



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR
CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD
ANÓNIMA CERRADA, 2024

TESIS PRESENTADA POR:
Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ
2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE
ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE DEL JURADO:


Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO:


Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA

SEGUNDO MIEMBRO:


Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS

ASESOR DE TESIS:


DR. ROBBINS FLORES AGUILAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)



RESOLUCIÓN N°201-2025-D-FCA-UANCV-J

Juliaca, 15 de agosto de 2025

VISTOS:

El Expediente N° 15031, presentado por **LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis titulado: **GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

* PRESIDENTE	:	Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
* 1er. MIEMBRO	:	Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
* 2do. MIEMBRO	:	Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
* ASESOR DE TESIS	:	Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
*		

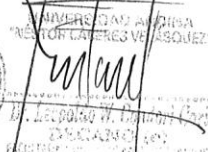
ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

* Lugar	:	salón de Grados y Títulos
* Fecha	:	miércoles, 20 de agosto de 2025
* Hora	:	08:00 a.m.

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretaria Académica, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

DISTRIBUCIÓN:
- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



**RESOLUCIÓN N° 30-2025-UI-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 07 de abril 2025

VISTOS:

El Expediente 2025-665 de fecha 17 de enero de 2025, del **Bach LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, **Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, en virtud de los considerandos expuestos

ARTÍCULO SEGUNDO - RATIFICAR, como **ASESOR** al Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR.

ARTÍCULO TERCERO - DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese

DISTRIBUCIÓN:

- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- BCO/



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dr. Benigno Callata Quispe
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 665-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 06 de diciembre 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-17856** de fecha 29 de noviembre del 2024, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró la propuesta del ASESOR **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**, quien debe ser acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: **GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** al (a la) **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dr. Sc. S. Leimaco Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)

SUN/7



GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

16%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

2

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Higher Education Commission
Pakistan

Trabajo del estudiante

1%

5

repositorio.upsc.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

1%

7

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

1%

8

repositorio.unsaac.edu.pe

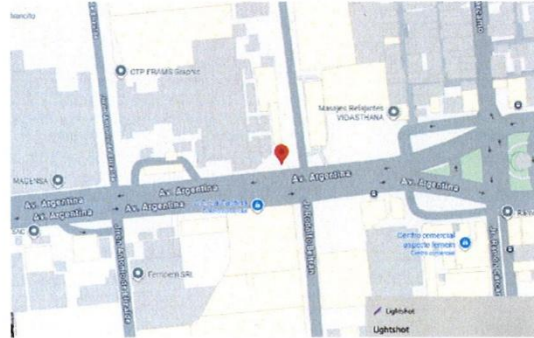
Fuente de Internet

1%



Título de la tesis	
GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70493812
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0007-9606-1041
Datos de asesor	
Nombres y Apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02426851
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6313-4052
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Apellidos y Nombres	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Apellidos y Nombres	ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441
Miembro del jurado 2	
Apellidos y Nombres	ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02413103
Datos de investigación	



Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Ninguno
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: ECO TRADING S.A.C. País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Lima Centro poblado: (según corresponda) Urbanización: urb. Zona industrial (alt. De c.c. La cachina) Manzana y lote: (según corresponda) Calle: Av. República Argentina N° 798 -12.044088860680535, -77.05244322308128  Se requieren coordenadas, no colocar enlaces. Puedes obtener las coordenadas GD de sitios como https://www.google.com.pe/maps/ https://goo.gl/maps/1e5q5nJR4bFndqPe8
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Obligatorio. Ejemplo: Marzo 2019 - octubre 2019 2019 - 2020
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DIRECCIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dr. Roberto Paye Colquehuancu
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ, identificado con DNI Nro.70493812 en mi condición de egresado de:

- ☒ Escuela Profesional
☐ Programa de Segunda Especialidad,
☐ Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES,

informo que he elaborado el/la ☒ Tesis o ☐ Trabajo de Investigación, ☐ Trabajo Académico denominada:

GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024

Asesorado por: **ROBBINS FLORES AGUILAR**

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliana 17 de OCTUBRE del 2025

ASESOR
ROBBINS FLORES AGUILAR

FIRMA
LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ



Huella



DEDICATORIA

Se lo debo a mis familiares, cuyo amor, apoyo incondicional y comprensión han sido mi mayor fuente de fuerza a lo largo de este viaje. A ellos, que siempre estuvieron allí para darme palabras de aliento y sostenerme en los momentos más desafiantes, les dedico este logro.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad, por brindarme la oportunidad de desarrollar mis capacidades académicas y profesionales. A mis profesores, por su constante apoyo, sabiduría y dedicación, que fueron clave en mi crecimiento. A mis compañeros de clase, por su colaboración y por enriquecer este camino con valiosas experiencias compartidas. Finalmente, a todo el personal administrativo, por su eficiente labor y respaldo. Sin su compromiso, este proceso no habría sido posible.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

I. Planteamiento del problema.....	14
1.1 Formulación del problema	17
1.1.1 Problema principal	17
1.1.2 Problemas específicos.....	17
1.2 Delimitación de la investigación.....	17
1.3 Justificación de estudio	18

CAPÍTULO II OBJETIVOS

2.1 Objetivo general.....	21
2.2 Objetivos específicos	21

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.3 Antecedentes de la investigación	22
--	----



2.4	Marco teórico	30
2.4.1	Gestión de Flotas	30
2.4.2	Satisfacción del Cliente	37
2.5	Marco conceptual.....	42

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

3.1	Hipótesis general.....	53
3.2	Hipótesis específicas	53
3.3	Variables	53
3.4	Operacionalización de variables	54

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1	Enfoque de la investigación	55
4.2	Método(s) aplicados a la investigación.....	55
4.3	Tipo de investigación.....	56
4.4	Nivel de investigación	56
4.5	Diseño de investigación	56
4.6	Población y muestra.....	57
4.6.1	Población	57
4.6.2	Muestra	57
4.7	Técnica e instrumentos de recolección de datos	58
4.7.1	Técnica.....	58



4.7.2 Instrumento	58
4.8 Confiabilidad y validez del instrumento	59
4.8.1 Confiabilidad	59
4.8.2 Validez	60
4.9 Procedimiento de tratamiento de datos	60
4.10 Diseño de contrastación de hipótesis	61
 CAPÍTULO VI RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
5.1 Presentación de resultados	65
5.2 Discusión de resultados	77
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS.....	84
ANEXOS.....	90
Anexo 1 Matriz de Consistencia	91
Anexo 2 Matriz de datos	93
Anexo 3 Instrumento	100
Anexo 4 Validación del Instrumento	102



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables de gestión de flotas y satisfacción del cliente.	54
Tabla 2 Prueba estadística de Alfa de Cronbach de la gestión de flotas y la satisfacción del cliente.....	59
Tabla 3 Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente	62
Tabla 4 Contrastación de hipótesis la gestión de flotas y puntualidad en el servicio ...	62
Tabla 5 Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la calidad en el servicio	63
Tabla 6 Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la atención en el servicio	63
Tabla 7 Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio	64
Tabla 8 Evaluación de la normalidad mediante la prueba de Kolmogórov	65
Tabla 9 Correlación rho sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente	66
Tabla 10 Correlación rho sobre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio	69
Tabla 11 Correlación rho sobre la gestión de flotas y la calidad en el servicio.....	71
Tabla 12 Correlación rho sobre la gestión de flotas y la atención en el servicio.....	73
Tabla 13 Correlación rho sobre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio.....	75



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Gestión de flotas y la satisfacción del cliente	67
Figura 2	Gestión de flotas y la puntualidad en el servicio.....	69
Figura 3	Gestión de flotas y la calidad en el servicio	71
Figura 4	Gestión de flotas y la atención en el servicio	73
Figura 5	Gestión de flotas y la lealtad en el servicio	75



RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C. en 2024. La gestión de flotas incluye actividades como la planificación, monitoreo y mantenimiento de los vehículos, las cuales son esenciales para garantizar un servicio eficiente y confiable. Estas prácticas operativas buscan optimizar el uso de los recursos y mejorar la experiencia del cliente, influyendo directamente en su percepción y nivel de satisfacción. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, con un diseño no experimental. Se trabajó con una muestra de 317 clientes, seleccionados de una población total de 1,800. La técnica utilizada fue la encuesta, aplicando cuestionarios estructurados como instrumento. Los resultados obtenidos mostraron una correlación positiva moderada entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente. Al estudiar la correlación entre la administración de flotas y la satisfacción del cliente, se notó que el coeficiente de correlación Rho de Spearman alcanzó el valor de 0,808, lo que señala una correlación altamente positiva. El p-valor resultó ser de 0,000, inferior a 0,05, lo que corrobora que la correlación tiene significación estadística. En este contexto, hay una correlación relevante entre la administración de coches y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga.

Palabras claves: Atención, Calidad, Entrega, Gestión de flotas, Puntualidad.



ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between fleet management and customer satisfaction in ECO TRADING S.A.C.'s road freight transportation service in 2024. Fleet management includes activities such as vehicle planning, monitoring, and maintenance, which are essential to ensuring efficient and reliable service. These operational practices seek to optimize the use of resources and improve the customer experience, directly influencing their perception and level of satisfaction. The research was conducted using a quantitative, correlational approach with a non-experimental design. The sample consisted of 317 customers, selected from a total population of 1,800. The technique used was a survey, applying structured questionnaires as an instrument. The results obtained showed a moderate positive correlation between fleet management and customer satisfaction. When studying the correlation between fleet management and customer satisfaction, it was noted that Spearman's Rho correlation coefficient reached 0.808, indicating a highly positive correlation. The p-value was 0.000, less than 0.05, confirming that the correlation is statistically significant. In this context, there is a significant correlation between vehicle management and customer satisfaction in freight transportation services.

Keywords: Attention, Quality, Delivery, Fleet Management, Punctuality.



INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más interconectado y competitivo, la eficiencia en la gestión de flotas se ha convertido en un factor determinante para las empresas de transporte, que buscan ofrecer servicios de calidad y atender las necesidades cada vez mayores de los clientes. En un contexto global donde la rapidez, la seguridad y la confiabilidad se han vuelto aspectos bastante importantes para que los usuarios sigan confiando en una empresa, hoy en día las organizaciones tienen que ir adaptándose casi todo el tiempo a nuevas tecnologías y a diferentes estrategias operativas que, de alguna forma, les permitan aprovechar mejor sus recursos, mejorar la puntualidad en las entregas y, al final, asegurar que el cliente tenga una experiencia positiva y se lleve una buena impresión.

En el Perú, el sector del transporte de carga por carretera ha ido creciendo bastante en los últimos años, principalmente por el aumento de la actividad comercial y también por la necesidad, casi urgente, de que los productos lleguen más rápido a diferentes partes del país, por eso es que la distribución a nivel nacional se ha intensificado cada vez más. Este crecimiento ha hecho que muchas empresas empiecen a poner más atención en modernizar sus procesos logísticos, buscando aplicar prácticas que sean más eficientes y que, de alguna manera, respondan a lo que esperan los clientes hoy en día, además de ayudarles a ser más competitivas en el mercado. En ese sentido, la gestión adecuada de flotas se ha ido posicionando como una de las herramientas más importantes para poder cumplir con estos objetivos y mejorar el desempeño general de las empresas.

Eco Trading S.A.C., que es una empresa dedicada al servicio de transporte de carga por carretera, ha podido identificar que la gestión de su flota es un punto clave para que sus procesos operativos funcionen mejor y, a la vez, para que los clientes se sientan



satisfechos con el servicio que reciben. Por eso, en los últimos años ha venido adoptando algunas tecnologías más innovadoras, como el seguimiento de vehículos, la optimización de rutas y también el mantenimiento preventivo de la flota, que son solo algunas de las estrategias que ha implementado para ir mejorando poco a poco sus servicios. En ese sentido, este estudio busca analizar la relación que existe entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en Eco Trading S.A.C. durante el año 2024, con la finalidad de entender cómo una buena administración de los vehículos puede influir directamente en la percepción que tienen los clientes y en su fidelidad hacia la empresa, para lo cual la documentación se estructura de la siguiente forma:

Capítulo I: En este capítulo se expuso el planteamiento del problema de investigación, estableciendo de manera clara y precisa el tema que se abordó en el estudio.

Capítulo II: Se establecieron los objetivos de la investigación, los cuales guiaron el curso y el enfoque del trabajo.

Capítulo III: Se analizaron los antecedentes más relevantes, acompañados por el marco teórico y conceptual que fundamentó la investigación.

Capítulo IV: En este capítulo se formularon las hipótesis del estudio y se llevó a cabo la operacionalización de las variables, lo que facilitó su análisis posterior.

Capítulo V: Se describió la metodología utilizada en el estudio, especificando los métodos y técnicas aplicadas para la recolección y análisis de los datos.

Capítulo VI: En este capítulo se presentaron los resultados obtenidos, los cuales respondieron a los objetivos y preguntas planteadas en la investigación.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

I. Planteamiento del problema

A nivel mundial, la gestión de flotas se ha vuelto un reto cada vez más complicado para las empresas de transporte, sobre todo porque la demanda de servicios logísticos sigue creciendo y ya no solo se espera que sean eficientes, sino también sostenibles y responsables. Según Rushton et al. (2017), optimizar las flotas es clave para cumplir con los tiempos de entrega y, al mismo tiempo, reducir los costos operativos, lo cual termina influyendo directamente en la satisfacción del cliente, aunque en la práctica esto no resulta tan sencillo como suena. Factores como el aumento constante del precio del combustible, las regulaciones ambientales que cada vez son más estrictas y la presión por ofrecer entregas más rápidas hacen que la toma de decisiones sea más compleja de lo normal. En este contexto, la International Road Transport Union (IRU) menciona que las empresas que apuestan por tecnologías avanzadas, como sistemas GPS y software de gestión, pueden llegar a mejorar hasta en un 30 % la satisfacción del cliente, básicamente por un mejor control de las rutas y los tiempos de entrega (IRU, 2021), sin embargo, no todas las regiones tienen el mismo acceso a estas tecnologías, lo que genera ciertas desigualdades en el desempeño logístico a nivel global.

En el contexto peruano, el transporte de carga por carretera sigue siendo el principal medio para mover mercancías, ya que concentra cerca del 75 % de las operaciones logísticas a nivel nacional (MTC, 2022), y esto se debe en gran parte a la amplia red vial que conecta las principales ciudades con zonas rurales, lo cual ayuda a que el comercio, tanto interno como externo, se mantenga activo. Sin embargo, el sector también enfrenta varias dificultades que no se pueden dejar de lado, como la calidad limitada de la infraestructura vial, con carreteras en mal estado y una cobertura que no siempre llega a las zonas más alejadas, lo que termina generando mayores tiempos de traslado y aumentando los costos operativos. A todo esto se suma que muchas empresas todavía usan métodos bastante tradicionales de gestión, como la planificación manual de rutas y una baja adopción de tecnologías más modernas, lo cual limita la eficiencia de sus operaciones. Además, el crecimiento del comercio electrónico ha hecho que estos problemas se sientan aún más, ya que ahora se exigen entregas más rápidas y seguras, presionando a las empresas a mejorar su eficiencia y confiabilidad para poder responder a un mercado cada vez más exigente y competitivo (INEI, 2023).

La industria del transporte de mercancías viene atravesando varias dificultades relacionadas con la eficiencia de sus operaciones, el cumplimiento de los tiempos de entrega y la calidad del servicio en general, aspectos que influyen directamente en cómo los clientes perciben el servicio y en qué tan satisfechos terminan quedando. Dentro de este contexto se encuentra la empresa ECO TRADING S.A.C., que se dedica al transporte interdepartamental de mercancías en el Perú y que, básicamente, se encarga de la logística y la distribución de productos en distintas regiones del país. En un mercado que cada vez es más competitivo, los



clientes ya no solo buscan mover su carga de un lugar a otro, sino que ahora esperan un servicio que sea ágil, confiable y sobre todo seguro, por lo que estas exigencias obligan a la empresa a mantener altos estándares operativos para poder responder de forma efectiva a lo que el mercado necesita y, al mismo tiempo, fortalecer la confianza de sus clientes.

En este contexto, la gestión de flotas toma un papel bastante importante para poder hacer más eficientes las operaciones, ya que permite tener un mayor control de las rutas, de cómo se asignan los vehículos y también del estado en el que se encuentran las unidades en general. Sin embargo, muchas veces se percibe que los retrasos en las entregas, las fallas técnicas de los vehículos y la falta de un seguimiento en tiempo real terminan afectando de manera negativa la experiencia del cliente y, en consecuencia, su nivel de confianza en el servicio que recibe.

