

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA



TESIS:

**“Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario
en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Negocios, Administración

AUTOR:
Velasque Quispe, Bekner William

ASESOR:
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez

CO-ASESOR:
Ph.D. Faustino Cccama Uchiri

HUANTA – PERÚ

2026

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**INFORME FINAL DE TESIS - WILLIAM VE
LASQUE.docx**

RECuento DE PALABRAS

19304 Words

RECuento DE CARACTERES

110607 Characters

RECuento DE PÁGINAS

90 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.5MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 15, 2026 11:01 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 15, 2026 11:04 PM GMT-5**● 20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

**“RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN UN TERMINAL
TERRESTRE DEL DISTRITO DE HUANTA, 2025”**

BEKNER WILLIAM VELASQUE QUISPE

TESIS DE LICENCIATURA

ASESOR: MTRO. WILLIS RUFINI PALOMINO CORTEZ

CO-ASESOR: PHD. FAUSTINO CCAMA UCHIRI

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA**

HUANTA

2026



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

Creada por Ley N° 29658

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA**

En la ciudad de Huanta, en el auditorio de Estudios Generales de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, ubicado en el Jr. Miguel Lazón N° 370 – cinco esquinas, a los 09 días del mes de octubre de 2026, siendo las 10:00 horas, se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los miembros del jurado calificador:

Mg. Santusa Acero Cáceres	Miembro Titular 1 (Presidente)
Mtro. Cristian José Neyra Olivera	Miembro Titular 2
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez	Miembro Titular 3
Mtro. Federico Arturo Hoffmeister Gima	Miembro Suplente

Acto seguido se procedió a dar lectura de la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 190-2026-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis de la **Br. Bekner William Velasque Quispe**, con la tesis titulada: **"Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025"** asesorado por el Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez, para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería.

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluador, los mismos que fueron defendidos y absueltos por la tesista. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:

Aprobado Regular	()
Aprobado Bueno	()
Aprobado Muy Bueno	(X)
Aprobado Excelente	()

Con la calificación de Dieciséis (16)

Siendo las 10:40 am... se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.


.....
Mg. Santusa Acero Cáceres
Miembro Titular 1(Presidente)


.....
Mtro. Cristian José Neyra Olivera
Miembro Titular 2


.....
MBA. Willis Rufini Palomino Cortez
Miembro Titular 3

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios, por brindarme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para continuar y culminar esta importante etapa de mi formación profesional.

A mis padres y familiares, por su amor, apoyo incondicional y confianza en mí. Gracias por sus consejos, sacrificios y palabras de aliento, que fueron fundamentales para seguir adelante y superar las dificultades durante este camino.

Finalmente, dedico este logro a todas las personas que me motivaron a no rendirme y a continuar trabajando por mis metas y sueños.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez, y a mi co-asesor, Ph.D. Faustino Cccama Uchiri, por su guía y apoyo.

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios, por darme la fortaleza y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa de mi formación profesional. Asimismo, a mis padres y familia, por estar siempre por su apoyo constante, comprensión y motivación durante el desarrollo de esta investigación.

Agradezco especialmente a mi amiga, Daysi Judith Chavez Nuñez, por su amistad, confianza, apoyo incondicional durante el desarrollo de esta investigación, compartiendo sus conocimientos y experiencia, los cuales fueron de gran ayuda para este importante logro profesional.

Finalmente, a los usuarios del terminal terrestre de Huanta, por su tiempo y paciencia. Gracias por su valiosa colaboración.

