando la importancia de enfocarse en la excelencia, la seguridad y la personalización del servicio para garantizar la satisfacción y lealtad de los clientes en la estación de servicios.

CONCLUSIONES

1. Tras analizar detalladamente la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada durante el periodo 2024, se concluye que es fundamental para evaluar la calidad del servicio ofrecido. Los resultados de la investigación, donde el 99.1.3% de los encuestados consideran que la exactitud en la facturación refleja un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio (ver Tabla 3), el 94.32% percibe un ambiente seguro durante las transacciones (ver Tabla 12), el 94.76 destaca la amabilidad del personal (ver Tabla 13), y el 96.53% valora positivamente el nivel de limpieza en las instalaciones (ver Tabla 17), demuestran la importancia de aspectos como la transparencia, la seguridad, la actitud del personal y la limpieza. Estos altos porcentajes reflejan la consistencia en la experiencia positiva de los clientes en la estación de servicios, lo cual resalta la importancia de mantener altos estándares en estos aspectos para garantizar la satisfacción y fidelización de los clientes, así como para fortalecer la reputación y competitividad de la empresa en el mercado.
2. Tras analizar la confiabilidad en el servicio de la compañía durante el periodo 2024, se puede concluir que la exactitud en la facturación por parte de la empresa refleja un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio, siendo revelada positivamente por el 99.1.8% de los clientes encuestados (ver Tabla 3). Además, el 96.50% de los clientes considera que el precio del combustible en la estación es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual (ver Tabla 4). Estos resultados indican que la empresa ha logrado mantener altos estándares de confiabilidad en aspectos clave como la transparencia en la facturación y la competitividad de precios, lo cual contribuye a generar confianza y satisfacción en los clientes. La consistencia en la calidad del servicio, demostrada a través de la confiabilidad en la facturación y la competitividad de precios, es fundamental para fortalecer la relación con los clientes y garantizar una experiencia positiva en la estación de servicios.
3. Tras analizar detalladamente la capacidad de respuesta en la compañía,

se concluye que es positiva. Según los resultados obtenidos, el 96.1.0% de los encuestados considera que el tiempo de espera es razonable (ver Tabla 7), lo que indica una respuesta adecuada por parte del personal de la estación en términos de eficiencia y agilidad en la atención a los clientes. Además, la Tabla 8 revela que el 96.90% de los consumidores percibe que la reposición de combustible en las bombas se realiza de manera ágil, lo que refleja una capacidad de respuesta satisfactoria por parte de la compañía para cumplir la demanda oportunamente. Estos resultados evidencian que la compañía ha logrado mantener estándares de eficiencia en la atención al cliente, lo que contribuye a una experiencia positiva para los usuarios y fortalece la percepción de calidad del servicio ofrecido.

4. Tras un minucioso análisis de la seguridad en el servicio, se concluye que es altamente positiva. Los resultados revelan que el 96.50% considera que las medidas de seguridad en la manipulación de combustible tienen una responsabilidad con el bienestar de los clientes (ver Tabla 10), lo que refleja la importancia que la empresa otorga a la seguridad en sus operaciones. Asimismo, la Tabla 12 revela que el 94.30% percibe un ambiente seguro y protegido durante sus transacciones en la estación, lo que indica que se han implementado eficazmente medidas de seguridad para avalar la calma de los usuarios. Estos resultados resaltan el compromiso de la compañía con la seguridad de sus clientes, lo que contribuye significativamente a generar confianza y fidelidad en la clientela, fortaleciendo así la percepción de calidad y excelencia en el servicio ofrecido.
5. Tras analizar la empatía en el servicio se concluye que es altamente positiva. Los resultados indican que el 94.70% manifiesta que el personal de la estación demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento (ver Tabla 13), lo que refleja un alto nivel de empatía por parte del equipo de trabajo hacia los clientes. Además, la Tabla 15 indica que el 90.90% percibe una atención personalizada y adaptada a sus necesidades individuales, lo que evidencia la capacidad para brindar un servicio empático y centrado en las preferencias de cada cliente. Estos resultados destacan el compromiso de la empresa en generar experiencias positivas

y satisfactorias para sus clientes, lo que contribuye a fortalecer la relación con la clientela y a consolidar una imagen de excelencia en el servicio prestado.