Por otro lado, en la actualidad no se cuenta con un análisis claro, ordenado y realmente profundo que permita demostrar de manera concreta cómo la gestión de flotas se relaciona con el nivel de satisfacción de los clientes dentro de la organización. Esta falta de información, de alguna forma, termina limitando bastante la capacidad tanto de los responsables operativos como de la dirección para tomar decisiones bien fundamentadas y que estén orientadas a la mejora continua del servicio. Cuando no se dispone de datos precisos y confiables sobre el impacto que tienen las prácticas de manejo de flotas en la experiencia del cliente, resulta más difícil plantear estrategias realmente efectivas. Esto afecta la optimización de los procesos logísticos, el cumplimiento de los tiempos de entrega y la eficiencia operativa en general, lo que a su vez debilita la fidelidad de los clientes y su disposición a recomendar la empresa. En este sentido, se vuelve evidente la necesidad

de generar evidencia empírica que sirva como base para implementar acciones concretas de mejora.

Por ello, se hace necesario llevar a cabo un estudio que permita evaluar, de forma cuantitativa, cómo la gestión de flotas se relaciona con la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera que brinda ECO TRADING S.A.C. Este análisis ayudará a reconocer con mayor claridad qué aspectos de la gestión requieren mejoras, con el fin de ofrecer un servicio más eficiente, alineado con las expectativas de los clientes y que, al mismo tiempo, contribuya a fortalecer la competitividad de la empresa dentro del mercado peruano.

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Problema principal

¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?

1.1.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?

1.2 Delimitación de la investigación

cccccd

1.3 Justificación de estudio

Justificación teórica

La fundamentación teórica de esta investigación se basó en la importancia de analizar el modo en que las prácticas de gestión de flotas inciden en la satisfacción del cliente, con especial atención al sector del transporte de carga por carretera. Se consideró importante analizar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente, ya que así se pudo entender mejor cómo los procesos internos de una empresa influyen, de una u otra forma, en la experiencia de quienes reciben el servicio. La gestión de flotas, que abarca la planificación, el control y el mantenimiento de los vehículos, no solo impacta en la eficiencia y la puntualidad de las operaciones, sino que también termina influyendo en la confianza y la fidelidad que los clientes van formando hacia la empresa. Por su parte, la satisfacción del cliente es un indicador clave del desempeño organizacional, porque refleja cómo los usuarios perciben la calidad del servicio recibido. Este indicador no solo permite saber si la empresa cumple o no con las expectativas, sino que además tiene efectos prácticos, ya que cuando los clientes están satisfechos es más probable que continúen trabajando con la empresa, reduciendo así los costos de captar nuevos clientes. Además, las buenas experiencias suelen generar recomendaciones a otros usuarios, funcionando como una promoción natural que fortalece la imagen y la reputación de la empresa en el mercado, por lo que medir y mejorar constantemente la satisfacción del cliente resulta clave para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización.

Al analizar esta relación se logró entender un poco mejor cómo algunos factores internos, como el uso adecuado de los recursos, el cumplimiento de los tiempos y la

disminución de errores en los procesos logísticos, al final se reflejan en resultados externos más claros, como una mejor percepción del servicio, mayor confianza de los clientes y también más intención de seguir usando los servicios de la empresa. Este tipo de estudio no solo fue útil para la organización, ya que ayudó a detectar varias oportunidades de mejora en sus operaciones, sino que además aportó al lado teórico de la logística y la gestión del cliente. En ese sentido, dejó claro que es importante mantener los procesos internos alineados con lo que realmente espera el mercado, porque eso se vuelve clave para lograr un desempeño sostenible y competitivo con el tiempo.

Justificación práctica

Este estudio tuvo un objetivo bastante claro, ya que brindó información útil que permitió a ECO TRADING S.A.C. identificar oportunidades reales para mejorar la rapidez de sus procesos logísticos y, a la vez, elevar la experiencia del cliente. Al comprender mejor cómo la gestión de flotas influía directamente en la satisfacción de los clientes, la empresa pudo proponer acciones más concretas, enfocadas en reducir retrasos, mejorar la confiabilidad de las operaciones y reforzar la comunicación y la atención. Todo esto no solo ayudó a que los procesos internos sean más eficientes, sino que también aportó a fortalecer la imagen de la empresa como un proveedor serio, confiable y más atento a las necesidades reales de sus clientes.

Justificación metodológica

La metodología cuantitativa resultó adecuada para este estudio, ya que permitió evaluar de manera más objetiva la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente, además de que ayudó a tener resultados más claros y medibles. El enfoque no experimental, de tipo correlacional, hizo posible analizar cómo ambas variables se



relacionaban entre sí sin necesidad de cambiar o intervenir en las prácticas habituales que ya venía realizando la empresa. Asimismo, el uso de encuestas permitió recoger información directa de los propios clientes sobre su nivel de satisfacción, lo cual brindó una visión más real y cercana de cómo perciben el servicio en su experiencia diaria. Luego, el análisis estadístico de estos datos facilitó la obtención de conclusiones sólidas y útiles, que pueden servir como base para mejorar los procesos operativos en las empresas de transporte. En general, este enfoque metodológico permitió que los hallazgos sean confiables y que, además, resulten útiles tanto para el ámbito académico como para las empresas del sector.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Determinar la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Determinar la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Determinar la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.3 Antecedentes de la investigación

Antecedentes Internacionales

Nápoles et al., (2024) en su estudio evaluó la satisfacción del cliente con la calidad del servicio en un residencial, considerando la fidelidad como un factor clave, utilizó un cuestionario como instrumento, evaluando variables en recepción, habitaciones y restaurante, y relacionando la relevancia de las características del servicio con la percepción de los clientes. Los resultados que llegaron un alto nivel de satisfacción global y una correlación significativa, positiva y fuerte con la fidelidad de los clientes, identificaron oportunidades de mejora en la rapidez, técnica, iniciativa y flexibilidad los trabajadores, así como en el sabor y la diversidad de los platos en el restaurante, llegó a concluir que el residencial cumplió con las expectativas de los clientes, es necesario optimizar ciertos aspectos para mantener un servicio de excelencia.

Botines y Briones (2024) el propósito del estudio fue determinar cómo los clientes perciben la calidad del servicio y el grado de satisfacción de los clientes en la empresa CNEL EP, ubicada en la ciudad de Manta. Para alcanzar este objetivo, se utilizó el cuestionario SERVPERF, una herramienta ampliamente validada que evalúa la calidad del servicio mediante cinco dimensiones clave:

elementos tangibles, confiabilidad, habilidad para responder, confianza y comprensión, distribuidas en un total de 22 ítems. La muestra del estudio estuvo conformada por 50 clientes, seleccionados de manera no aleatoria, lo que permitió recoger una visión general y representativa sobre cómo perciben el servicio que se les brinda. Los resultados mostraron una evaluación favorable en cada una de las dimensiones mencionadas, destacando especialmente la confianza que genera la empresa, la prontitud en la atención, el trato empático del personal y la infraestructura visible, llegó a concluir que estas percepciones positivas sobre la calidad con que se presta el servicio determina en gran medida la satisfacción del usuario, ya que factores como la seguridad en el suministro, la fiabilidad en la atención y el estado físico de los recursos utilizados fortalecen la experiencia del usuario y su fidelidad hacia la compañía.

Borrero (2023) En su estudio se analizó la relación entre el ambiente laboral y la satisfacción del cliente en una empresa de televisión por cable en el Perú, usando un diseño correlacional y aplicando la Escala de Clima Organizacional (EDCO) a los 20 trabajadores, además de realizar entrevistas telefónicas a 99 clientes con un guion estructurado. Los resultados mostraron que el ambiente organizacional se ubicaba en un nivel medio y que los clientes presentaban una actitud más bien indiferente frente al servicio. Finalmente, se concluyó que en este caso no existía una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente.

Según Barreto et al. (2023), el estudio tuvo como objetivo identificar los factores relacionados con el nivel de satisfacción del cliente, utilizando un enfoque cuantitativo con alcances exploratorio, descriptivo y correlacional. Este enfoque permitió no solo reconocer patrones y tendencias, sino también analizar la relación

existente entre las variables estudiadas. La investigación se realizó con una muestra de socios y clientes de una cooperativa de ahorro y crédito, quienes fueron evaluados mediante una escala tipo Likert, lo que permitió recoger sus percepciones de forma más ordenada y clara. El instrumento fue elaborado con cuidado y validado por especialistas en el tema, además de presentar una alta consistencia interna, lo que aseguró que los resultados obtenidos fueran confiables y bastante sólidos. Entre los principales hallazgos se identificó que la adopción de tecnologías de la información y la comunicación (TICs), el nivel de excelencia del servicio brindado por la entidad, así como la accesibilidad y disponibilidad de dichas tecnologías, están directamente relacionadas con los grados de satisfacción del cliente. Los resultados estadísticos demostraron la existencia de una correlación significativa entre estas variables, subrayando la importancia estratégica de las TICs no solo como herramientas operativas, sino como factores clave en la mejora continua de la experiencia del usuario. En consecuencia, se concluyó que invertir en infraestructura tecnológica, formación del personal y diseño de servicios digitales accesibles representa una vía efectiva optimizar la satisfacción del cliente y mejorar el desempeño frente a la competencia de la cooperativa en el mercado financiero actual.

Morales et al., (2023) el objetivo de la investigación fue comprobar un procedimiento para valorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector hotelero. La investigación se realizó de forma numérica, descriptiva y transversal en un grupo de 120 visitantes durante los meses de julio y agosto de 2021. Su herramienta se creó a partir de la revisión bibliográfica. Los resultados del análisis factorial exploratorio detectaron cinco elementos que explicaron el

75,23% de la variación en la calidad del servicio y dos elementos que explicaron el 72,66% en la satisfacción del consumidor.

Naranjo y Caisa (2023) el propósito fue medir el nivel de conformidad de los usuarios de transporte público urbano en la provincia de Tungurahua, basándose en la calidad del servicio proporcionado. El método que empleó fue descriptivo, utilizando una encuesta y el análisis exploratorio factorial estadístico. Los hallazgos indicaron que hay cinco factores clave que afectan la calidad del servicio: elementos palpables, confiabilidad, atención y garantía. Llegó a concluir que la calidad del servicio ofrecido en el transporte público urbano de la provincia de Tungurahua se ve afectada de manera negativa por la ausencia de empatía, la conducción inadecuada, el servicio deficiente y la ausencia de información sobre horarios y trayectos.

Antecedentes Nacionales

Quispe y Cardoso (2023) el propósito fue establecer la conexión entre la administración de reclamaciones y la calidad del servicio en el sector de servicio al cliente. Para lograrlo, utilizó un método cuantitativo, de diseño no experimental y correlacional. Se llevó a cabo una encuesta a 55 empleados del departamento de servicio al cliente. Los hallazgos mostraron una correlación directa relevante entre las variables ($Rho\ Spearman = 0,765$; $p = 0,000$), concluyendo que hay una relación directa y relevante entre la administración de reclamaciones y la calidad del servicio.

Sánchez (2023) el propósito de la investigación fue analizar la correlación entre la calidad del servicio de atención al cliente y la satisfacción de los clientes en los servicios educativos brindados por la compañía INTERPASS S.A.C. en Lima durante el 2021. Para poder alcanzar este objetivo, se recurrió a la encuesta

como la principal herramienta de recolección de información, la cual fue aplicada a una muestra aleatoria de 325 estudiantes. Posteriormente, los datos obtenidos fueron analizados mediante pruebas estadísticas como el Chi-cuadrado y la correlación de Spearman, lo que permitió interpretar mejor los resultados obtenidos. Los resultados evidenciaron la existencia de una relación significativa entre las variables analizadas.. Específicamente, se obtuvo un valor de Chi-cuadrado de 374,952 y un coeficiente de correlación de Spearman de 0,806, lo que refleja una relación positiva fuerte.

Güere y Yangali (2023) tuvieron como objetivo analizar cómo los clientes percibían la calidad del servicio y su nivel de satisfacción en la agencia Lima Centro de la Caja Municipal de Sullana durante el año 2022. Para ello, emplearon una metodología cuantitativa, con un diseño no experimental, de alcance descriptivo-correlacional y de corte transversal. Recogió información a través de encuestas utilizando el cuestionario SERVQUAL modificado, aplicado a 120 consumidores. Los hallazgos señalaron una relación un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0,738$, indicando una relación positiva entre la calidad del servicio percibido y la satisfacción del consumidor, concluyendo que hay una relación positiva y relevante entre la calidad del servicio percibido y la satisfacción del consumidor.

Tinco (2022) el propósito fue establecer la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la distribuidora de gas "Lidia", utilizando un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de tipo transeccional. Se realizó un estudio de tipo correlacional, cuyos hallazgos, corroborados a través de pruebas estadísticas, evidenciaron que el cuestionario utilizado fue sumamente fiable, con un valor de Alfa de Cronbach de 0.950. Esto demostró que un

incremento en la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la percepción y satisfacción de los clientes.

Cordova y Robles, (2022) tuvo como objetivo de la investigación fue analizar la relación entre la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la agencia BBVA de Villa María del Triunfo, utilizó un diseño no experimental y un cuestionario aplicado a una muestra de 256 clientes. Cuyos resultados mostraron que el 49,4% de los clientes calificaron la gestión de calidad del servicio como alta, y un 49,4% consideraron su satisfacción en un nivel moderado. Al aplicar la regresión logística ordinal, se encontró una significancia estadística ($p = 0,000 < 0,050$, llegó a concluir que una gestión adecuada de la calidad del servicio influye de manera significativa en la satisfacción del cliente.

Pasco y Villanueva (2021) el objetivo de la investigación fue determino la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, empleando un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de nivel correlacional. Se utilizaron dos encuestas a un grupo de 187 clientas para evaluar ambas variables. Los hallazgos mostraron una correlación estadísticamente relevante $p = 0,001$) entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, resaltando que la percepción favorable de la calidad del servicio fue clave para lograr la satisfacción del cliente. Concluyó que hay una correlación estadísticamente relevante entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la agencia de viajes Inka Wasi Travel.

Antecedentes Locales

Guerra (2024) el objetivo principal del estudio fue establecer la correlación entre la calidad operativa del servicio y la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas (Mypes) dedicadas al transporte de mineral en la región de

Puno durante el año 2023. Para lograrlo, se aplicó un enfoque metodológico de tipo aplicado, con un diseño transversal, correlacional y de campo, lo que permitió recopilar datos directamente desde el contexto donde se desarrollan las actividades logísticas. La muestra estuvo compuesta por 72 clientes pertenecientes a 9 Mypes del sector, a quienes se les aplicaron encuestas estructuradas diseñadas para evaluar tanto la percepción de la calidad operativa como el nivel de satisfacción con el servicio recibido. Los resultados arrojaron una correlación positiva y estadísticamente significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,781 y un valor $p = 0,000$. Llegó a concluir que existe una relación fuerte y directa entre la calidad operativa del servicio y la satisfacción del cliente.

Cabana (2023) tuvo como propósito identificar la relación entre la gestión logística y la satisfacción del cliente en la ferretería G&N Corporación Atlántida EIRL, ubicada en la ciudad de Juliaca, durante el año 2023. Para abordar este objetivo, se adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño metodológico de tipo correlacional y no experimental, lo que permitió analizar las variables sin manipularlas, recogiendo datos tal como ocurrieron en su contexto natural. Se utilizó una encuesta estructurada como herramienta para la recolección de datos, dirigida a una muestra representativa de 53 clientes frecuentes de la empresa. Los resultados obtenidos revelaron que la gestión logística presentó una relación positiva y adecuada, alcanzando un 60,4%, lo que sugiere que, aunque existen áreas por mejorar, los procesos logísticos en general son bien valorados por los usuarios. Por su parte, la satisfacción del cliente se ubicó en un nivel regular, con un 67,9%, evidenciando que si bien los clientes encuentran aceptable el servicio, todavía hay aspectos que podrían optimizarse para elevar su experiencia, llegó a concluir que existe una correlación directa, moderada y estadísticamente

significativa entre la gestión logística y la satisfacción del cliente, lo que resalta la necesidad de fortalecer los procesos logísticos como vía estratégica para mejorar la percepción del servicio y aumentar la fidelización en este competitivo sector comercial.