RESUMEN

La presente investigación titulada “*Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025*” tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal, empleando el método hipotético-deductivo. La población estuvo conformada por usuarios del terminal terrestre, considerada de tipo infinita, y se trabajó con una muestra de 385 usuarios, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado compuesto por 38 ítems, distribuidos en 25 ítems para la variable calidad del servicio y 13 ítems para la variable satisfacción del usuario, utilizando una escala tipo Likert de cinco puntos. El instrumento fue validado mediante juicio de expertos y se determinó su confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo niveles adecuados de consistencia interna. La técnica aplicada fue la encuesta y el análisis de datos se realizó mediante el software estadístico SPSS versión 27. Los resultados evidenciaron la existencia de una relación positiva y estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario ($p = 0,439$; $p < 0,01$). Asimismo, se identificó que las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía presentan relaciones positivas y significativas con la satisfacción del usuario, mientras que los elementos tangibles no evidencian una relación estadísticamente significativa. En consecuencia, se concluye que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción del usuario, destacándose la importancia de fortalecer la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y, especialmente, la empatía del servicio, a fin de mejorar la experiencia del usuario en el terminal terrestre.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del usuario, terminal terrestre, fiabilidad, capacidad de respuesta.

ABSTRACT

The present research entitled “Relationship between service quality and user satisfaction in a land terminal in the district of Huanta, 2025” aimed to determine the relationship between service quality and user satisfaction. The study was conducted under a quantitative approach, basic type, descriptive-correlational level, and a non-experimental cross-sectional design, using the hypothetical-deductive method. The population consisted of users of the land terminal, considered infinite, and a sample of 385 users was selected through non-probabilistic convenience sampling. For data collection, a structured questionnaire composed of 38 items was used, distributed into 25 items for the service quality variable and 13 items for the user satisfaction variable, employing a five-point Likert scale. The instrument was validated through expert judgment, and its reliability was determined using Cronbach’s Alpha coefficient, obtaining adequate levels of internal consistency. The technique applied was the survey, and data analysis was carried out using SPSS statistical software, version 27. The results revealed the existence of a positive and statistically significant relationship between service quality and user satisfaction ($p = 0.439$; $p < 0.01$). Likewise, it was identified that the dimensions of reliability, responsiveness, security, and empathy show positive and significant relationships with user satisfaction, whereas tangible elements do not exhibit a statistically significant relationship. Consequently, it is concluded that service quality directly influences user satisfaction, highlighting the importance of strengthening reliability, responsiveness, security, and especially empathy in the service, in order to improve the user experience at the bus terminal.

Keywords: service quality, user satisfaction, land terminal, reliability, responsiveness.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I.....	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Formulación del problema de investigación	19
1.2.1. Problema general.....	19
1.2.2. Problema específicas.....	20
1.3. Objetivos de la investigación	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos específicos	20
1.4. Hipótesis.....	21
1.4.1. Hipótesis general.....	21
1.4.2. Hipótesis específicas	21
1.5. Justificación.....	22
1.5.1. Justificación práctica.....	22
1.5.2. Justificación teórica.....	22
1.5.3. Justificación metodológica.....	22
1.5.4. Justificación social	22
1.6. Identificación de variables	23
1.6.1. Variable 1: Calidad de servicio	23
1.6.2. Variable 2: Satisfacción del usuario.....	23
1.7. Operacionalización de variables	24
CAPÍTULO II	25
MARCO TEÓRICO	25
2.1. Antecedentes del problema	25

2.1.1. Antecedentes internacionales	25
2.1.2. Antecedentes nacionales	27
2.1.3. Antecedentes locales	30
2.2. Bases teóricas	30
2.2.1. Definición de calidad de servicio	30
2.2.2. Dimensiones de calidad de servicio	31
2.2.3. Definición de satisfacción del cliente	33
2.2.4. Dimensiones de satisfacción del cliente.....	33
2.3. Definición de términos	35
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA	37
3.1. Metodología de la Investigación	37
3.1.1. Tipo de Investigación	37
3.1.2. Enfoque de la investigación	37
3.1.3. Nivel de la investigación	37
3.1.4. Diseño de la investigación	37
3.1.5. Método de la investigación	38
3.2. Ámbito temporal y espacial	38
3.2.1. Ámbito temporal	38
3.2.2. Ámbito espacial.....	38
3.3. Población y muestra	38
3.3.1. Unidad de análisis	38
3.3.2. Población.....	38
3.3.3. Criterios de inclusión	39
3.3.4. Criterios de exclusión.....	39
3.3.5. Muestra.....	39
3.3.6. Muestreo.....	40
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	40
3.4.1. Técnicas.....	40
3.4.2. Instrumentos	41
3.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos	41
3.5.1. Validación del instrumento	41
3.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	42
3.6. Métodos y técnicas para la presentación y análisis de datos.....	43