6. Tras evaluar la tangibilidad en el servicio en la compañía durante el periodo 2024, se concluye que es altamente satisfactoria. Los resultados revelan que el 96.50% recalca que las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la estación se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas (ver Tabla 16), lo que refleja que la compañía está comprometida con la calidad y funcionalidad de sus infraestructuras. Asimismo, la tabla 17 indica que el 96.50% percibe un alto nivel de limpieza y orden en las instalaciones y áreas comunes de la estación, lo que refleja el cuidado y mantenimiento adecuado de los espacios para brindar un ambiente agradable a los usuarios. Estos resultados resaltan la importancia que la compañía otorgue tangibilidad, garantizando a los clientes una experiencia satisfactoria y confortable durante su visita, lo que contribuye a fortificar la imagen y a generar confianza en la calidad de sus servicios.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gerente de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada fortalecer aún más la transparencia en la facturación, la seguridad durante las transacciones, la gentileza del personal y el nivel de limpieza en la infraestructura, manteniendo altos estándares en estos aspectos clave para asegurar la satisfacción y fidelidad de los consumidores. Se sugiere implementar programas de capacitación continua para el personal enfocados en la atención al cliente, la seguridad y el mantenimiento de la limpieza, así como establecer mecanismos de retroalimentación con los clientes para monitorear constantemente su percepción y realizar mejoras proactivas. Asimismo, se recomienda utilizar tecnología innovadora para optimizar los procesos de facturación y mejorar la eficiencia operativa, lo que ayudara a fortificar la reputación y competitividad en el mercado, generando experiencias positivas y duraderas para los clientes.
2. Se recomienda al gerente de la compañía mantener y reforzar la exactitud en la facturación como muestra de compromiso con la transparencia y la calidad del servicio, así como continuar ofreciendo precios competitivos en el combustible para satisfacer las expectativas de los clientes. Se sugiere implementar sistemas de control de calidad en la facturación y realizar auditorías periódicas para garantizar la precisión en los procesos. Además, se recomienda realizar análisis de mercado para ajustar estratégicamente los precios del combustible y mantener la competitividad. Es fundamental mantener la consistencia en la calidad del servicio mediante la confianza en la facturación y la competitividad de precios para fortalecer la relación con los clientes, fomentar la confianza y asegurar experiencias positivas en la estación de servicios, lo que contribuirá a la fidelización de la clientela y a la mejora continua de la empresa en el mercado.
3. Se recomienda al gerente de la compañía mantener y mejorar la capacidad de respuesta en el servicio, enfocándose en la eficiencia y agilidad en la atención a los clientes. Se sugiere implementar estrategias para reducir aún más los tiempos de espera para ser atendido en la estación, así como

optimizar los procesos de reposición de combustible en las bombas para satisfacer la demanda de manera oportuna. Es fundamental continuar manteniendo altos estándares de eficiencia en la atención al cliente, lo que contribuirá a proporcionar experiencias positivas para los usuarios. Se recomienda también realizar seguimientos periódicos de la capacidad de respuesta, recopilando feedback de los clientes con el fin de optimar y garantizar una experiencia satisfactoria en la estación de servicios.

4. Se recomienda al gerente de la compañía mantener y fortalecer las medidas de seguridad implementadas en la manipulación de combustible y en las instalaciones para asegurar la integridad y tranquilidad de los clientes. Se sugiere realizar evaluaciones periódicas de seguridad, capacitaciones continuas al personal sobre protocolos de seguridad y emergencia, y mantener un sistema de monitoreo constante para prevenir riesgos y asegurar un ambiente seguro y protegido durante todas las transacciones en la estación. Es esencial comunicar de manera efectiva las medidas de seguridad a los clientes para generar confianza y fidelidad, lo que contribuirá a fortalecer la percepción de calidad y excelencia en el servicio ofrecido.
5. Se recomienda al gerente de la compañía continuar fortaleciendo la empatía en el servicio, manteniendo el alto nivel de actitud amable y respetuosa del personal hacia los clientes. Se sugiere implementar programas de formación en habilidades blandas para reforzar la empatía y la personalización en la atención, así como establecer mecanismos para recopilar feedback de los clientes y adaptar los servicios a sus necesidades individuales. Es fundamental promover una cultura organizacional centrada en la satisfacción del consumidor, fomentando la empatía y la atención personalizada como pilares fundamentales en la prestación de servicios. Asimismo, se recomienda incentivar y reconocer las actitudes empáticas del personal, destacando la importancia de generar experiencias positivas y satisfactorias que fortalezcan la relación con la clientela y consoliden la reputación de excelencia en el servicio ofrecido, lo que contribuirá a la fidelización de los clientes y al posicionamiento favorable de la empresa en

el mercado.