Machaca (2023) el estudio tuvo identificado la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Chifa Yoyad, ubicado en la Avenida Laykakota del departamento de Puno durante el año 2022. Se aplicó un diseño metodológico de tipo descriptivo-correlacional, no experimental, con un enfoque cuantitativo y de corte transversal. La investigación se basó en una muestra de 334 clientes. Los resultados obtenidos evidenciaron una correlación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, resaltando que factores como la calidad en la preparación y presentación de los alimentos, la infraestructura, la seguridad y la atención brindada por el personal influyen directamente en la disposición de los clientes a recomendar el establecimiento. En conclusión, se determinó que el Chifa Yoyad debe enfocarse en fortalecer la calidad de su servicio.

Quispe (2021) el propósito del estudio evaluó la calidad del servicio en el transporte público urbano de la ciudad de Juliaca, fundamentado en las cinco dimensiones del modelo de calidad: Visibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, confianza y comprensión. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un corte transversal y transaccional. Se trabajó con una muestra de 399 usuarios del servicio, utilizando encuestas como técnica de recolección de datos. Los resultados obtenidos evidenciaron las percepciones que tienen los usuarios respecto a la calidad del servicio ofrecido dependían de estas dimensiones, permitiendo determinar las áreas de mejora en el

servicio público, llegó a concluir que la calidad del servicio en el transporte público urbano de Juliaca está influenciada por las dimensiones de visibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, confianza y comprensión.

Mamani (2021) el propósito fue determinar los atributos de la calidad del servicio como un elemento significativo en la satisfacción del cliente en el sector de transportes de la ruta Desaguadero-Puno en 2019, empleando una metodología cuantitativa, con enfoque descriptivo y diseño no experimental. La población de estudio fue de 46 transportistas, a los que se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas. Los hallazgos indicaron que la mayoría de los transportistas tienen entre 30 y 50 años, son de sexo masculino y poseen una educación superior no universitaria.

2.4 Marco teórico

2.4.1 Gestión de Flotas

La administración de flotas hace referencia a conjunto de actividades, procesos y estrategias enfocadas en la administración eficiente de un grupo de vehículos, ya sea de propiedad de una empresa o bajo su control, con el objetivo de optimizar su uso, reducir costos operativos y garantizar un servicio adecuado y seguro. Esta gestión abarca actividades como la planificación de las operaciones, el mantenimiento de los vehículos, su monitoreo y seguimiento continuo, así como la evaluación de su desempeño. También incluye la administración del personal de conducción y la organización de las rutas asignadas. La gestión de flotas resulta especialmente importante para las empresas que dependen del transporte —como las del sector logístico, de carga o de pasajeros—, ya que les permite trabajar de manera más eficiente, reducir los

tiempos en que los vehículos están inactivos y cumplir con las normas de seguridad y las exigencias medioambientales.

La gestión de flotas es un proceso bastante clave que se centra en organizar, supervisar y optimizar el uso de los vehículos para lograr un mejor desempeño operativo y, a la vez, reducir los costos que se generan. Este proceso incluye acciones como la planificación de rutas más eficientes, el mantenimiento preventivo de las unidades, el seguimiento en tiempo real mediante tecnologías como el GPS y también una adecuada gestión de los conductores, todo con la finalidad de mejorar tanto la seguridad como la productividad. Asimismo, una buena administración de flotas facilita el cumplimiento de las normas de transporte y ambientales, ayudando a disminuir el impacto ambiental y a promover prácticas que sean más sostenibles en el tiempo (Rodrigues et al., 2010).

La gestión de flotas es una pieza clave dentro de la logística de una empresa, ya que va mucho más allá del simple control del estado técnico de los vehículos o de su funcionamiento diario. Implica una planificación estratégica integral orientada a aprovechar mejor los recursos disponibles, mejorar la eficiencia del servicio y reducir los costos relacionados con el transporte. Este proceso incluye actividades fundamentales como la programación ordenada de los mantenimientos preventivos, la asignación inteligente de rutas para acortar tiempos y distancias, así como el monitoreo constante de las operaciones, todo con el objetivo de lograr un servicio más ágil, confiable y rentable. En tiempo real del rendimiento de las unidades mediante herramientas tecnológicas avanzadas como las plataformas de administración de flotas y dispositivos GPS, el procesamiento de datos con el propósito de fundamentar las decisiones en datos comprobables.

De acuerdo con Rushton et al. (2014), una gestión de flotas bien organizada tiene un impacto directo y positivo en la productividad general de la empresa, ya que facilita el cumplimiento de los plazos de entrega, reduce el consumo de combustible, mejora el uso de los recursos humanos y materiales, y prolonga la vida útil de los vehículos, lo que se traduce en ahorros importantes a mediano y largo plazo. Por otro lado, González-Torre (2019) menciona que la gestión de flotas no debería enfocarse únicamente en los aspectos técnicos u operativos, sino que también es importante considerar temas como la seguridad y el bienestar de los conductores, el cumplimiento de las normas legales vigentes y la adopción de prácticas responsables con el cuidado del medio ambiente. Todo esto, de alguna manera, contribuye a elevar los niveles de responsabilidad social y corporativa dentro de la logística actual.

2.4.1.1 Exactitud en el tiempo

La exactitud en el tiempo hace referencia, básicamente, a la capacidad de cumplir una actividad o un proceso dentro del plazo que ya se tenía previsto, sin retrasos ni adelantos que terminen afectando su desarrollo normal. En ámbitos como el transporte y la logística, esto se traduce en respetar los tiempos acordados para las entregas, la prestación de servicios o el cumplimiento de horarios establecidos, algo que hoy en día es bastante valorado. Este aspecto se considera un indicador clave de eficiencia y confiabilidad.

La exactitud en el tiempo es un aspecto bastante fundamental dentro de la gestión de flotas, ya que está muy relacionada con el cumplimiento de horarios, plazos y compromisos que se asumen con los clientes o usuarios, y que al final marcan la diferencia en el servicio. Este factor no solo influye en cómo se percibe

la confiabilidad del servicio, sino que también impacta en la eficiencia operativa de la empresa, porque permite una mejor coordinación de las actividades logísticas y un control más preciso del desempeño en tiempo real. La puntualidad en las entregas, la llegada oportuna de los vehículos a sus destinos y el respeto de las programaciones establecidas suelen verse como señales claras de una gestión más ordenada y profesional. Según Zeithaml et al. (1993), la exactitud en el tiempo es una dimensión clave al momento de evaluar los servicios, ya que influye directamente en la percepción del cliente, en el nivel de confianza hacia la empresa y en la fidelidad a largo plazo, algo que hoy en día es bastante importante. En el caso de la gestión de flotas, esto no depende solo de una buena planificación, sino también del apoyo de sistemas de monitoreo adecuados, personal capacitado y procesos bien estructurados que ayuden a cumplir con los tiempos previstos, por lo que la exactitud en el tiempo no es solo una exigencia operativa.

La exactitud en el tiempo, también conocida como puntualidad o precisión temporal, es un elemento bastante importante dentro de la gestión de operaciones y servicios, ya que influye de forma directa en la eficiencia de los procesos, en la calidad del servicio y, finalmente, en la satisfacción del cliente. Según Hopp y Spearman (2021), se entiende como la capacidad de ejecutar actividades o brindar servicios en el momento que ya se tenía establecido, sin adelantos ni retrasos que puedan generar problemas. En el ámbito empresarial, cumplir con los tiempos acordados no solo demuestra que existe una buena planificación y coordinación interna, sino que también ayuda a fortalecer una imagen de seriedad, confianza y profesionalismo frente a los clientes. En sectores como la logística y el transporte, donde cualquier demora puede generar costos adicionales y afectar la experiencia

del usuario, la puntualidad termina convirtiéndose en un indicador clave del desempeño. Asimismo, lograr una adecuada precisión temporal no es algo que se dé solo, sino que requiere el apoyo de herramientas tecnológicas y estrategias de gestión eficientes, como el monitoreo en tiempo real.

2.4.1.2 Calidad de Entrega

La calidad del servicio de entrega se entiende, más que nada, como la manera en que un producto o servicio llega al cliente cumpliendo lo que se ofreció y los estándares de la empresa. No es solo entregar a tiempo, sino que el pedido llegue en buen estado, sin daños y tal como el cliente lo solicitó. En rubros como la logística, el comercio o los servicios, este aspecto es clave para medir el desempeño de una empresa, porque influye directamente en la satisfacción del cliente y también en qué tan eficientes resultan sus operaciones.

La calidad de la entrega incluye varios aspectos que, en conjunto, hacen que el cliente tenga una buena experiencia con el servicio. Entre ellos están la correcta atención de los pedidos, que los productos o servicios lleguen en buen estado y también que los tiempos y procesos sean eficientes. Según Grönroos (2007), esta calidad se entiende como la capacidad de una organización para cumplir de forma constante y confiable con lo que espera el cliente, lo cual no se trata solo de entregar a tiempo, sino también de cuidar los detalles para que el cliente reciba exactamente lo que pidió y en las condiciones adecuadas. Este concepto cobra aún más importancia en contextos que son altamente competitivos, donde los clientes ya no solo valoran el producto final, sino también toda la experiencia que acompaña el proceso de compra y entrega.

La calidad de la entrega es un elemento bastante clave dentro de la gestión logística, ya que va más allá de solo cumplir con entregar un producto o un servicio, sino que refleja el compromiso de la empresa con hacer bien las cosas y con la satisfacción del cliente. Este concepto abarca todo el proceso, desde una buena planificación, el seguimiento y control de los envíos, hasta el momento en que el cliente recibe el producto, asegurando que llegue completo, en buen estado, en el lugar correcto y dentro del tiempo acordado. Según Christopher (2016), la calidad de la entrega no se limita únicamente a la puntualidad, sino que también incluye la exactitud del pedido, la presentación del producto y la capacidad de respuesta frente a cualquier inconveniente que pueda afectar la experiencia del cliente. Asimismo, Bowersox y Closs (2019) señalan que este aspecto se ha convertido en un factor importante de diferenciación competitiva, ya que los clientes valoran cada vez más la consistencia y la confiabilidad en los servicios que reciben. Cuando la calidad de la entrega es deficiente, pueden generarse pérdidas económicas, verse afectada la imagen de la empresa, aumentar las quejas y disminuir la fidelidad del cliente; en cambio, una entrega de calidad fortalece la confianza, fomenta relaciones duraderas y contribuye al crecimiento sostenido de la organización.

2.4.1.3 Atención al Cliente

La atención al cliente es un concepto bastante amplio que reúne todas las acciones y procesos que una empresa pone en marcha para responder a las necesidades y expectativas de sus clientes, y no se trata de un contacto aislado o puntual, sino más bien de un proceso continuo que acompaña al cliente desde el primer acercamiento con la empresa y que se mantiene incluso después de haber

adquirido un producto o servicio. El propósito principal de la atención al cliente es ofrecer una experiencia positiva, que no solo permita resolver dudas o inconvenientes, sino que también genere una conexión de confianza y cercanía con la marca. Esto implica brindar apoyo cuando surgen problemas, responder consultas, orientar en el uso de los productos o servicios y manejar de manera adecuada las quejas o reclamos que puedan presentarse.

La atención al cliente ya no se limita solo a responder consultas o solucionar problemas puntuales, sino que hoy en día forma parte esencial de la estrategia de las organizaciones y tiene un impacto directo en la experiencia del cliente y en la imagen que este va construyendo de la marca. De acuerdo con Parasuraman et al. (1988), la atención al cliente es un componente clave del modelo SERVQUAL y se basa en tres elementos fundamentales: la capacidad de respuesta, la empatía y la solución eficaz de problemas. La capacidad de respuesta se relaciona con qué tan rápido y eficiente la empresa atiende las solicitudes o inquietudes de sus clientes, mientras que la empatía implica comprender sus necesidades, ponerse en su lugar y brindar un trato más cercano que genere confianza y una relación más humana.

.

Por su parte, Kotler y Armstrong (2022) señalan que la atención al cliente debe entenderse como un conjunto de acciones y procesos orientados a responder a las necesidades del cliente en cada punto de contacto con la empresa, lo que la convierte en un componente estratégico bastante importante. En un mercado que es cada vez más competitivo, donde muchos productos y servicios terminan siendo muy similares entre sí, la atención al cliente se vuelve un elemento clave de diferenciación.

Las empresas que ofrecen un servicio de atención sobresaliente no solo se enfocan en resolver inconvenientes cuando aparecen, sino que también buscan construir relaciones basadas en la confianza y la cercanía con sus clientes. Todo esto se refleja en una mayor fidelización y en recomendaciones positivas, que ayudan a fortalecer la reputación de la marca.

La gestión de flotas cumple un papel bastante importante en las empresas que dependen del transporte, ya que permite aprovechar mejor los recursos que se tienen, reducir costos y mejorar el desempeño general de las operaciones. Su importancia se nota en aspectos como el adecuado mantenimiento de los vehículos, el seguimiento del desempeño de los conductores y el cumplimiento de las normas vigentes, lo cual ayuda a disminuir riesgos y gastos relacionados con el consumo de combustible, reparaciones imprevistas o incluso posibles sanciones. Además, una gestión eficiente de flotas también aporta a prácticas más sostenibles, al reducir las emisiones contaminantes, y al mismo tiempo mejora la satisfacción del cliente, ya que permite asegurar entregas más rápidas, seguras y confiables.

2.4.2 Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente se refiere al grado en que la experiencia vivida con un producto o servicio cumple o incluso supera las expectativas que el cliente tenía inicialmente sobre la empresa. Es un indicador bastante importante del éxito en la relación entre la organización y sus consumidores, ya que se basa en cómo el cliente percibe la calidad, el valor que recibe y la experiencia en general al momento de usar el producto o servicio. Esta satisfacción no depende solo de aspectos tangibles, como la calidad del producto o qué tan eficiente fue el servicio, sino también de elementos

más intangibles, como la atención que se brinda, la rapidez al responder o incluso qué tan fácil resulta todo el proceso para el cliente.

La satisfacción del cliente es una valoración bastante personal y subjetiva que hace el consumidor a partir de su experiencia con un producto o servicio, comparando lo que esperaba recibir con lo que finalmente obtuvo. Esta percepción no se limita solo a aspectos funcionales, como la calidad técnica o el desempeño del servicio, sino que también incluye elementos más emocionales, como el trato que recibió y el ambiente en el que se le brindó el servicio. Cuando la experiencia logra cumplir o incluso superar las expectativas del cliente, se genera una sensación de satisfacción; en cambio, cuando estas expectativas no se alcanzan, puede aparecer la insatisfacción, lo que termina afectando directamente la lealtad hacia la empresa. (Oliver, 1980).

2.4.2.1 Puntualidad

La puntualidad es la capacidad de respetar los tiempos establecidos y cumplir con lo acordado dentro del plazo previsto. Refleja responsabilidad y compromiso, tanto a nivel personal como en el ámbito profesional. En el contexto de las empresas y los servicios, ser puntual significa entregar productos o brindar servicios en el momento pactado con el cliente, lo que genera confianza y una experiencia positiva. Además, la puntualidad facilita una mejor organización de las actividades, contribuye al buen desarrollo de los procesos y juega un papel importante en la satisfacción y fidelidad de los clientes.

La puntualidad es un aspecto clave tanto en la gestión de las empresas como en la prestación de servicios, ya que está directamente relacionada con el respeto de los tiempos acordados y con las expectativas que se generan en los clientes. Cumplir

con los plazos demuestra que la organización tiene la capacidad de responder de manera responsable a los compromisos que asume, lo cual influye de forma directa en la confianza y en el nivel de satisfacción del cliente. Zeithaml y Parasuraman (1993) señalan que la puntualidad es uno de los factores que más influyen en la calidad del servicio percibida por los usuarios, ya que refleja si la empresa realmente es capaz de cumplir con lo prometido dentro del tiempo establecido. Cuando los clientes perciben que una empresa es puntual, se refuerza la imagen de confiabilidad y coherencia en el servicio, aspectos que resultan clave para construir relaciones sólidas y duraderas con los consumidores.

La puntualidad va más allá de ser solo un aspecto operativo y termina convirtiéndose en un valor clave en la manera en que la empresa se relaciona tanto con sus clientes como con sus propios colaboradores. De acuerdo con Thompson (2021), la puntualidad está muy ligada al respeto, que es un elemento fundamental para mantener la satisfacción y la lealtad de todas las personas que forman parte de una relación comercial. Cuando una organización cumple con los plazos que establece, no solo demuestra que sus procesos son eficientes, sino que también evidencia una real consideración por el tiempo de los demás.