3.6.1. Métodos de análisis	43
3.6.2. Técnicas para la presentación de datos	43
CAPÍTULO IV	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1. Análisis de los resultados	45
4.1.1. Perfil sociodemográfico de la muestra	45
4.1.2. Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio .	49
4.1.2.1. Baremación de la variable	49
4.1.2.2. Niveles de la calidad de servicio	49
4.1.2.3. Análisis por dimensiones	50
4.1.3. Análisis descriptivo de la variable satisfacción del usuario	55
4.1.3.1. Baremación de la variable	55
4.1.3.2. Niveles de satisfacción del usuario	56
4.1.3.3. Análisis por dimensiones	57
4.1.4. Prueba de normalidad de los datos	61
4.1.5. Resultados inferenciales de la hipótesis general	61
4.1.6. Resultados inferenciales de las hipótesis específicas	62
4.2. Discusión de resultados	67
CAPÍTULO V	70
CONCLUSIONES	70
CAPÍTULO VI	72
RECOMENDACIONES	72
CAPÍTULO VII	74
REFERENCIAS	74
CAPÍTULO VIII	78
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variable 1: Calidad de servicio	24
Tabla 2. Matriz de operacionalización de variable 2: Satisfacción del usuario ...	24
Tabla 3. Relación de expertos que validaron el instrumento	41
Tabla 4. Confiabilidad de la variable: Calidad de servicio	42
Tabla 5. Confiabilidad de la variable: Satisfacción del cliente	42
Tabla 6. Distribución de los participantes según género.....	45
Tabla 7. Distribución de los participantes según edad.....	46
Tabla 8. Frecuencia de uso del terminal por los participantes	47
Tabla 9. Ocupación principal de los participantes	48
Tabla 10. Baremación de la variable calidad de servicio.....	49
Tabla 11. Niveles de la variable calidad del servicio.....	49
Tabla 12. Niveles de la dimensión elementos tangibles.....	50
Tabla 13. Niveles de la dimensión fiabilidad.....	51
Tabla 14. Niveles de la dimensión capacidad de respuesta.....	52
Tabla 15. Niveles de la dimensión seguridad.....	53
Tabla 16. Niveles de la dimensión empatía.....	54
Tabla 17. Baremación de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones	55
Tabla 18. Niveles de la variable satisfacción del usuario	56
Tabla 19. Niveles de la dimensión expectativas vs. experiencia	57
Tabla 20. Niveles de la dimensión satisfacción general.....	58
Tabla 21. Niveles de la dimensión intención de retorno	59
Tabla 22. Niveles de la dimensión intención de retorno	60
Tabla 23. Prueba de normalidad de las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario	61
Tabla 24. Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario	61
Tabla 25. Correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario	62
Tabla 26. Correlación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario	63
Tabla 27. Correlación entre la satisfacción de usuario y capacidad de respuesta	64
Tabla 28. Correlación entre la seguridad y la satisfacción del usuario	65
Tabla 29. Correlación entre la empatía y la satisfacción del usuario.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de los participantes según género	45
Figura 2. Distribución de los participantes según edad	46
Figura 3. Frecuencia de uso del terminal por los participantes.....	47
Figura 4. Ocupación principal de los participantes.....	48
Figura 5. Niveles de la variable calidad del servicio	50
Figura 6. Niveles de la dimensión elementos tangibles	51
Figura 7. Niveles de la dimensión fiabilidad	52
Figura 8. Niveles de la dimensión capacidad de respuesta	53
Figura 9. Niveles de la dimensión seguridad	54
Figura 10. Niveles de la dimensión empatía	55
Figura 11. Niveles de la variable satisfacción del usuario	56
Figura 12. Niveles de expectativas vs experiencia	57
Figura 13. Niveles de la dimensión satisfacción general	58
Figura 14. Niveles de la dimensión intención de retorno	59
Figura 15. Niveles de la dimensión intención de retorno	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de investigación	78
Anexo 2. Matriz de consistencia	80
Anexo 3. Ficha de validación por juicio de expertos.....	82
Anexo 4. Base de datos	88
Anexo 5. Consentimiento informado	89
Anexo 6. Evidencia fotográfica	90