6. Se recomienda al gerente de la compañía mantener y mejorar la tangibilidad en el servicio, asegurando que las instalaciones y equipos de despacho de combustible se mantengan en óptimas condiciones físicas y operativas. Se sugiere implementar un plan de mantenimiento preventivo regular para garantizar la funcionalidad y limpieza de las instalaciones y áreas comunes, así como realizar inspecciones periódicas para identificar posibles mejoras en la infraestructura. Es fundamental priorizar la comodidad y el bienestar de los clientes, asegurando un ambiente agradable y ordenado que contribuya a una experiencia positiva durante su visita. Asimismo, se recomienda comunicar de manera efectiva las medidas de mantenimiento y limpieza implementadas para generar confianza en la calidad de los servicios ofrecidos y fortalecer la imagen de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Camisón, C., Cruz, S. y González T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Prentice Hall.
- Colqui, A. (2022). *La calidad de servicio en la empresa importaciones Domonti, Ambo-2022* [Tesis pregrado, Universidad de Huánuco] Repositorio Institucional UDH.
<http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/3876>
- Crosby, P. (1998). *La calidad no cuesta: El arte de cerciorarse de a calidad*. Grupo Patria Cultural.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Unidad de Coordinación del Proyecto Mejoramiento de los Servicios de Justicia
- Ferrer, O. y Hartline, M. (2012). *Estrategias de marketing*. (5^{ta} ed.) Cengage Learning.
- Flores, E. (2016). *Administración de operaciones*. Editorial Macro.
- Fuentes-Doria, D., Toscano-Hernández, A., Malvaceda-Espinoza, E., Díaz Ballesteros, J. y Díaz Pertus, L. (2020). *Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Garay, I. (2022). *Percepción de la calidad del servicio al cliente en el Hotel Green Paradise, Huánuco 2022*. [Tesis pregrado, Universidad de Huánuco] Repositorio Institucional UDH.
<http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/3751>
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. (3^{ra} ed.) McGrawHill.
- Hernández – Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGrawHill Interamericana Editores S.A.
- Jiménez, A., Rodríguez, I., Fernández, D., Fujioka, A., Llamas, A., Martínez, F., Martínez, M., Ostberg, J. (2007). *Comunicación e imagen corporativa*. Editorial UOC.

- Llontop, C. (2022). *Análisis de la calidad del servicio del Hotel Bolívar en Lima Metropolitana año, 2022* [Tesis pregrado, Universidad Alas Peruanas] Repositorio Institucional UAP. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.1.2990/11117>
- Lovelock, C. y Writz J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia* (6^{ta} ed.). Pearson Educación.
- Lovelock, C., Reynoso, J. y D'Andrea G. (2004). *Administración de servicios: Estrategia de marketing, operaciones y recursos humanos*. Pearson Educación.
- Mancheno Jara, J. T., Espín Salas, D. D., Pluas Llamuca, G. G., & López Núñez, H. R. (2023). Diseño de comercialización en la venta de vehículos en la empresa LADERS.A. de la ciudad de Ambato y la influencia en el incremento de las ventas en el periodo 2022. *Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación*, 8(1), 78–88 <https://doi.org/10.33262/rmc.v8i1.2860>
- Pérez, H., Pérez, J., López, L. y Caballero, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. McGrawHill.
- Ruilova Accini, P. V., Sempertegui Seminario, C. A. & Guerrero Muñoz, M. K. (2021). Calidad del servicio de las empresas asociadas a la industria cosmética en el Ecuador. *Revista Sociedad & Tecnología*, 4(3), 298-311. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.1.38>
- Siavichay, C., E. A., Cárdenas, C., M. F., Vega, R, L.G., Asanza, M. D. C. y Barragán-Landy, M. F., (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *Maskana*, 14(1), 9-21. <https://doi.org/10.1.8537/mskn.1.4.01.01>
- Stanton, W., Etzel, M. y Wlaker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (12^{va} ed.) McGrawHill.
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. Pearson Educación.
- Supo, J. (2014). *Cómo elegir una muestra*. Bioestadístico E.I.R.L.
- Vara Horna, A. (2015) *7 Pasos para elaborar una tesis*. (2^a ed.). Empresa Editora Macro E.I.R.L.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Ediciones Díaz de Santos S.A.

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Caso Tacuche, M. (2024). *Análisis de la calidad de servicio en la estación de servicios Petro Selva S.A.C. del distrito de La Morada, periodo 2024* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS PETRO SELVA S.A.C. DEL DISTRITO DE LA MORADA, PERIODO 2024”

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general: ¿Cómo es la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?	Objetivo general: Analizar la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024			Tipo: Aplicada
Problemas específicos: ¿Cómo es la confiabilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024? ¿Cómo es la capacidad de respuesta en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024? ¿Cómo es la seguridad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024? ¿Cómo es la empatía en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024? ¿Cómo es la tangibilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024?	Objetivos específicos: Analizar la confiabilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024. Analizar la capacidad de respuesta en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024. Analizar la seguridad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024. Analizar la empatía en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024. Analizar la tangibilidad en el servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024.	Calidad de servicio	• Confiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía • Tangibilidad	Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental – transversal – descriptivo Población: 1600 clientes Muestra: 229 clientes Técnica: La encuesta Instrumento: El cuestionario