Además, la puntualidad influye de manera directa en la imagen de marca de una empresa, ya que en un mercado donde existen muchas opciones, los clientes suelen valorar bastante a aquellas organizaciones que cumplen lo que prometen y respetan los tiempos acordados. Las empresas que se caracterizan por ser puntuales suelen ir construyendo una reputación de seriedad y confiabilidad, lo que favorece la lealtad de sus clientes y refuerza la confianza en su capacidad para responder a tiempo a sus necesidades. Esta buena reputación no solo ayuda a fortalecer la relación con

los clientes actuales, sino que también termina convirtiéndose en un atractivo para nuevos clientes que buscan servicios ágiles, seguros y sin mayores contratiempos.

2.4.2.2 Calidad

La calidad es un concepto clave en cualquier sector y se relaciona con el conjunto de características que tiene un producto o servicio y que permiten satisfacer, de forma eficiente, las necesidades y expectativas de los clientes. Sin embargo, la calidad no es algo fijo, sino más bien un concepto amplio y con varias dimensiones, ya que no solo considera lo tangible, sino también aspectos intangibles que influyen en la percepción y en la experiencia del usuario. Entre estos elementos están la durabilidad, la confiabilidad, el desempeño, la funcionalidad, la estética y el cumplimiento de las especificaciones. En ese sentido, la calidad no se limita solo a que no existan fallas, porque un producto o servicio de calidad no solo debe funcionar, sino hacerlo bien y de manera constante, ofreciendo valor y asegurando una experiencia positiva y confiable a lo largo del tiempo.

La calidad es un pilar bastante importante dentro de la gestión de servicios, ya que no se limita únicamente a cumplir con ciertos estándares establecidos, sino que también implica la capacidad de superar de manera constante las expectativas del cliente. Según Grönroos (2007), la calidad en los servicios se entiende como la habilidad que tiene una organización para no solo satisfacer, sino incluso ir más allá de lo que el cliente espera, considerando de forma integral cada etapa del servicio, desde el primer contacto hasta la atención posterior a la venta.

La calidad es un concepto bastante amplio y se refleja tanto en los productos como en los servicios que brinda una organización. Según Juran (2020), la calidad se entiende como la adecuación al uso y la ausencia de fallas, resaltando que los

productos y servicios deben cumplir con lo necesario para su función y trabajar correctamente. Por otro lado, Deming (2021) amplía esta idea al señalar que la calidad no solo es evitar errores, sino también asegurar uniformidad y confiabilidad, para que el desempeño sea estable con el tiempo y no cambie tanto. Además, Deming menciona que la calidad debe lograrse a un costo razonable, es decir, ofrecer lo que el mercado necesita sin perder eficiencia económica. Desde este enfoque, la calidad no es algo aislado, sino el resultado de una buena gestión de los procesos, desde el diseño y la producción hasta la entrega y la atención al cliente.

2.4.2.3 Atención

La atención se entiende como la capacidad de enfocar tiempo, esfuerzo y también recursos, tanto mentales como emocionales, en una persona o situación en específico. En el ámbito de los servicios, la atención se refleja en la disposición que tiene una organización para escuchar, entender y responder a lo que necesitan los clientes, buscando que reciban el apoyo adecuado y una experiencia positiva. Este concepto incluye aspectos como la empatía, la rapidez al responder, la amabilidad y las ganas de ayudar o resolver problemas de manera efectiva. En general, una buena atención es clave para generar confianza, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer su nivel de satisfacción.

La satisfacción con la atención se refiere a cómo los usuarios evalúan la atención que recibieron en comparación con lo que esperaban antes de pasar por la experiencia. Este aspecto es bastante importante en la gestión de servicios y, sobre todo, en la atención al cliente, ya que influye directamente en la lealtad del usuario, en sus ganas de recomendar el servicio y en la intención de volver a utilizarlo. Según Kotler y Keller (2016), cuando la experiencia de atención es positiva no solo se

refuerza la fidelidad del cliente, sino que también se genera la recomendación de boca a boca, lo que ayuda a mejorar la imagen de la empresa y a crear nuevas oportunidades de crecimiento.

La atención al cliente es un aspecto bastante importante que va más allá de solo responder consultas al momento, ya que en realidad busca construir una relación de confianza con el cliente a largo plazo. Según Grönroos (2007), la atención se entiende como la capacidad de la organización para responder de manera oportuna, eficaz y con empatía a las necesidades del cliente, resaltando la importancia de una interacción constante y cercana. Este enfoque no se limita solo a la rapidez o a dar respuestas correctas, sino que también implica mostrar comprensión y un compromiso real con la experiencia del cliente. En ese sentido, una buena atención no solo ayuda a resolver problemas específicos, sino que también permite anticiparse a lo que el cliente necesita, ofrecer soluciones más personalizadas y mantener una comunicación continua que refuerce la confianza y la lealtad.

El éxito de una organización está muy relacionado con el nivel de satisfacción de sus clientes, ya que este influye de forma directa en la lealtad, en la imagen y también en la rentabilidad de la empresa. Cuando los clientes quedan satisfechos, no solo es más probable que vuelvan a elegir la marca, sino que además recomienden sus productos o servicios, generando una publicidad positiva que ayuda a fortalecer su posicionamiento. Asimismo, una alta satisfacción permite reducir las quejas y los reclamos, lo que facilita un mejor uso de los recursos y favorece relaciones más duraderas con los clientes.

2.5 Marco conceptual

Atención

La atención al cliente es un elemento clave para lograr la satisfacción de los usuarios en cualquier empresa, ya que influye bastante en cómo perciben el servicio que reciben. Entre los principales indicadores de una buena atención se encuentran la rapidez con la que se responden las quejas, la calidad del trato que brinda el personal y la capacidad que existe para resolver los problemas de manera efectiva. Cuando el servicio de atención funciona de forma eficiente, los clientes sienten que sus inquietudes son atendidas a tiempo y de manera adecuada, lo cual mejora su percepción general del servicio. Una atención cercana, personalizada y oportuna influye directamente en la confianza del cliente y favorece su fidelización y permanencia a largo plazo.

Atención y Resolución

La atención y resolución hacen referencia a la capacidad que tiene una empresa para atender con rapidez y eficacia las dudas, quejas o problemas que presentan sus clientes. Entre los principales indicadores se encuentran el tiempo promedio de respuesta a consultas o reclamos, la cantidad de casos solucionados en el primer contacto y el nivel de satisfacción del cliente con la respuesta recibida. Asimismo, el número de incidencias o situaciones de insatisfacción permite evaluar qué tan eficiente es el servicio de atención. Cuando este proceso funciona adecuadamente, se fortalece la relación con los clientes y se mejora su percepción sobre la calidad y confiabilidad del servicio.

Calidad

La calidad en el servicio de transporte de mercancías se construye a partir de varios factores que influyen directamente en la percepción que tienen los

clientes sobre el servicio recibido. Entre los aspectos más importantes se encuentran el nivel de satisfacción con la calidad del servicio, el estado en que llegan las mercancías al momento de la entrega y la presencia o ausencia de problemas relacionados con la operación. Asimismo, la confianza en la seguridad del servicio es un elemento clave, ya que los clientes necesitan tener la tranquilidad de que sus productos llegarán en buenas condiciones y dentro del tiempo acordado. Cuando el servicio cumple con estos aspectos, se genera una experiencia positiva que fortalece la confianza y fomenta la fidelidad de los clientes.

Calidad de Entrega

La calidad de la entrega se refleja, principalmente, en el estado en el que los productos llegan al cliente, y esto tiene que ver con que las mercancías se entreguen completas, en buen estado y cumpliendo con las condiciones que se acordaron previamente. Para poder evaluar esta calidad, normalmente se toman en cuenta indicadores como el porcentaje de productos que llegan sin daños, la cantidad de incidentes que ocurren durante el transporte y la condición final de los bienes al momento de la entrega. Asimismo, el uso de un empaque adecuado cumple un papel bastante importante en la protección de las mercancías a lo largo de todo el proceso de traslado.

Costos de Transporte

Los costos de transporte son un factor fundamental dentro de la gestión de flotas, ya que influyen de manera directa en la competitividad de la empresa. Entre estos costos se incluyen el mantenimiento de los vehículos, el consumo de

combustible, los peajes y otros gastos asociados al traslado de la carga. Llevar un control adecuado de estos costos es fundamental para que la empresa pueda ofrecer precios competitivos sin comprometer su rentabilidad a largo plazo. No obstante, uno de los principales desafíos para las empresas de transporte de carga consiste en optimizar estos gastos sin que ello repercuta negativamente en la calidad del servicio.

Competitividad en el Mercado

La competitividad en el mercado hace referencia a la capacidad que tiene una empresa para diferenciarse y mantenerse vigente frente a sus competidores, mediante la oferta de servicios eficientes y de alto valor para el cliente. Factores como el precio, la calidad, la flexibilidad operativa y la capacidad de innovar cumplen un rol determinante en este proceso. En el sector del transporte de carga, aquellas empresas que logran fortalecer su competitividad no solo atraen a un mayor número de clientes, sino que también incrementan su participación en el mercado.

Disponibilidad de la flota

La disponibilidad de la flota se refiere, básicamente, a qué tan listos están los vehículos para operar en un momento determinado, lo cual permite saber si la empresa realmente puede cumplir con los servicios programados y atender nuevos pedidos sin generar retrasos. Cuando la disponibilidad es alta, significa que las unidades están en buenas condiciones, con mantenimiento al día, combustible, documentos vigentes y conductores asignados, sin fallas técnicas que compliquen el trabajo. Esto ayuda a que la empresa responda de forma más rápida y eficiente a lo que necesitan los clientes, manteniendo la continuidad del servicio y una

buena satisfacción. En cambio, cuando la disponibilidad es baja, suelen aparecer problemas operativos, se reduce la capacidad de atención y la confianza del cliente puede verse afectada.

Eficiencia Operativa

La eficiencia operativa se entiende como la capacidad que tiene una empresa para aprovechar bien sus recursos, ya sean humanos, materiales, tecnológicos o financieros, buscando obtener mejores resultados con el menor costo posible. En el transporte de carga, este concepto se ve reflejado, sobre todo, en una buena gestión de la flota, una planificación adecuada de las rutas y un control más ordenado de los tiempos de entrega, ya que todo esto ayuda a aumentar la productividad y, al mismo tiempo, a reducir gastos como el consumo de combustible, el mantenimiento de los vehículos y los tiempos en los que las unidades quedan sin uso.

Exactitud en el Tiempo

La precisión en el tiempo se entiende como la capacidad que tiene una empresa para cumplir de forma constante con los plazos que se acuerdan previamente, algo clave en la logística y en el transporte de carga. Este aspecto se puede medir mediante indicadores como el porcentaje de entregas a tiempo, el promedio de retrasos o el nivel de cumplimiento de los cronogramas establecidos. Además, la percepción que tiene el cliente sobre la puntualidad es bastante importante, ya que influye directamente en la confianza que genera la empresa y en su nivel de satisfacción con el servicio. }

Flexibilidad en el Servicio

La flexibilidad en el servicio se entiende como la capacidad de una empresa para adaptarse de manera oportuna a las variaciones y necesidades cambiantes de sus clientes, ya sea mediante el ajuste de horarios de entrega, la modificación del volumen de carga o la atención de destinos no previstos inicialmente. Este atributo resulta especialmente valorado por los clientes cuando surgen situaciones imprevistas que requieren respuestas rápidas y soluciones adecuadas. Un servicio flexible no solo mejora la percepción que los usuarios tienen de la empresa, sino que también incrementa su nivel de satisfacción, al evidenciar un compromiso genuino por ofrecer soluciones personalizadas y eficientes, fortaleciendo así la relación comercial a largo plazo.

Gestión de Flotas

La gestión de flotas se define como el conjunto de estrategias, procesos y herramientas que emplean las empresas para planificar, controlar y optimizar el uso de sus vehículos dentro de las operaciones. En el sector del transporte de carga, esta gestión incluye actividades como la planificación de rutas, el mantenimiento preventivo y correctivo de las unidades, la administración del consumo de combustible y el monitoreo en tiempo real de los vehículos.

Innovación en el Servicio

La innovación en el servicio se entiende como la capacidad que tiene una empresa para incorporar nuevas tecnologías o formas de trabajar que hagan que la experiencia del cliente sea mejor y más cómoda. En el transporte de carga, esto se nota cuando se usan sistemas de seguimiento en tiempo real, se optimizan rutas con apoyo tecnológico o se incluyen vehículos más modernos y eficientes. Este

enfoque innovador ayuda a mejorar el desempeño operativo, reducir costos y adaptarse mejor a un mercado que cambia rápido. Además, la aplicación de estas innovaciones permite que las empresas sean más competitivas y brinden un servicio más rápido, seguro y confiable, lo que al final también mejora la percepción y satisfacción del cliente.

Lealtad

La lealtad del cliente hace referencia al nivel de compromiso y fidelidad que una persona desarrolla hacia una empresa, lo cual se manifiesta tanto en la continuidad del uso de sus servicios como en la recomendación de estos a otros potenciales clientes. Entre los principales indicadores para evaluar la lealtad se encuentran la satisfacción con la relación a largo plazo, el tiempo de permanencia como cliente y la disposición a recomendar la empresa a terceros. Los clientes leales suelen mantener su preferencia debido a las experiencias positivas previas, basadas en la confianza y la satisfacción obtenida.

.Monitoreo vehicular

El monitoreo vehicular es un elemento clave dentro de la gestión actual de flotas, ya que permite supervisar de manera constante el movimiento, el estado mecánico y las condiciones en las que opera cada unidad. Este proceso se apoya en tecnologías como el GPS, sensores y plataformas de control en tiempo real, que facilitan conocer la ubicación de los vehículos, detectar paradas no autorizadas, controlar la velocidad y evaluar el desempeño de los conductores. Además, estas herramientas ayudan a identificar fallas mecánicas a tiempo, evitando problemas mayores y reduciendo riesgos. Contar con información oportuna y confiable permite a la empresa reaccionar rápido ante imprevistos, mejorar la seguridad del

transporte y optimizar los tiempos de entrega, lo que al final se refleja en un servicio más eficiente, confiable y satisfactorio para el cliente.

Optimización de Rutas

La optimización de rutas básicamente se refiere a organizar y ajustar los recorridos de transporte para que los tiempos de entrega sean menores, se consuma menos combustible y, en general, el trabajo sea más eficiente, o sea, funcione mejor.

Puntualidad

La puntualidad es un factor bien importante cuando se habla de la satisfacción de los clientes en el sector del transporte de carga, ya que al final ellos esperan que todo llegue cuando se les promete y no después. Esto se puede evaluar usando algunos indicadores como qué tan satisfechos están los clientes con las entregas a tiempo, la cantidad de retrasos que se presentan, la confianza que llegan a tener en los plazos de entrega y también el número de quejas que aparecen justamente por demoras en el servicio. Cumplir con los tiempos acordados genera confianza y refuerza la lealtad de los clientes a largo plazo. Por el contrario, un servicio con retrasos frecuentes afecta la percepción de eficiencia. Una baja frecuencia de demoras y clientes que confían en los plazos son señales claras de un servicio logístico bien gestionado y confiable.

Reputación Corporativa

La reputación corporativa básicamente muestra cómo una empresa es vista tanto por el público en general como por sus propios clientes, o sea, la imagen que va formando con el tiempo. En el sector del transporte de carga, tener una buena

reputación está bien ligada a la calidad del servicio que se ofrece, a que las entregas se hagan a tiempo y a cómo se atiende al cliente en el día a día.

Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente es un indicador clave del desempeño de una empresa, porque al final refleja qué tanto los productos o servicios realmente cumplen con lo que esperan las personas que los reciben. En el caso del transporte de carga, esta satisfacción depende de varios factores, como que las entregas se hagan a tiempo, que las mercancías lleguen seguras, que exista una comunicación clara y efectiva y, además, la calidad del servicio que brinda el personal en general. Un cliente satisfecho no solo tiene más probabilidades de volver a contratar el servicio, sino que también puede recomendar la empresa a otras personas, lo cual ayuda bastante al crecimiento y a que el negocio se mantenga en el tiempo. Por eso, medir la satisfacción del cliente de forma constante permite a las empresas ir ajustando sus operaciones y estrategias, y así mejorar poco a poco la experiencia que ofrecen.