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, caracterizado por una creciente exigencia de los usuarios respecto a los servicios que reciben, la calidad del servicio se ha afianzado como un elemento determinante en la evaluación del desempeño organizacional, especialmente en sectores donde la interacción con el público es constante, como el transporte terrestre. En este contexto, la calidad de servicio no se limita solamente al acatamiento de los estándares operativos, dado que también involucran un conjunto de elementos que construyen la experiencia del cliente, así como sus dimensiones, elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía. Estos elementos impactan directamente en la perspectiva del usuario, por ende, en el nivel de satisfacción.

La satisfacción del usuario, se entiende como el grado de conformidad entre la experiencia percibida y las expectativas previas, considerado como un factor clave para determinar la efectividad de los servicios brindados. En cuando a los terminales terrestres, esta satisfacción es desarrollada a partir de una experiencia integral, donde no solamente interviene el servicio de transporte, sino también la interacción con los diversos servicios complementarios, así como la atención a los usuarios, la condición de la infraestructura, boletería de derecho de embarque, alimentos y bebidas, artesanía, servicios higiénicos, organización de espacio, y la oferta comercial que existe. Por lo tanto, determinar la relación entre las variables estudiadas resultó ser de suma importancia para identificar las oportunidades de mejora en gestión de espacios como en el terminal terrestre de estudio.

En el contexto de Huanta, el terminal terrestre representa un punto estratégico de conexión interprovincial, concentra alta afluencia de usuarios que hacen uso no solo los servicios de traslado, sino también de actividades comerciales y ciertas actividades complementarias. Esta dinámica se configura como un complejo entorno en el que el usuario, más que cliente individual de una determinada empresa de transportes, experimenta un servicio global dentro del terminal, lo que hizo que el estudio se justificase desde un enfoque integral. Sin embargo, a pesar de la relevancia que tiene, se evidenciaron ciertas limitaciones en la calidad de servicio del terminal, el cual podría estar afectando la satisfacción del usuario, lo que hizo que sea necesario analizar sistemáticamente ambas variables.

En este marco, el presente estudio tuvo como finalidad determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta durante el año 2025, empleándose un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La data se recolectó mediante un cuestionario estructurado aplicado a una muestra de 385 usuarios a través de un muestreo para poblaciones infinitas, utilizando una escala tipo Likert, y analizada mediante el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 27.

Los hallazgos mostraron que hay una relación positiva y estadísticamente significativa entre las variables analizadas ($p = 0,439$; $p < 0,01$), lo que confirma que cuando la calidad del servicio mejora, el nivel de satisfacción percibido aumenta. Se detectó también que aspectos como la seguridad, la fiabilidad y la capacidad de respuesta guardan vínculos relevantes con la satisfacción del usuario. Esto pone de relieve lo importante que es ofrecer un servicio consistente, atender a tiempo y generar confianza en los usuarios. Esta dimensión, a diferencia de los elementos tangibles, no mostró una relación significativa según la investigación. Esto implica que en este contexto particular los aspectos físicos del servicio no son un elemento decisivo para que el usuario esté satisfecho.