ANEXO 02

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE LA ESTACIÓN DE SERVICIOS PETRO SELVA S.A.C. DEL DISTRITO DE LA MORADA

ESTIMADO CLIENTE:

Se está desarrollando un trabajo de investigación titulado “Análisis de la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. del Distrito de la Morada, periodo 2024”, en tal sentido al encontrarse la investigación en la fase de trabajo de campo para el recojo de datos, solicitamos tenga la amabilidad de responder el siguiente cuestionario; manifestándole que las respuestas son estrictamente anónimas y el uso de la información es de carácter académico.

Instrucciones:

Marque con una “X” la respuesta que considere más cercana a su posición, según corresponda en cada ítem.

Respuesta	Valoración
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

N°	ÍTEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Confiabilidad						
1	En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siempre encuentro disponible el tipo de combustible que deseo adquirir.					
2	La exactitud en la facturación por parte de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la transparencia y la calidad del servicio.					
3	Considero que el precio del combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. es competitivo y se ajusta a las tarifas del mercado actual.					
4	Considero que el precio que se me cobra por el combustible en el comprobante de pago coincide con el					

	precio anunciado en la estación de servicios.					
5	La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. atiende a sus clientes dentro de los horarios establecidos de manera puntual.					
Dimensión: Capacidad de respuesta						
6	El tiempo que debo esperar en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. para ser atendido es razonable.					
7	La reposición de combustible en las bombas de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se realiza de manera ágil.					
8	En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., es sencillo obtener información clara sobre los productos y servicios ofrecidos.					
Dimensión: Seguridad						
9	Las medidas de seguridad en la manipulación de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra un compromiso con la integridad y el bienestar de los clientes.					
10	La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. proporciona información detallada y visible sobre los protocolos de seguridad implementados en sus instalaciones.					
11	Durante mis transacciones en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., percibo un ambiente seguro y protegido.					
Dimensión: Empatía						
12	El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una actitud amable y respetuosa en todo momento.					
13	En la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C., siento que mi atención y servicio son adaptados a mis necesidades y preferencias individuales.					
14	La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. demuestra una atención personalizada y adaptada a mis necesidades individuales.					
Dimensión: Tangibilidad						
15	Las instalaciones y equipos de despacho de combustible en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. se encuentran en óptimas condiciones físicas y operativas.					
16	La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. mantiene un alto nivel de limpieza y orden en sus instalaciones y áreas					

	comunes.					
17	El personal de la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. presenta una uniformidad adecuada en su vestimenta y una apariencia personal cuidada.					
18	La Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. vende un precio justo la gasolina a pesar de la distancia que se encuentra.					

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO 03

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Solicito: Autorización para realizar trabajo de investigación en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C.

Sr. Fermín Heriberto Díaz Díaz
Gerente de Servicios Petro Selva S.A.C

Yo, Mabel Amanda Caso Tacuche, identificado con DNI 72631751, con domicilio en el Cas. Santa Rosa de Baden, distrito de La Morada, Provincia de Marañón - Huánuco; me presento ante usted con el debido respeto y expongo lo siguiente:

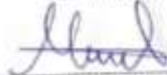
Que, habiendo culminado la carrera profesional de Administración de Empresas en la Universidad de Huánuco, requiero realizar un trabajo de investigación para poder optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

En ese sentido, para llevar a cabo este estudio de manera rigurosa y cumplir con los lineamientos éticos correspondientes, es fundamental contar con su autorización, es por ello que recorro a su digno despacho para solicitar me conceda la autorización correspondiente para poder realizar el trabajo de investigación titulado "Análisis de la calidad de servicio en la Estación de Servicios Petro Selva S.A.C. - La Morada, periodo 2024", asegurando que toda información recopilada durante la investigación será tratada con fines únicamente académicos y los resultados finales del estudio estarán a disposición de su institución para los fines que estime pertinentes.

Esperando contar con su autorización para llevar a cabo esta investigación y contribuir así al crecimiento del conocimiento científico en nuestro distrito, quedo de usted no sin antes expresarle muestras de mi especial consideración y estima personal.

Huánuco, 15 de abril de 2024.

Atentamente,



Mabel Amanda Caso Tacuche
DNI: 72631751



ESTACIÓN DE SERVICIOS
PETRO SELVA S.A.C.
Fermín Heriberto Díaz Díaz
Gerente General

ANEXO 04
FOTOGRAFIAS