Seguridad en el Servicio

La seguridad en el transporte de carga es un aspecto bastante esencial, ya que no solo sirve para proteger las mercancías, sino también para darle tranquilidad a los clientes que confían sus envíos. En este rubro influyen varios elementos, como la seguridad durante todo el traslado, el cumplimiento de las normas que están vigentes y la capacitación adecuada de los conductores, que al final es clave para que todo salga bien. Los clientes esperan que sus productos lleguen sin riesgos de pérdida o daño y, cuando las empresas aplican medidas de

seguridad efectivas, se va generando confianza y se fomenta la fidelidad, lo que termina fortaleciendo la relación con los clientes a largo plazo.

Tiempo de respuesta

El tiempo de respuesta se refiere básicamente al lapso que pasa desde que un cliente solicita un servicio hasta que la empresa realmente empieza a atenderlo o a ejecutarlo, o sea, qué tan rápido reacciona. En el transporte de carga por carretera, este indicador resulta bastante importante porque permite medir la eficiencia operativa y también la capacidad que tiene la empresa para adaptarse a la demanda del mercado y a lo que van solicitando los clientes.

Un tiempo de respuesta rápido suele reflejar que la empresa está bien organizada, que existe un real compromiso con el cliente y que se manejan buenos estándares de calidad, lo cual influye directamente en cómo el usuario percibe el servicio. Además, cuando la atención es ágil se genera mayor confianza, se fortalece la relación comercial y se mejora la competitividad frente a otros proveedores del mismo sector. Por el contrario, cuando hay demoras en la respuesta, esto puede generar insatisfacción, hacer que se pierdan oportunidades y terminar afectando de manera negativa la reputación de la empresa.



Transparencia

La transparencia se refiere a la claridad y honestidad con la que una empresa comunica sus procesos, precios y políticas a los clientes. En el transporte de carga, esto implica mantener informados a los clientes sobre los tiempos de entrega, los costos involucrados y cualquier eventualidad que pueda afectar el servicio. Ser transparente genera confianza, reduce posibles malentendidos y disminuye la insatisfacción, ya que los clientes se sienten más seguros al conocer exactamente qué esperar del servicio y cómo se gestionan los procesos..



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Existe la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.

3.2 Hipótesis específicas

- Existe la relación entre la gestión de flotas y puntualidad e en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Existe la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Existe la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.
- Existe la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.

3.3 Variables

Variable 1: Gestión de Flotas

Variable 2: Satisfacción del Cliente

3.4 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables de gestión de flotas y satisfacción del cliente.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Variable 1: Gestión de Flotas	Exactitud en el tiempo	• Porcentaje de entregas a tiempo. • Tiempo de demora promedio. • Número de entregas puntuales. • Percepción de puntualidad • Porcentaje de mercancías sin daños.	Escala de Likert
	Calidad de Entrega	• Número de incidencias de daños. • condición de mercancías. • Uso de empaques adecuados. • Tiempo de respuesta promedio.	
	Atención y Resolución	• Problemas resueltos al primer contacto. • Satisfacción con resolución. • Incidencias de insatisfacción. • Satisfacción con puntualidad.	
	Puntualidad	• Frecuencia de retrasos. • Confianza en tiempos de entrega. • Quejas por falta de puntualidad. • Satisfacción con calidad de servicio.	
Variable 2: Satisfacción del Cliente	Calidad	• Condición de mercancías. • Problemas con calidad de servicio. • Confianza en seguridad del servicio.	
	Atención	• Satisfacción con atención al cliente. • Tiempo de respuesta a quejas. • Satisfacción con trato recibido. • Eficiencia en resolución de problemas.	
	Lealtad	• Uso continuo del servicio. • Recomendación del servicio. • Satisfacción con relación a largo plazo.	
		• Antigüedad de clientes.	

Nota: Se presentan las variables, dimensiones e indicadores correspondientes.



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo se centró en recolectar y analizar datos numéricos, lo que permitió identificar patrones y relaciones entre las variables estudiadas. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), este método es especialmente útil cuando se busca medir fenómenos y contrastar hipótesis mediante herramientas estadísticas. Gracias a este enfoque, se pudo obtener información objetiva y precisa, lo que facilitó un análisis claro de los resultados y permitió tomar decisiones basadas en datos confiables.

4.2 Método(s) aplicados a la investigación

El método deductivo consiste en partir de principios o teorías generales para llegar a conclusiones más específicas (Arias, 2021). En este estudio, se aplicaron los conocimientos generales sobre gestión de flotas y satisfacción del cliente al caso particular de ECO TRADING S.A.C. Este enfoque permitió construir un marco teórico sólido desde el cual se analizó cómo las prácticas de gestión de flotas influyen en la experiencia del cliente, validando las hipótesis a partir de la información recopilada y observada en la empresa.

4.3 Tipo de investigación

Este estudio se centró en analizar la relación entre dos o más variables, sin llegar a buscar establecer una causalidad directa como tal (Sampieri et al., 2014). En este caso en específico, se fue explorando cómo la gestión de flotas puede influir en la satisfacción del cliente, aunque no se pudo determinar una relación de causa y efecto de manera definitiva. Sin embargo, sí se lograron identificar correlaciones significativas entre las prácticas de gestión y el nivel de satisfacción, lo cual permitió comprender mejor qué factores terminan influyendo en la percepción que tienen los clientes sobre el servicio.

4.4 Nivel de investigación

Un estudio de tipo descriptivo se enfocó en identificar y detallar los elementos más importantes de las variables de interés, tratando de mostrar cómo son y cómo se presentan en la realidad. Según Tamayo y Tamayo (2012), este enfoque resulta adecuado para comprender las características de un fenómeno dentro de su propio contexto, y por eso se tomó en cuenta. Gracias a este método, se logró recopilar datos bastante precisos sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente, lo que permitió describir con mayor profundidad los aspectos más relevantes de ambas variables dentro del entorno de ECO TRADING S.A.C.

4.5 Diseño de investigación

Se empleó un diseño no experimental, ya que las variables no fueron modificadas, sino que se observaron tal como se daban en su estado natural (Hernández et al., 2014). Este enfoque permitió analizar las variables tal como se manifestaban en la realidad de la empresa, de alguna manera sin intervenir en ellas, asegurando así que los resultados reflejaran de forma más fiel el comportamiento real de las prácticas de gestión de flotas y cómo estas influyen en la satisfacción del cliente.

4.6 Población y muestra

4.6.1 Población

La población del estudio estuvo compuesta por 1,800 clientes de ECO TRADING S.A.C. que utilizan sus servicios de transporte de carga por carretera. Este grupo reflejaba una diversidad de necesidades y expectativas en relación con los servicios ofrecidos. Analizar esta población permitió estudiar un segmento representativo de los usuarios, ofreciendo una visión más clara sobre cómo perciben y experimentan el servicio de transporte, así como sus comportamientos y nivel de satisfacción.

4.6.2 Muestra

Se seleccionó una muestra de 317 clientes utilizando un muestreo aleatorio simple, de modo que todos los integrantes de la población tuvieran la misma oportunidad de ser elegidos, o sea, que sea lo más justo posible. Este procedimiento permitió que los resultados fueran representativos y estadísticamente válidos, evitando en lo posible cualquier tipo de sesgo en la selección. Además, la muestra resultó suficiente para recopilar información confiable, lo que ayudó a analizar con mayor precisión las opiniones y experiencias de los clientes y, a la vez, poder hacer generalizaciones sobre toda la población de ECO TRADING S.A.C.

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

Dónde:

N: Es el tamaño de la población (1800)

n: Es el tamaño de la muestra

p: Probabilidad de éxito (0,5)

e: Es la precisión o el error (5% de error), (0,05)

q: Probabilidad de fracaso (0,5)

Z: Es el nivel de confianza (1,96) con el 95% de confianza

$$n = \frac{1800 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1800 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 317$$

4.7 Técnica e instrumentos de recolección de datos

4.7.1 Técnica

Se empleó la técnica de la encuesta, la cual, según Hernández et al. (2014), facilita la obtención de información directamente de los participantes y, de alguna manera, asegura mayor precisión en las respuestas que brindan. Esta estrategia fue clave para poder recopilar datos relevantes y representativos sobre cómo los clientes perciben la gestión de flotas y cuál es su nivel de satisfacción con el servicio de transporte de carga. Además, la encuesta permitió reunir información de forma eficiente de un número considerable de personas, lo que ayudó a garantizar la fiabilidad y validez de los resultados obtenidos.

4.7.2 Instrumento

En este estudio se utilizó un cuestionario como instrumento para la recolección de datos, ya que era la forma más directa de obtener la información necesaria. Según Hernández et al. (2014), un instrumento es cualquier herramienta que se emplea para recopilar información durante una investigación, y en este caso el cuestionario cumplió bien ese rol. Este fue diseñado de manera específica para recoger datos relevantes sobre las variables de interés, centrándose principalmente en la satisfacción y en la experiencia de los clientes de ECO TRADING S.A.C. Además, al combinar preguntas cerradas y abiertas, permitió obtener información cuantitativa útil para el análisis estadístico y, a la

vez, información cualitativa que ayudó a tener una visión más profunda sobre las percepciones y opiniones de los clientes respecto a los servicios de transporte de carga por carretera.

4.8 Confiabilidad y validez del instrumento

4.8.1 Confiabilidad

Para asegurar la fiabilidad del instrumento, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, tomando como meta que el valor sea mayor a 0,7, ya que eso indicaba un buen nivel de consistencia. De esta manera, se pudo confirmar que el cuestionario era realmente confiable y que las preguntas mantenían coherencia entre sí, lo cual permitió garantizar que los datos recopilados reflejaran de forma bastante precisa las percepciones y opiniones de los participantes.

Tabla 2

Prueba estadística de Alfa de Cronbach de la gestión de flotas y la satisfacción del cliente

	Gestión de Flotas	Satisfacción del Cliente
Alfa de Cronbach	,764	,785
N de elementos	12	16
N de encuestados	317	317

Nota. Coeficiente de fiabilidad de Cronbach.

La Tabla 2 muestra los resultados del test estadístico de Alfa de Cronbach para la administración de flotas. El valor de Alfa de Cronbach alcanzó los 0,764, lo que señala una elevada fiabilidad y una magnífica consistencia interna del instrumento empleado para evaluar esta variable. Esto indica una buena consistencia para utilizar la encuesta.

Por otro lado, la satisfacción del cliente presentó un valor de Alfa de Cronbach de 0,785, lo que indica una confiabilidad moderada. Este valor indica que, aunque el instrumento tiene una consistencia interna aceptable.

4.8.2 Validez

La validez del cuestionario se evaluó a través del juicio de expertos, quienes revisaron cada uno de los ítems del instrumento para ver si realmente medían lo que se quería estudiar, o sea, si estaban bien planteados según el objetivo de la investigación. Este proceso permitió asegurar que el cuestionario estuviera alineado con lo que se buscaba analizar y no se saliera del enfoque del estudio. Además, la confiabilidad se midió mediante el coeficiente alfa de Cronbach, con el cual se obtuvo un valor que indicaba un nivel aceptable de consistencia interna, lo que reflejaba que las preguntas estaban bien relacionadas entre sí y que, en general, los resultados obtenidos de los encuestados eran coherentes y bastante fiables.

4.9 Procedimiento de tratamiento de datos

Los datos que se fueron recolectando se procesaron utilizando el software estadístico SPSS versión 25, el cual permitió organizar y analizar toda la información de una manera más ordenada y eficiente. A partir de ello, se realizaron análisis descriptivos para conocer mejor las características de las variables estudiadas y, además, análisis correlacionales para poder identificar posibles patrones y relaciones entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente. Este método permitió obtener una visión más precisa y a la vez profunda sobre cómo interactúan estas variables, lo que facilitó la interpretación de los resultados y ayudó en la toma de decisiones basadas en los hallazgos obtenidos.

4.10 Diseño de contrastación de hipótesis

Se aplicó la prueba de Kendall para analizar la relación entre dos variables que eran de tipo ordinal o por rangos, lo cual encajaba bien con los datos que se tenían. En este contexto, esta prueba facilitó identificar si existía una posible correlación significativa entre la gestión del conocimiento y el rendimiento laboral, algo que se buscaba entender mejor. Además, resultó bastante apropiada para este tipo de investigaciones no experimentales y se mostró efectiva para el análisis de datos no paramétricos, lo que ayudó a garantizar que los resultados obtenidos fueran válidos y, en general, confiables.

Resultado alcanzado para la hipótesis principal:

- H_1 : “Existe la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”.
- H_0 : “No existe relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”.

El coeficiente de significancia inferior a 0,05 señala que los hallazgos del análisis estadístico poseen significación estadística, lo que implica que es poco probable que la relación o efecto observado en los datos haya ocurrido por casualidad. Si el p-valor obtenido es menor que 0,05, se consideran altamente significativos.

La decisión sobre aceptar o rechazar la hipótesis nula (H_0) se fundamenta en el valor p resultante del análisis estadístico. Cuando dicho valor es menor al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0,05$), se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), lo que indica que existe evidencia estadísticamente suficiente para apoyar la validez de la hipótesis alternativa.

Tabla 3*Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente*

Contrastación de hipótesis			
	Valor	Error	Sig.
Tau-b de Kendall	,683	,023	,000
N	317		

Nota. Análisis utilizando el método de Kendall.

La Tabla 3 muestra los resultados sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente, para ello se utilizó la prueba de Kendall de Tau-b es de 0,683, lo que señala una correlación moderada entre ambas variables. El error se calculó en 0,023 y la significancia (Sig.) se situó en 0,000, lo que es menor al nivel de significancia establecido en 0,05. Esto señala que hay una relación de relevancia estadística entre la administración de coches y la satisfacción del cliente. Esto sugiere que la administración de flotas influye de manera considerable en la satisfacción del cliente.

Resultado alcanzado para la hipótesis específica 1

Tabla 4*Contrastación de hipótesis la gestión de flotas y puntualidad en el servicio*

Contrastación de hipótesis			
	Valor	Error	Sig.
Tau-b de Kendall	,343	,040	,000
N	317		

Nota. Análisis utilizando el método de Kendall.

En la Tabla 4 se presentan los resultados de la contrastación de hipótesis sobre la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio. El valor del Tau-b de Kendall es 0,343, lo que indica una relación débil entre ambas variables. El valor de

significancia (Sig.) fue 0,000, el cual es inferior al nivel de significancia de 0,05. Esto indica que la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio es estadísticamente significativa, lo que implica que la gestión de flotas tiene un impacto significativo, aunque débil, en la puntualidad del servicio.

Resultado alcanzado para la hipótesis específica 2

Tabla 5

Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la calidad en el servicio

Contrastación de hipótesis			
	Valor	Error	Sig.
Tau-b de Kendall	,424	,036	,000
N	317		

Nota. Análisis utilizando el método de Kendall.

La Tabla 5 muestra los resultados de la comparación de hipótesis acerca de la correlación entre la administración de residuos y la calidad del servicio. El valor de Kendall para el Tau-b fue de 0,424, lo que señala una relación de moderada intensidad. La significancia (Sig.) registró un valor de 0,000, que es menor al nivel de significancia de 0,05. Esto señala que existe una relación estadísticamente relevante entre la administración de flotas y la calidad del servicio. Esto significa que la administración de flotas influye considerablemente en la calidad del servicio, manteniendo una relación moderada.

Resultado alcanzado para la hipótesis específica 3

Tabla 6

Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la atención en el servicio

Contrastación de hipótesis			
	Valor	Error	Sig.
Tau-b de Kendall	,581	,032	,000
N	317		

Nota. Análisis utilizando el método de Kendall.

La Tabla 6 muestra los resultados entre la administración de flotas y la atención al cliente, para ello utilizó la prueba de Kendall. El valor de Kendall para el Tau-b es de 0,581, en el que tuvo una relación de moderada a débil. La significatividad (Sig.) tuvo un valor de 0,000, lo que fue menor al nivel de significancia de 0,05. Esto indica que tuvo una correlación entre la administración de flotas y el servicio es estadísticamente relevante. Esto indica que la administración de flotas tiene un impacto considerable en el servicio al cliente y en la atención al cliente.

Resultado alcanzado para la hipótesis específica 4

Tabla 7

Contrastación de hipótesis sobre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio

Contrastación de hipótesis			
	Valor	Error	Sig.
Tau-b de Kendall	,444	,039	,000
N	317		

Nota. Análisis utilizando el método de Kendall.