En este sentido, la investigación no solo aporta pruebas científicas acerca de cómo se relacionan las variables examinadas, sino que también posibilita entender qué aspectos de la calidad del servicio inciden más en el contenido del usuario en un terminal terrestre con características locales. Los descubrimientos aportan a la creación de conocimiento aplicado y proporcionan una base para tomar decisiones que busquen mejorar el servicio continuamente; así, se afianza la administración del terminal y se optimiza la experiencia de los usuarios.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Se entiende como calidad del servicio la suma de características que posibilitan el análisis de la eficacia, confiabilidad, seguridad, puntualidad, infraestructura, atención brindada por el personal y funcionamiento de una terminal terrestre (Choez & Muñoz, 2024; Enciso & Condori, 2023). Según varios autores, esta variable tiene un impacto directo en la satisfacción del usuario, definida como el grado de conformidad de los pasajeros en relación con el servicio que han recibido. Esta incluye la experiencia general, la fidelización y la disposición para volver a utilizar el servicio (Akram et al., 2025; Roca, 2024). Del mismo modo, indican que la satisfacción y la fidelización de los usuarios crecen en proporción a la calidad del servicio percibida.

A nivel global, varias investigaciones han demostrado que los sistemas de transporte terrestre tienen carencias en la calidad del servicio, particularmente en lo relacionado con la disponibilidad de información, la limpieza, la atención del personal, los procesos operativos y la puntualidad. En este contexto, Choez y Muñoz (2024), determinaron que la falta de organización del servicio produce insatisfacción en los usuarios, ya que hay discrepancias entre lo que se espera y lo que se percibe. Asimismo, la percepción de calidad y la satisfacción del usuario se ven fuertemente impactadas por factores como el comportamiento del personal, los retrasos y la falta de información (Akram et al., 2025; Nanang et al., 2024). Bakar et al. (2022) e Ibrahim et al. (2022) también destacan que la confiabilidad operativa, la señalización y la infraestructura tienen un papel crucial en lo que respecta a la experiencia del pasajero, lo que demuestra que es necesario realizar mejoras en la gestión del servicio.

En América Latina, la calidad del servicio en el sector transporte es un problema frecuente por las restricciones operativas, de gestión y estructurales que impactan directamente en la experiencia que tiene el usuario. Según varias investigaciones, los servicios de transporte público en la región tienen falencias en áreas como la puntualidad, la seguridad, la infraestructura y el servicio al cliente, lo que provoca una discrepancia entre las expectativas y lo que se percibe del servicio.

En esta línea, investigaciones llevadas a cabo en el sector de transporte de pasajeros han evidenciado que la calidad del servicio se considera regular o insuficiente, lo cual tiene un impacto negativo sobre los grados de satisfacción del usuario (Valderrama & Florián, 2022). Además, se ha determinado que factores como la capacidad de respuesta, la fiabilidad, los elementos tangibles, la seguridad y la empatía tienen una influencia notable en lo que respecta a la satisfacción del usuario. Esto demuestra que existe una relación directa entre ambas variables en el ámbito del transporte público en América Latina (Huamaní & Bejar, 2022). Este contexto muestra la necesidad de reforzar la administración de los servicios en empresas de transporte y terminales terrestres, dirigiendo sus esfuerzos hacia un mejoramiento enfocado en el usuario.

En el Perú, múltiples investigaciones han evidenciado que la calidad del servicio en los terminales terrestres tiene limitaciones importantes a nivel nacional. Factores como la limpieza, la atención del personal, la infraestructura, la puntualidad y la fiabilidad tienen un impacto directo y notable en el grado de satisfacción de los usuarios, según estudios como los de Bollet Ramírez et al. (2020), Mendoza y Yarahuan (2020), Lumba y Medina (2022), Valencia (2023) y Enciso y Condori (2023). Sin embargo, estos estudios también indican niveles bajos y medios en esas variables, lo que evidencia que se presentan falencias en la calidad del servicio y que es preciso reforzar los componentes esenciales de la calidad para optimizar la experiencia del usuario.

En el ámbito regional, particularmente en Ayacucho, los problemas continúan y se materializan en fallos vinculados a la atención al cliente, la estabilidad de los precios, la confiabilidad del servicio y el cumplimiento de horarios. En esta línea, Roca (2024) demostró que estas restricciones tienen un efecto negativo sobre la fidelización de los usuarios en el “*Terminal Terrestre Los Libertadores de América*”, lo cual revela la urgencia de poner en marcha estrategias de control y mejoras operativas con el objetivo de aumentar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en esa zona.

En el contexto local, en el distrito de Huanta, el terminal terrestre presenta características particulares al ser administrado por la municipalidad y operar mediante el arrendamiento de espacios a diversas empresas de transporte interprovincial, así como a establecimientos de alimentos, bebidas y venta de

artesanías. Asimismo, cuenta con ambientes destinados al alquiler de habitaciones, lo que genera una dinámica de uso constante por parte de diferentes actores. En este entorno, existe una interacción permanente entre los prestadores del servicio y las personas que hacen uso del terminal, quienes constituyen el usuario final del servicio.

En este sentido, es importante precisar que la presente investigación se enfoca en el “*usuario*” y no en el “*cliente*”, debido a que el usuario es quien utiliza directamente el servicio y experimenta la totalidad del proceso, independientemente de realizar una transacción económica directa con la administración del terminal. A diferencia del cliente, que se asocia a una relación comercial específica, el usuario incluye a todas las personas que hacen uso del servicio, tales como pasajeros, acompañantes y consumidores de los distintos servicios ofrecidos dentro del terminal. Por ello, analizar la satisfacción desde la perspectiva del usuario permite comprender de manera integral la experiencia del servicio.

No obstante, en el terminal terrestre de Huanta se evidencian diversas deficiencias relacionadas con la calidad del servicio, tales como limitaciones en la infraestructura, problemas en la organización del servicio, insuficiencias en la atención al usuario, insuficiente información y posibles incumplimientos en los horarios. Estas condiciones podrían estar afectando la satisfacción de los usuarios, generando percepciones negativas respecto al servicio brindado. Además, se identifica la ausencia de estudios recientes que analicen el vínculo entre las variables estudiadas en este contexto específico, lo que evidencia un vacío de conocimiento que justifica la presente investigación.

En consecuencia, resulta necesario analizar el vínculo entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el terminal terrestre del distrito de Huanta, con el propósito de identificar los factores que influyen en la experiencia del usuario y proponer mejoras que contribuyan a optimizar la prestación del servicio y fortalecer la satisfacción de los usuarios.

1.2. Formulación del problema de investigación

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

1.2.2. Problema específicas

PE1. ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

PE2. ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

PE3. ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

PE4. ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

PE5. ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

OG. Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

OG1. Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

OG2: Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

OG3. Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

OG4. Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

OG5. Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

HG₍₁₎. Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG₍₀₎. No existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

1.4.2. Hipótesis específicas

HG1₍₁₎. Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG1₍₀₎. No existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG2₍₁₎. Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG2₍₀₎. No existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG3₍₁₎. Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG3₍₀₎. No existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG4₍₁₎. Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG4₍₀₎. No existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG5₍₁₎. Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG5₍₀₎. No existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación práctica

La investigación evaluó la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en un terminal terrestre de Huanta, proporcionando información que fundamenta decisiones para mejorar atención, infraestructura y seguridad. Los resultados son útiles para la municipalidad y empresas de transporte en la implementación de estrategias de mejora continua del servicio.