La Tabla 7 muestra los resultados entre la administración de flotas y la fidelidad al servicio. El valor de Kendall, el Tau-b fue de 0,444, lo que señala una relación de moderada intensidad. Respecto a la significancia (Sig.) tuvo el valor de 0,000, lo que es menor al nivel de significancia de 0,05. Esto indica que la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio es estadísticamente significativa. Con una mejor gestión de flotas está relacionada con un mayor nivel de lealtad de los clientes en el servicio.

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Presentación de resultados

En este capítulo se presentan los resultados derivados del análisis de los datos, en el que se evaluó su normalidad. Además, se emplearon las pruebas Rho de Spearman y Tau-b de Kendall para cumplir con los objetivos planteados y validar las hipótesis formuladas. A continuación, se expone la hipótesis:

Planteamiento de hipótesis:

- **Hipótesis nula (H_0):** Los datos se distribuyen de manera normal.
- **Hipótesis alternativa (H_1):** Los datos no siguen una distribución normal

Tabla 8

Evaluación de la normalidad mediante la prueba de Kolmogórov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de Flotas	,105	317	,000
Satisfacción del Cliente	,088	317	,000

Nota: Se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov debido al tamaño de la muestra, que fue superior a 50 datos.

La tabla 8 se muestra los resultados de la normalidad de los datos, en el que se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, para ello se muestra por variables de la siguiente manera.

Para la gestión de flotas, el valor de significación fue de 0,000 menor a 0,05, lo que indica que no sigue una distribución normal.

Para la satisfacción del cliente, también se registró una significancia de 0,000, lo que señala que sigue una distribución normal, donde fue inferior a 0,05. Por lo tanto, es imprescindible emplear ensayos estadísticos no paramétricos para examinar la correlación entre estas variables.

Resultados analizados

RESULTADO CORRESPONDIENTE AL OBJETIVO PRINCIPAL

“Gestión de flotas y la satisfacción del cliente”

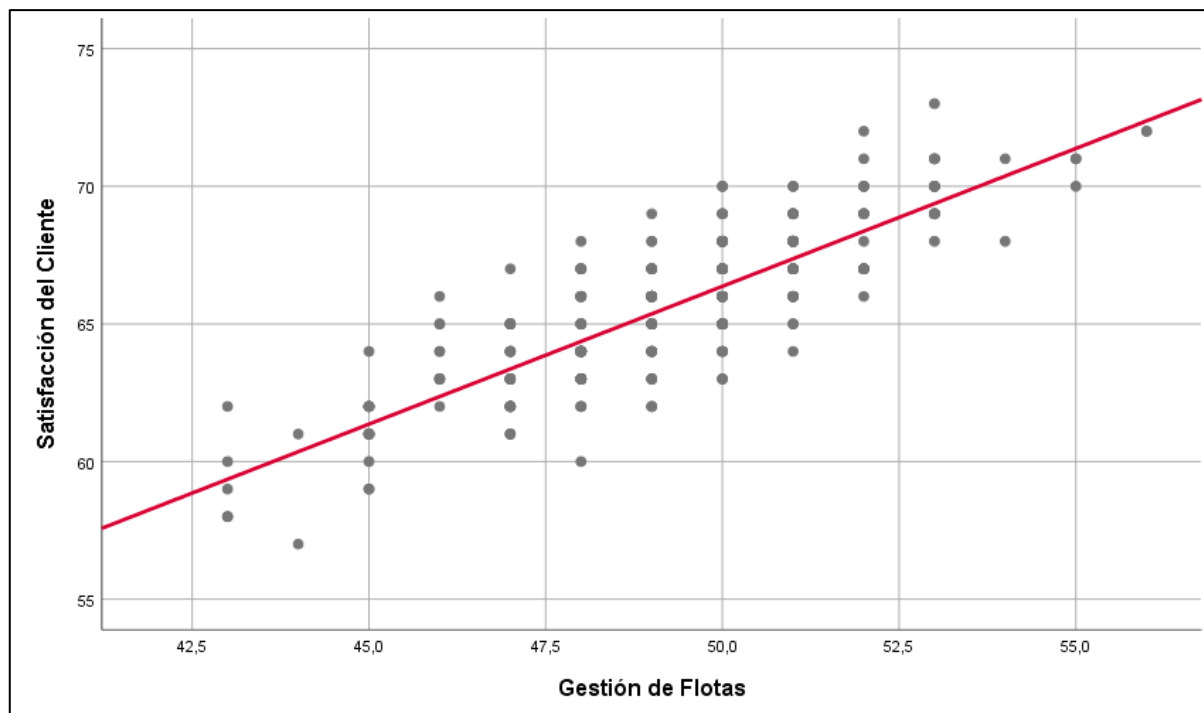
Se definió el objetivo: “Determinar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”. A continuación, se presentan los resultados:

Tabla 9

Correlación rho sobre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente

Rho de Spearman		Gestión de Flotas	Satisfacción del Cliente
Gestión de Flotas	Coef. de correlación	1,000	,808
	Significancia	.	,000
	N	317	317
Satisfacción del Cliente	Coef. de correlación	,808	1,000
	Significancia	,000	.
	N	317	317

Nota. Prueba de Rho de Spearman para analizar la correlación entre los datos.

Figura 1*Gestión de flotas y la satisfacción del cliente*

Nota. Gráfico de correlación con una tendencia ascendente.

La tabla 9 presenta los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente. El coeficiente de correlación obtenido es de 0,808, lo que refleja una relación alta y positiva entre ambas variables. Esto significa que, conforme se optimiza la gestión de flotas, la satisfacción del cliente tiende a incrementarse, aunque de manera moderada.

El valor de significancia que se obtuvo fue de 0,000, el cual es menor a 0,05, y eso indica que la correlación que se encontró es estadísticamente significativa, o sea, que no es algo al azar. Esto sugiere que sí existe una relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente dentro del servicio de transporte, lo que deja ver que la forma en cómo se maneja la flota termina influyendo, de una u otra manera, en cómo los clientes perciben el servicio.



La gestión de flotas desempeña un papel fundamental en la satisfacción del cliente, ya que impacta directamente en la calidad, puntualidad y confiabilidad del servicio ofrecido. Una gestión eficiente de flotas permite optimizar los tiempos de entrega, asegurar la disponibilidad de productos y servicios, y responder de manera oportuna a las necesidades del cliente. Esto genera una experiencia mucho más positiva y, a la vez, ayuda a fortalecer la relación que existe entre la empresa y sus consumidores. La gestión de flotas termina influyendo bastante en cómo el cliente percibe el profesionalismo y el compromiso de la empresa, ya que todo se nota en el servicio que se brinda. Al garantizar procesos logísticos que sean ágiles y también seguros, se va reforzando la confianza del cliente, lo que hace que aumente su lealtad y, además, que tenga mayor disposición a recomendar los servicios de la empresa a otras personas.

Resultado correspondiente al objetivo específico 1

“Gestión de flotas y la puntualidad en el servicio”

El propósito principal de este estudio fue: “Determinar la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”, se muestran los resultados:

Tabla 10

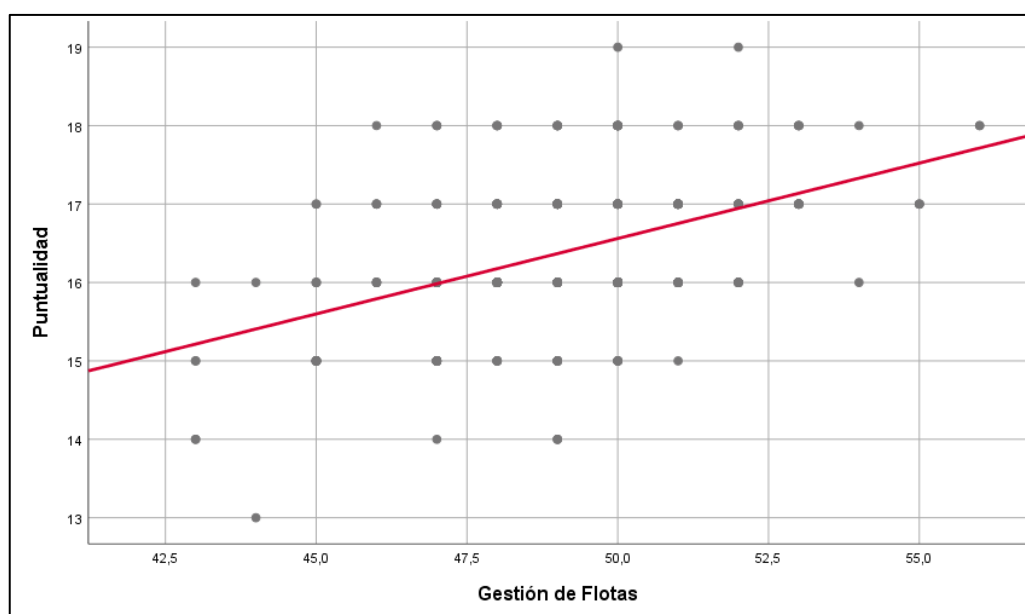
Correlación rho sobre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio

Rho de Spearman		Gestión de Flotas	Puntualidad
Gestión de Flotas	Coef. de correlación	1,000	,417
	Significancia	.	,008
	N	317	317
Puntualidad	Coef. de correlación	,417	1,000
	Significancia	,008	.
	N	317	317

Nota. Prueba de Rho de Spearman para analizar la correlación entre los datos.

Figura 2

Gestión de flotas y la puntualidad en el servicio



Nota. Gráfico de correlación con una tendencia ascendente.

La tabla 10 presenta los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio. El coeficiente de correlación fue de 0,417, lo que indica una correlación moderada entre ambas variables. Es decir, existe una relación positiva, debido a que si se mejorara la gestión de flotas, el impacto sobre la puntualidad en el servicio sería limitado.

El valor de significancia fue de 0,000, lo que es inferior al umbral de 0,05, indicando que la correlación es estadísticamente significativa. Esto implica que existe una relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte.

La gestión de flotas es un factor clave para asegurar la puntualidad en el servicio, ya que permite planificar, coordinar y supervisar de forma más eficiente todos los recursos logísticos de una organización, o sea, tener todo un poco más bajo control. Cuando existe una gestión de flotas adecuada, se optimizan las rutas de transporte, se reducen los tiempos de espera y se mejora la precisión en los horarios de entrega, lo que hace que los productos o servicios lleguen al cliente justo en el momento que se había pactado.

La puntualidad en el servicio no solo muestra el compromiso y el profesionalismo de la empresa, sino que también tiene bastante que ver con cómo el cliente percibe el servicio y qué tan satisfecho queda, ya que cumplir con los tiempos que se prometen ayuda a generar confianza, mejora poco a poco la imagen de la empresa y, de alguna manera, hace que los clientes quieran seguir eligiéndola y se mantengan fieles a ella. En un entorno competitivo, una gestión de flotas eficaz, orientada a garantizar la puntualidad, se convierte en un elemento diferenciador que puede impulsar la preferencia y lealtad de los clientes hacia la organización.

RESULTADO CORRESPONDIENTE AL OBJETIVO ESPECIFICO 2

“Gestión de flotas y la calidad en el servicio”

Se definió el objetivo: “Determinar la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”, a continuación, se muestra la tabla.

Tabla 11

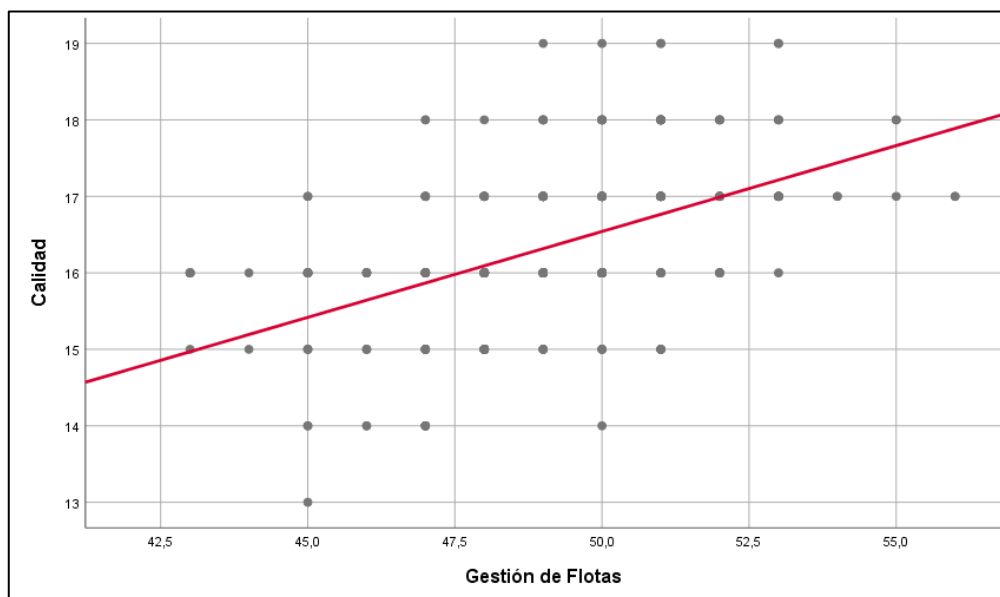
Correlación rho sobre la gestión de flotas y la calidad en el servicio

Rho de Spearman		Gestión de Flotas	Calidad
Gestión de Flotas	Coef. de correlación	1,000	,516
	Significancia	.	,008
	N	317	317
Calidad	Coef. de correlación	,516	1,000
	Significancia	,000	.
	N	317	317

Nota. Prueba de Rho de Spearman para analizar la correlación entre los datos.

Figura 3

Gestión de flotas y la calidad en el servicio



Nota.

Gráfico de correlación con una tendencia ascendente.

La tabla 11, se muestra los resultados de la gestión de flotas y la calidad del servicio. El coeficiente de correlación obtenido fue de 0,243, lo que señala una relación positiva moderada entre ambas variables. Esto indica que, conforme se optimiza la gestión de flotas, la calidad del servicio tiende a mejorar. El valor de significancia fue de 0,000, menor a la significancia 0,05, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa. En tal sentido existe una relación significativa entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte.

La correlación entre la gestión de flotas y la calidad del servicio mostró un impacto positivo, aunque moderado, lo que da a entender que cuando la gestión de las flotas se maneja bien sí puede ayudar a que los clientes perciban mejor la calidad del servicio que se les brinda, ya que no solo se trata de entregar los productos o servicios en buen estado, sino también de cumplir con ciertos estándares de eficiencia, seguridad y confiabilidad que al final el cliente sí nota, y por eso este resultado es importante, porque una buena percepción de la calidad puede convertirse en una ventaja competitiva frente a otras empresas, marcando una diferencia clara, además que una gestión adecuada de flotas ayuda a reducir problemas operativos como retrasos o daños en los productos, lo cual refuerza la confianza del cliente en que la empresa realmente cumple lo que promete, algo que es todavía más relevante en sectores donde la calidad es clave para poder mantenerse y tener éxito.

RESULTADO CORRESPONDIENTE AL OBJETIVO ESPECIFICO 3

“Gestión de flotas y la atención en el servicio”

Se desarrolló con el fin de: “Determinar la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”, el cual se detalla a continuación.