1.5.2. Justificación teórica

El estudio justificó su relevancia teórica al proporcionar evidencia científica sobre el modelo de calidad del servicio SERVQUAL en el transporte terrestre, contrastando dimensiones como tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con variable satisfacción del usuario. Además, enriquece el conocimiento en gestión de servicios y turismo, ampliando la literatura sobre calidad del servicio en terminales terrestres a nivel local.

1.5.3. Justificación metodológica

La investigación se basó en un diseño no experimental con un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional, utilizando cuestionarios estructurados tipo Likert validados y confiables mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Se aplicó la fórmula de población infinita para el cálculo muestral, garantizando rigor estadístico en la recolección y análisis de datos, y estableciendo el estudio como un referente metodológico para investigaciones futuras.

1.5.4. Justificación social

El estudio se justificó socialmente al beneficiar directamente a los usuarios del terminal terrestre mediante mejoras en la calidad del servicio, seguridad, orden y comodidad. También beneficia indirectamente a empresas de transporte, autoridades municipales y a la población en general, al contribuir a una mejor movilidad, bienestar ciudadano y percepción positiva del servicio público.

1.6. Identificación de variables

1.6.1. Variable 1: Calidad de servicio

Definición conceptual. Es el nivel en que un producto o servicio cumple con las expectativas y necesidades de los clientes, constituyéndose en un factor determinante para su satisfacción y lealtad. Esta variable se manifiesta a través de cinco dimensiones clave: tangibles, que se refieren a los aspectos físicos y presentación del servicio; confiabilidad, que indica la capacidad de cumplir lo prometido de manera consistente; responsabilidad, que refleja la disposición del personal para ayudar y atender al cliente; confianza, que se relaciona con la seguridad que el cliente percibe al recibir el servicio; y empatía, que consiste en la atención personalizada y comprensión de las necesidades individuales del cliente (Estrella, 2024; Rodríguez Armijos et al., 2023; Cecilio LLamocca et al., 2025).

Definición operacional: La calidad de servicio se evaluó mediante un cuestionario con escala Likert de cinco puntos, basado en el modelo SERVQUAL y adaptado al contexto del terminal terrestre. La variable comprendió las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, evaluadas mediante los indicadores e ítems establecidos en la matriz de operacionalización.

1.6.2. Variable 2: Satisfacción del usuario

Definición conceptual. La satisfacción del cliente se entiende como la percepción resultante de la comparación entre el desempeño del servicio y las expectativas del consumidor, influyendo directamente en su fidelización (Montenegro Piedra et al., 2024; Caverro Ballona et al., 2024). Es un constructo multidimensional que incluye las dimensiones de expectativas vs. experiencia, satisfacción general, intención de retorno y recomendación, las cuales reflejan la evaluación global del cliente y su comportamiento futuro (Sagbay Llivichuzhca et al., 2021).

Definición operacional: La satisfacción del usuario se evaluó mediante un cuestionario con escala Likert de cinco puntos, aplicado a los pasajeros del terminal terrestre. La variable comprendió las dimensiones de expectativas frente a la

experiencia, satisfacción general, intención de retorno y recomendación, evaluadas mediante los indicadores e ítems establecidos en la matriz de operacionalización.

1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de variable 1: Calidad de servicio

Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica	Instrumento
Tangibles	Limpieza, infraestructura, señalización, estado de servicios higiénicos, salas de espera	1–5	Likert (1–5)	Encuesta	Cuestionario
Fiabilidad	Cumplimiento de horarios, información veraz, orden en la programación	6–10			
Capacidad de respuesta	Rapidez en atención, solución de problemas, atención en boleterías	11–15			
Seguridad	Confianza, trato respetuoso, control, sensación de seguridad	16–20			
Empatía	Amabilidad, orientación al usuario, atención personalizada	21–25			

Nota. La operacionalización de la variable se realizó con base en las dimensiones del modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988), adaptadas al contexto del terminal terrestre.

Tabla 2.