Tabla 12

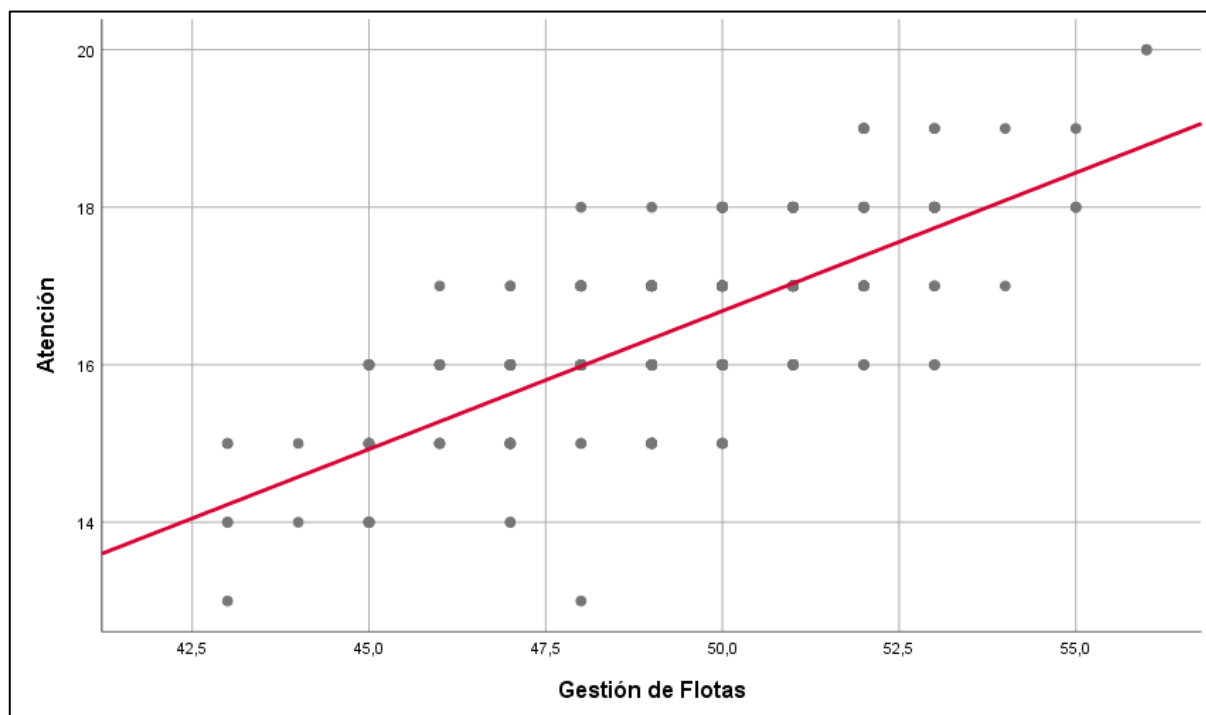
Correlación rho sobre la gestión de flotas y la atención en el servicio

Rho de Spearman		Gestión de Flotas	Atención
Gestión de Flotas	Coef. de correlación	1,000	,676
	Significancia	.	,000
	N	317	317
Atención	Coef. de correlación	,676	1,000
	Significancia	,000	.
	N	317	317

Nota. Prueba de Rho de Spearman para analizar la correlación entre los datos.

Figura 4

Gestión de flotas y la atención en el servicio



Nota. Gráfico de correlación con una tendencia ascendente.

La tabla 12 muestra las conclusiones de la correlación Rho de Spearman entre la administración de flotas y el servicio brindado. El índice de correlación alcanzó el valor de 0,676, lo que señala una conexión positiva, entre las variables. Esto sugiere que la optimización en la administración de flotas se relacione con un incremento en el servicio al cliente, aunque el impacto es muy reducido. El valor de significancia fue 0,000, menor a 0,05, existe una relación entre la administración de flotas y el servicio de transporte.

La relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio presentó una correlación moderada pero estadísticamente significativa. Esto indica que, aunque una buena gestión de flotas puede contribuir a una mejor atención al cliente, no es el único factor determinante. La atención en el servicio está influenciada por elementos como la capacitación del personal, los procesos de comunicación y el enfoque en la experiencia del cliente. Sin embargo, una gestión de flotas eficiente sí contribuye indirectamente al garantizar que los bienes y servicios lleguen a tiempo y en condiciones óptimas, lo que puede reducir el número de quejas y mejorar la interacción entre el cliente y el personal de la empresa. La importancia de este hallazgo radica en que, al complementar una gestión de flotas adecuada con estrategias centradas en el cliente, las empresas pueden ofrecer un servicio más integral, fortaleciendo así las relaciones con sus clientes y fomentando la satisfacción y lealtad.

RESULTADO CORRESPONDIENTE AL OBJETIVO ESPECIFICO 4

“Gestión de flotas y la lealtad en el servicio”

Se desarrolló con el fin de: “Determinar la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024”, el cual se detalla a continuación.

Tabla 13

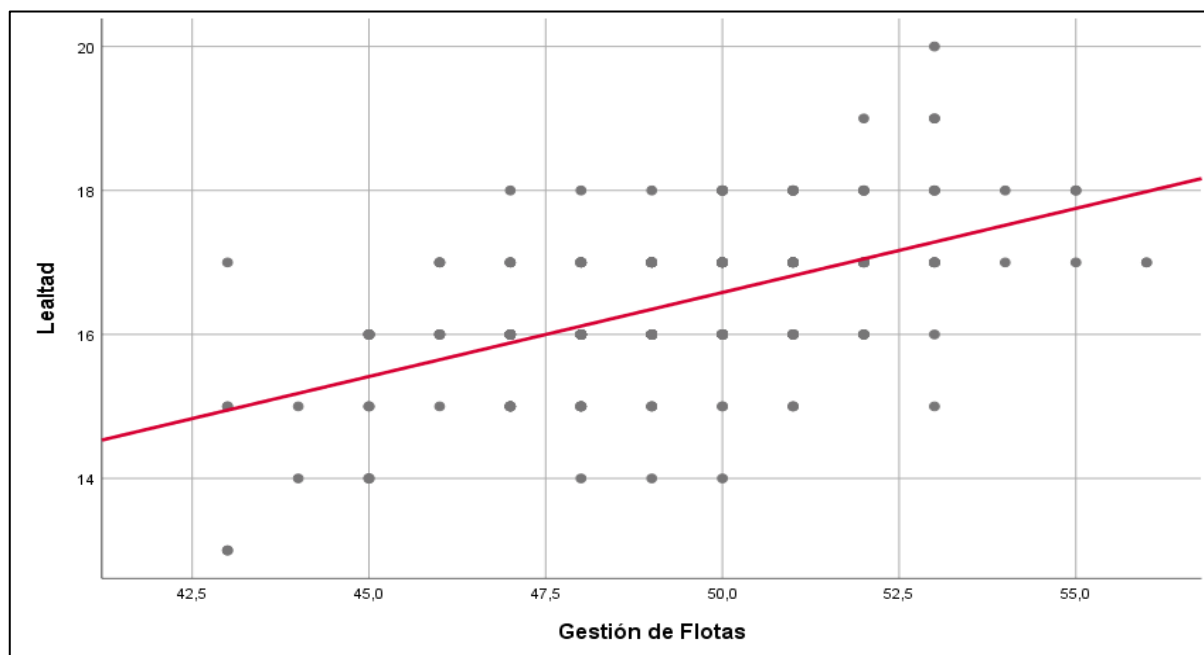
Correlación rho sobre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio

Rho de Spearman		Gestión de Flotas	Lealtad
Gestión de Flotas	Coef. de correlación	1,000	,525
	Significancia	.	,000
	N	317	317
Lealtad	Coef. de correlación	,525	1,000
	Significancia	,000	.
	N	317	317

Nota. Prueba de Rho de Spearman para analizar la correlación entre los datos.

Figura 5

Gestión de flotas y la lealtad en el servicio



Nota. Gráfico de correlación con una tendencia ascendente.

La tabla 13 presenta los resultados de la correlación Rho de Spearman entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio. El coeficiente de correlación obtenido fue de 0,525, lo que indica una relación positiva y moderada entre ambas variables. El valor de significancia fue de 0,000, menor a la significancia 0,05, lo cual confirma que la correlación fue estadísticamente significativa. En tal sentido existe una la relación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte.

Se encontró una correlación moderada y significativa entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio, lo que básicamente indica que cuando las flotas se gestionan de manera eficiente sí se puede lograr que las relaciones con los clientes sean más fuertes y duraderas, porque la fidelidad del cliente es uno de los recursos más importantes para cualquier empresa, no solo porque garantiza ingresos constantes, sino también porque reduce los costos de captar nuevos clientes, y en ese sentido una buena gestión de flotas permite cumplir de forma constante con las entregas de productos y servicios, lo que va generando confianza y satisfacción en los clientes, y esa constancia funciona como un impulso para que el cliente se mantenga leal, ya que valora mucho a las empresas que cumplen lo que prometen de manera regular, además que los clientes fieles suelen recomendar el servicio y actuar como una especie de embajadores de la marca, ayudando a que la empresa crezca en el mercado, por lo que este resultado deja claro que es importante invertir en tecnologías y estrategias de gestión de flotas como una herramienta clave para fortalecer la relación entre la empresa y sus clientes.

5.2 Discusión de resultados

Este estudio tuvo como propósito analizar cómo la gestión de flotas se relaciona con distintos aspectos clave del servicio de transporte de carga, y los resultados que se obtuvieron, a partir del análisis usando el coeficiente rho de Spearman y la prueba Tau-b de Kendall, permiten entender mejor no solo qué tan fuerte es esa relación, sino también hacia dónde va y cómo se comportan las variables que se estuvieron evaluando.

El análisis de la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente mostró un coeficiente rho de Spearman de 0,808, lo que indica una correlación positiva bastante alta, y eso básicamente quiere decir que en la medida en que la gestión de flotas se va optimizando, la satisfacción del cliente también tiende a mejorar de forma clara, lo que resalta que los procesos internos sí influyen bastante en cómo el cliente percibe el servicio, y algo parecido señalan Nápoles et al. (2024), quienes concluyen que la optimización de las flotas tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente en servicios similares, lo cual refuerza la idea de que mantener una gestión de flotas eficiente no es un detalle menor, sino algo clave para lograr buenos resultados en el servicio.

Respecto a la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad del servicio, los resultados mostraron una correlación positiva moderada, con un coeficiente rho de Spearman de 0,417, lo que quiere decir que aunque una mejor gestión de flotas sí puede influir en que el servicio sea más puntual, esta relación no es tan fuerte del todo, y este resultado va de la mano con lo señalado por González (2023), quien menciona que una gestión adecuada ayuda a mejorar la puntualidad, pero que también intervienen otros factores como la congestión del tránsito o la forma en que se planifican las rutas, y de manera similar Martínez (2022) resalta que la puntualidad no depende solo de la gestión interna de la flota, sino también de situaciones externas o imprevistas, lo cual podría explicar por qué la relación encontrada tiene una intensidad moderada.

En relación con la gestión de flotas y la calidad del servicio, los resultados reflejan una correlación positiva moderada, con un coeficiente rho de Spearman de 0,516. Esto sugiere que la mejora en la gestión de flotas contribuye de manera significativa, aunque moderada, a elevar la calidad del servicio ofrecido. Este hallazgo va en la misma línea que los resultados del análisis realizado por Botines y Briones (2024), ya que ellos encontraron que las empresas que manejaban sus flotas de manera más eficiente también lograban ofrecer una mejor calidad en el servicio, lo cual refuerza la idea de que una buena gestión interna sí termina reflejándose en cómo el cliente percibe el servicio que recibe. Además, el p-valor (0,000) confirma la significancia de esta relación, aunque es importante señalar que, como lo indican Rodríguez (2020) y Borrero (2023), existen múltiples factores que también influyen en la calidad del servicio, como la formación del personal y el mantenimiento de los vehículos.

En cuanto a la administración de flotas y el servicio al cliente, la investigación encontró una valoración moderada con un coeficiente rho de Spearman de 0,676, lo que indica que si bien optimizar la gestión de flotas influye de manera positiva en el servicio al cliente, esta relación no es tan fuerte como en otras variables, y este resultado coincide con lo señalado por Quispe y Cardoso (2023), quienes indican que la calidad del servicio al cliente también depende bastante de la capacitación del personal y de qué tan bien se responde ante situaciones inesperadas, además que el p-valor de 0,001 confirma que la relación es estadísticamente significativa, aunque moderada, y en ese sentido Sánchez (2023) y Güere y Yangali (2023) resaltan que mejorar la gestión de flotas ayuda, pero que también es clave reforzar los procesos de comunicación y la formación de los operadores de transporte para lograr un mejor servicio en general.

Finalmente, al analizar la relación entre la gestión de flotas y la lealtad del cliente, se encontró una correlación positiva moderada con un coeficiente rho de Spearman de

0,625, lo que sugiere que una gestión de flotas bien organizada sí influye de manera importante en la fidelidad, aunque su impacto es moderado, y esto resalta que los procesos operativos cumplen un rol clave para que los usuarios confíen en el servicio, se sientan satisfechos y mantengan su lealtad con la empresa en el tiempo. Los hallazgos del estudio coinciden con los reportados por González (2022) y Cabana (2023), quienes también observaron que los clientes mostraban mayor lealtad hacia las empresas de transporte que contaban con una gestión de flotas eficiente. Asimismo, los resultados del coeficiente Tau-b de Kendall, que fue de 0,269, junto con un p-valor de 0,000, confirman que esta relación es estadísticamente significativa, lo cual respalda lo señalado en estudios anteriores como los de Ramírez (2019) y Machaca (2023), quienes mencionan que la lealtad del cliente está muy ligada a la confiabilidad del servicio, y que en ese punto la gestión eficiente de flotas cumple un papel clave para que el cliente confíe y se mantenga fiel a la empresa.

Los hallazgos de este estudio permiten afirmar que la gestión de flotas tiene un efecto positivo y significativo en varios aspectos del servicio de transporte de carga, como la satisfacción del cliente, la puntualidad, la calidad del servicio, la atención al cliente y también la lealtad, y aunque la intensidad de las correlaciones no es la misma en todas las dimensiones, queda bastante claro que una gestión de flotas bien trabajada aporta de forma importante a mejorar la experiencia del cliente y, en general, la eficiencia con la que se brinda el servicio.

CONCLUSIONES

PRIMERA. Al analizar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,808, lo que evidencia una correlación positiva alta, porque es mayor a 0,70. Asimismo, el p-valor de 0,000 (menor a 0,05) confirma que la relación es estadísticamente significativa, en tal sentido, se establece que existe relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga.

SEGUNDA. El análisis de los datos mostró una correlación positiva moderada, entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio, con un coeficiente de 0,417, esto indica que, a medida que mejora la gestión de flotas, la puntualidad tiende a incrementarse. Asimismo, el p-valor de 0,008 (menor a 0,05) confirma que esta relación es estadísticamente significativa.

TERCERA. Los resultados evidenciaron una correlación positiva moderada entre la gestión de flotas y la calidad del servicio, con un coeficiente Rho de Spearman de 0,516. Aunque la relación no es fuerte, se observa que mejora en la medida que la gestión de flotas se optimiza, además el p-valor de 0,000 (menor a 0,05) confirma que dicha relación es significativa, aunque de intensidad débil a moderada.

CUARTA: El análisis reveló una correlación positiva moderada entre la gestión de flotas y la atención al cliente, con un coeficiente Rho de Spearman de 0,676, además la relación es estadísticamente significativa, ya que se obtuvo un p-valor de 0,001 (menor a 0,05), esto indica que, a medida que mejora la gestión de flotas, la atención al cliente tiende a mejorar en el servicio de transporte de carga.



QUINTA: Al realizar el análisis, se encontró una relación positiva moderada entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio, es así que se obtuvo un p-valor de 0,000, menor a 0,05, lo que confirma que los resultados son estadísticamente significativos. La correlación entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio fue positiva y de nivel moderado, con un coeficiente rho de Spearman de 0,525, lo que en términos simples indica que sí existe una relación entre cómo se gestionan las flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga, aunque no es una relación tan fuerte, pero igual resulta importante y se hace notar en el comportamiento de los clientes.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se sugiere que las empresas de transporte de carga continúen fortaleciendo la gestión de sus flotas, ya que los resultados dejan ver que una administración bien llevada se refleja en un mayor nivel de satisfacción del cliente, porque no solo ayuda a optimizar los procesos operativos, sino que también mejora de forma directa la experiencia de los usuarios, logrando servicios más confiables, puntuales y con mejor calidad en general.

SEGUNDA. Se sugiere fortalecer la gestión de flotas con la finalidad de mejorar la puntualidad del servicio, ya que aunque la correlación encontrada fue moderada, los resultados igual muestran que una administración más eficiente ayuda a reducir los retrasos y a cumplir mejor con los tiempos de entrega, por lo que se recomienda aplicar estrategias de planificación y seguimiento que permitan optimizar las rutas y los desplazamientos, buscando así brindar un servicio más confiable y puntual para los clientes.

TERCERA. Se recomienda impulsar la calidad del servicio mediante una gestión más eficiente de las flotas, ya que aunque la correlación sea moderada, una buena administración sigue siendo un factor clave para la mejora continua, y en ese sentido la inversión en el mantenimiento, la modernización y el control de la flota debería verse como una herramienta estratégica que permita elevar los estándares de calidad que se les ofrece a los clientes.

CUARTA: Se recomienda optimizar la atención al cliente a través de una adecuada gestión de flotas, ya que aunque la relación encontrada sea de nivel débil a moderado, igual se evidencia que una flota bien administrada puede influir en cómo el cliente percibe la calidad del servicio, y para que este

efecto sea mayor, también resulta recomendable capacitar al personal de atención y reforzar los procesos internos de coordinación dentro de la empresa.

QUINTA: Se recomienda implementar políticas que ayuden a optimizar la gestión de flotas para fortalecer la lealtad de los clientes, ya que la relación positiva moderada que se encontró indica que cuando la flota se maneja de forma adecuada sí puede mejorar la fidelización, y por eso es importante seguir trabajando en hacer los servicios más eficientes y confiables, porque eso al final genera mayor confianza en los clientes y hace que se mantengan leales a la empresa con el tiempo.

REFERENCIAS

- Arias, J. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Perú.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Barreto, C., Solis, J., & Tenesaca, P. (2023). Factores asociados a la satisfacción del cliente. Entidad financiera de la Economía Popular y Solidaria Austro, Ecuador. *Religación*. <https://doi.org/https://doi.org/10.46652/rgn.v8i35.1039>
- Borrero, G. (2023). Relación del clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de televisión por Cable. *Revista Investigación y negocios*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.38147/invneg.v16i27.208>
- Botines, F., & Briones, L. (2024). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa CNEL EP Manabí. *Digital Publisher CEIT*.
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/2498
- Bowersox, D., & Closs, D. (2019). *Gestión de la logística de la cadena de suministro*. McGraw-Hill. <https://industri.fatek.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/259-Supply-Chain-Logistics-Management-Donald-J.-Bowersox-David-J.-Closs-M.-Bixby-Cooper-Edisi-1-2002.pdf>
- Cabana, E. (2023). Gestión logística y satisfacción del cliente en la ferretería G&N corporación atlántida EIRL, Puno- Juliaca. *Tesis*. Universidad Autónoma de Ica.
<https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/20.500.14441/2810/1/52.CABANA%20TAYPE%20EVA.pdf>
- Christopher, M. (2016). *Logística y Gestión de la Cadena de Suministro*. Pearson Education.
https://books.google.com.pe/books/about/Logistics_Supply_Chain_Management.html?id=vWNxjgEACAAJ&redir_esc=y

- Cordova, V., & Robles, L. (2022). La gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la entidad financiera BBVA Perú S.A, agencia Villa María del Triunfo (Lima Perú) 2021. *Tesis*. Universidad Científica del sur. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2741/TL-Cordova%20V-Robles%20L-Ext.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Deming, W. (2021). *Fuera de la crisis*. MIT Press. https://books.google.com.pe/books/about/Out_of_the_Crisis.html?hl=es&id=LA15eDIOPgoC&redir_esc=y
- Gronroos, C. (2007). Gestión de servicios y marketing: gestión de clientes en la competencia de servicios. *John Wiley & Sons*. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2264017>
- Güere, C., & Yangali, J. (2023). Calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente en Caja Municipal de Sullana. *NNOVA Research Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2215>
- Guerra, Y. (2024). Calidad operativa del servicio y satisfacción del cliente en las MYPES de transporte de mineral, Puno 2023. *Tesis*. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/151088>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hopp, W., & Spearman, M. (2021). *Física de fábrica*. Waveland Press. https://books.google.com.pe/books/about/Factory_Physics.html?id=TfcWAAAQBAJ&redir_esc=y

- INEI. (2023). *Comercio electrónico y transporte de carga en Perú*.
<https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- IRU. (2021). *Tendencias en la eficiencia del transporte por carretera*.
<https://www.iru.org/>
- Juran, J. (2020). *Manual de calidad de Juran*. McGraw-Hill.
<https://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principios de marketing*. Pearson.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Gerencia de Marketing*. Pearson.
- Machaca, Y. (2023). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el CHIFA YOYAD Puno-2022. *Tesis*. Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108447/Machaca_MY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mamani, J. (2021). Calidad del servicio como factor relevante en la satisfacción del cliente rebro transportes rute desaguadero Puno. *Tesis*. Universidad Católica los ángeles Chimbote, Perú.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25047/CALIDAD_DEL_SERVICIO_MAMANI_%20ZAPANA_JAVIER_%20DAR%C3%8DO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morales, J., González, V., & Arango, P. (2023). Análisis de validez de contenido y constructo para un instrumento que mide la calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector hotelero. *Contaduría y administración*.
<http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/4522>



- MTC. (2022). *Informe anual de transporte y logística en Perú*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4492360/Evaluaci%C3%B3n%20POI/PEI%20-%20Anual%202022.pdf>
- Nápoles, L., Moreno, M., & Lukibo, F. (2024). Análisis de la satisfacción del cliente con la calidad del servicio en un residencial. *Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento Y Educación*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51896/rilcods.v6i59.658>
- Naranjo, L., & Caisa, E. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del usuario del transporte público de la provincia de Tungurahua. *Religación*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46652/rgn.v8i36.1008>
- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*.
<https://psycnet.apa.org/record/1981-04315-001>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: Una escala de elementos múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio. *Revista de venta minorista*, 64(1), 12-40.
https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple_-_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
- Pasco, E., & Villanueva, J. (2021). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la agencia de viaje Inka Wasi Travel. *Horizonte Empresarial*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1638>
- Quispe, M., & Cardoso, M. (2023). *Gestión de las reclamaciones y la calidad del servicio en el área de atención al cliente de la empresa UNNA transporte S.A.C. - Línea 1, sede Lima (Perú), 2021*. Universidad Científica del Sur.

<https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2979/TL->

[Quispe%20M-Cardoso%20M-Ext.pdf?sequence=11&isAllowed=y](https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2979/TL-Quispe%20M-Cardoso%20M-Ext.pdf?sequence=11&isAllowed=y)

Quispe, Y. (2021). *La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca 2020*. Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú.
<https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/92b5dd04-53eb-404d-a5c7-41e1b75ee1d8/content>

Rodrigues, V., Potter, A., & Naim, M. (2010). The Impact of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Operations & Production Management*.
<https://www.econbiz.de/Record/the-impact-of-logistics-uncertainty-on-sustainable-transport-operations-sanchez-rodrigues-vasco/10003967813>

Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2014). *El Manual de Gestión de Logística y Distribución*. Kogan Page.
<https://books.google.com.pe/books?id=eEYCNX8mUi4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). *El Manual de Gestión de Logística y Distribución*. Kogan Page. <https://industri.fatek.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/149-The-Handbook-of-Logistics-and-Distribution-Management-Understanding-the-Supply-Chain-Alan-Rushton-Phil-Croucher-Peter-Baker-Edisi-1-2014.pdf>

Sampieri, R., Collado, C., & Pilar, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México.
<https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>



- Sánchez , M. (2023). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en instituciones educativas. Caso INTERPASS S.A.C. año 2021. *Gestión En El Tercer Milenio*.
<https://doi.org/10.15381/gtm.v26i51.22714>
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf
- Thompson, R. (2021). Gestión del tiempo y calidad del servicio. *Journal of Service Research*. <https://oro.open.ac.uk/77392/1/Thomson%20et%20al%202021.pdf>
- Tinco, L. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares. Caso: Distribuidora de gas Lidia, año 2019-2020. *Gestión en el tercer milenio*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v25i49.23040>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*.
https://books.google.com.pe/books/about/Calidad_total_en_la_gesti%C3%B3n_de_servicio.html?hl=es&id=apHbsjHxroEC&redir_esc=y



ANEXOS



Anexo 1 Matriz de Consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024? Problemas específicos: • ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024? • ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024? • ¿Cuál es la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024? • ¿Cuál es la relación	Determinar la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. Objetivos específicos: • Determinar la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.	Existe la relación entre la gestión de flotas y la satisfacción del cliente en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. Hipótesis específicas: • Existe la relación entre la gestión de flotas y la puntualidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.	Variable 1: Gestión de Flotas	Exactitud en el tiempo	• Porcentaje de entregas a tiempo. • Tiempo de demora promedio. • Número de entregas puntuales. • Percepción de puntualidad	Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Tipo: Correlación al Método: Deductivo Diseño: No experimental Población: 1800 cliente Muestra: 317 cliente Técnica: encuesta Instrumento: Cuestionarios
				Calidad de Entrega	• Porcentaje de mercancías sin daños. • Número de incidencias de daños. • condición de mercancías. • Uso de empaques adecuados.	
				Atención y Resolución	• Tiempo de respuesta promedio. • Problemas resueltos al primer contacto. • Satisfacción con resolución. • Incidencias de insatisfacción.	
	Determinar la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. Objetivos específicos: • Determinar la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. • Determinar la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.	Existe la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. Hipótesis específicas: • Existe la relación entre la gestión de flotas y la calidad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024. • Existe la relación entre la gestión de flotas y la atención en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.	Variable 2: Satisfacción del Cliente	Puntualidad	• Satisfacción con puntualidad. • Frecuencia de retrasos. • Confianza en tiempos de entrega. • Quejas por falta de puntualidad.	
				Calidad	• Satisfacción con calidad de servicio. • Condición de mercancías. • Problemas con calidad de servicio. • Confianza en seguridad del servicio.	
				Atención	• Satisfacción con atención al cliente. • Tiempo de respuesta a quejas. • Satisfacción con trato recibido. • Eficiencia en resolución de problemas.	
				Lealtad	• Uso continuo del servicio. • Recomendación del servicio. • Satisfacción con relación a largo plazo. • Antigüedad de clientes.	



entre la gestión de flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024?	flotas y la lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.	lealtad en el servicio de transporte de carga por carretera de ECO TRADING S.A.C., 2024.				
--	--	--	--	--	--	--



Anexo 2 Matriz de datos

	Gestión de Flotas												Satisfacción del Cliente															
	Exactitud en el tiempo				Calidad de Entrega				Atención y Resolución				Puntualidad				Calidad				Atención				Lealtad			
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	3	4
2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
6	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
7	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
10	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
16	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	3	5
17	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
18	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
19	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
20	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4	5	5
21	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
23	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
28	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4
29	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5
30	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3
31	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	3	4	3
32	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4
33	3	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4
34	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
35	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4
36	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4	5	3
42	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
43	4	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	3	4	5	5	3
44	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3
45	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3
46	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4
48	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4



49	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3	
50	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	
51	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
55	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
57	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
58	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	
59	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
63	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	
64	4	5	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3
65	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
67	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
71	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
72	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
73	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
74	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
76	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4
77	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
78	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
80	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
82	5	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4
83	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
84	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
85	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
90	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
96	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
99	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
100	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
101	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4



102	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
103	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
104	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5
105	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
106	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
109	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
110	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
111	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4
112	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
113	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5
114	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
115	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5
116	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5
117	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
118	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
119	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
122	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4
123	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
124	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
127	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
128	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
129	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
130	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
131	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
133	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
137	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
138	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4
139	4	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5	5
140	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5	5	4	3	4
141	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4
142	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	4	4	5	3	5
143	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	3	5	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4
144	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4
145	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
146	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
148	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
149	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
151	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5
152	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4
153	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4
154	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3



155	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4
156	3	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4
157	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4
158	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4
159	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
164	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	4	3
165	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
166	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5
167	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4
168	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5
169	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
171	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
175	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
177	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
178	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
179	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
180	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
182	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5
183	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3
184	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
186	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
187	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4
190	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
191	4	5	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
193	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4
194	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
196	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4
197	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5
198	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4
199	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
202	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
203	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
204	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4
205	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
206	4	5	4	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	5
207	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4



208	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	
209	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3
210	4	5	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	3	
211	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
213	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
214	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	
215	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
216	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	
217	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	
218	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	
219	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	
220	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	
221	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
222	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
224	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
227	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
229	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	
230	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	
231	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
232	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
233	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
234	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
236	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
237	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
239	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	
240	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	
241	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
242	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
243	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
245	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
246	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	
247	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	
248	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	
249	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	
250	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	
251	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
253	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
255	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
257	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
259	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
260	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5



261	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5		
262	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
263	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
264	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	
265	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	
266	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
268	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
269	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	
272	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
273	4	5	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	3
274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
275	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3
276	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	
277	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
278	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
279	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	3	
280	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3
281	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
283	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
284	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
286	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5
287	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
288	4	5	4	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4
289	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
290	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
291	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3
292	4	5	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	3
293	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
294	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
295	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
296	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
297	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
298	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
299	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
300	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
301	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3
302	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
303	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
304	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
305	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
306	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
307	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
308	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
309	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4
310	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4
311	4	3	5	3	4	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	3
312	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
313	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4



314	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
315	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
316	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
317	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4

Anexo 3 Instrumento

Instrumento Gestión de Flotas

El presente instrumento tiene como objetivo evaluar la gestión de flotas en la empresa, enfocándose en la puntualidad, calidad en la entrega de mercancías y la atención a problemas. A través de preguntas específicas, se busca obtener información clave para mejorar la eficiencia del servicio. Los resultados servirán para optimizar la satisfacción del cliente y la operatividad de la flota.

Las valoraciones:

1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Regular	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nº	Dimensión: Exactitud en el tiempo	1	2	3	4	5
1	Está de acuerdo con el porcentaje de entregas realizadas dentro del tiempo acordado.					
2	Es eficiente el tiempo promedio de demora en las entregas.					
3	En la mayoría la cantidad de veces de entregas fueron puntuales.					
4	La percepción general de los clientes sobre la puntualidad del servicio es alta.					
	Dimensión: Calidad de Entrega	1	2	3	4	5
5	Las mercancías entregadas fueron sin daños.					
6	No existió incidencias de daños en las entregas.					
7	Los clientes están satisfechos con la condición de las mercancías.					
8	La utilización de empaques fue adecuada para las entregas.					
	Dimensión: Atención y Resolución	1	2	3	4	5
9	El tiempo promedio de respuesta a problemas o incidencias fueron adecuadas.					
10	El porcentaje de problemas resueltos en el primer contacto con el cliente fueron adecuadas.					
11	Estas de acuerdo con la satisfacción general de los clientes con la resolución de problemas.					
12	Creas que la insatisfacción está relacionada con el servicio.					

Gracias por su participación.

Instrumento Satisfacción del Cliente

El presente instrumento tiene como objetivo medir la satisfacción del cliente con respecto a los servicios ofrecidos por la empresa. A través de preguntas estructuradas. Los



resultados permitirán identificar oportunidades de mejora para optimizar la experiencia del cliente.

Las valoraciones:

1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre

N°	Dimensión: Puntualidad	1	2	3	4	5
1	El servicio siempre llega puntualmente.					
2	Las entregas a tiempo son frecuentes.					
3	Nunca he tenido problemas con la puntualidad de las entregas.					
4	La puntualidad de las entregas es una de las fortalezas del servicio.					
	Dimensión: Calidad	1	2	3	4	5
5	Estoy satisfecho con la calidad del servicio					
6	Las mercancías siempre llegan en buenas condiciones.					
7	El servicio generalmente supera mis expectativas.					
8	La seguridad en el servicio genera confianza en mí.					
	Dimensión: Atención	1	2	3	4	5
9	El personal siempre me atiende de manera cordial y profesional.					
10	La atención al cliente es rápida y eficiente.					
11	El personal resuelve mis problemas de manera efectiva.					
12	Estoy satisfecho con el trato recibido por el personal.					
	Dimensión: Lealtad	1	2	3	4	5
13	Recomiendo este servicio a otros.					
14	Siempre volveré a utilizar este servicio.					
15	Me siento muy leal a esta empresa, al servicio recibido.					
16	Continuaré usando este servicio en el futuro.					

Gracias por su participación.



Anexo 4 Validación del Instrumento

Validación Del Instrumento

ANEXO 4

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING
SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024

REFERENCIAS:

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: Fuergue Genaro Apas Chirinos
- PROFESIÓN: Licenciado en Administración
- CARGO ACTUAL: Docente
- GRADO ACADÉMICO: Doctor en Administración

I. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5

Fuente:

II. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

III. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75) ☒

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75) ☐

Lugar y fecha: Lima, Mayo 14, 2025

Firma del experto
DNI N° 02413103
N° celular: 975809091



ANEXO 1 FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 17 OCTUBRE 2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: LEONARD DANTE BERMEJO SAENZ

Dirección: Av. TITICACA 254

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70493812

Teléfono: 999525141

email: ldbsaenz@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____

email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐

Tesis ☒

Trabajo de Suficiencia Profesional ☐

Trabajo Académico ☐

Título: GESTIÓN DE FLOTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA DE ECO TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Atención, calidad, entrega, gestión de flotas, puntualidad.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Título ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- ☒ Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- ☐ Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- ☐ No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- ☒ Sí autorizo
- ☐ No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

☐

Internacional

☒

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)


Firma de Autor

huella digital

17 - OCTUBRE - 2025

Fecha