Matriz de operacionalización de variable 2: Satisfacción del usuario

Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala	Técnica	Instrumento
Expectativas vs experiencia	Servicio esperado, servicio recibido	26–28	Likert (1–5)	Encuesta	Cuestionario
Satisfacción general	Nivel de conformidad global, experiencia general	29–31			
Intención de retorno	Uso futuro del terminal, preferencia por el servicio	32–34			
Recomendación	Recomendación a terceros, opinión positiva	35–38			

Nota. La operacionalización de la variable se realizó con base en las dimensiones de expectativas frente a la experiencia, satisfacción general, intención de retorno y recomendación, adaptadas al contexto del terminal terrestre.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Antecedentes internacionales

A continuación, se presentan antecedentes internacionales vinculados con la presente investigación. En Pakistán, Akram et al. (2025), en su estudio titulado *“Evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una empresa de transporte local: un estudio de caso de Niazi Express Pakistan”*, tuvieron como objetivo evaluar la calidad del servicio e identificar los factores que influyen en la satisfacción y lealtad de los pasajeros. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y empleó el modelo SERVQUAL. La población estuvo conformada por 200 pasajeros frecuentes y 50 empleados, obteniéndose 198 encuestas válidas mediante un muestreo por conveniencia. Se utilizó la encuesta como técnica y un cuestionario validado como instrumento, el cual evaluó las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los resultados evidenciaron que la puntualidad y el comportamiento del personal influyen significativamente en la satisfacción y lealtad, aunque se identificaron deficiencias en la transparencia tarifaria, la consistencia del servicio y la limpieza. Se concluyó que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción del usuario, recomendándose mejorar la eficiencia operativa, fortalecer la capacitación del personal y establecer políticas tarifarias claras.

En Ecuador, Choez y Muñoz (2024), en su investigación titulada *“Análisis de la satisfacción del usuario por los servicios de embarque y postembarque en una terminal terrestre del Ecuador”*, tuvieron como objetivo analizar la percepción y satisfacción de los usuarios, identificando oportunidades de mejora. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y se basó en el modelo SERVQUAL. La población estuvo conformada por usuarios del terminal terrestre y la muestra fue de 255 personas. Se utilizó la encuesta como técnica y un cuestionario estructurado basado en las dimensiones del modelo SERVQUAL como instrumento. Los resultados evidenciaron deficiencias en procesos clave del servicio, con niveles de insatisfacción en el uso de torniquetes (23 %), el proceso de embarque (27 %) y los retrasos en las salidas de autobuses (28 %). Se concluyó que la calidad del servicio

presenta limitaciones que afectan la satisfacción y experiencia de los usuarios, recomendándose implementar mejoras operativas para optimizar la prestación del servicio.

En Indonesia, Nanang et al. (2024), en su investigación titulada “*Evaluación de la calidad del servicio y satisfacción del usuario en el transporte público de Greater Jakarta (Indonesia)*”, tuvieron como objetivo evaluar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de los sistemas de transporte interurbano Transjabodetabek y urbano Biskita Trans Pakuan. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y evaluó las dimensiones de operación, confort, seguridad, protección, accesibilidad y facilidades para mujeres y gestantes. La población estuvo conformada por usuarios de ambos sistemas y se seleccionó una muestra estratificada según las rutas de mayor demanda. Se empleó la encuesta como técnica y un cuestionario estructurado, validado y confiable como instrumento; los datos fueron analizados mediante regresión lineal múltiple y el método *Importance–Performance Analysis* (IPA). Los resultados evidenciaron una mayor satisfacción en los usuarios de los buses urbanos (72,79 %) en comparación con los interurbanos (63,2 %), debido a los mayores tiempos de espera, la menor frecuencia y la insuficiente información en estos últimos. Se concluyó que existen diferencias en la calidad del servicio entre ambos sistemas, recomendándose mejorar la frecuencia, la información al usuario y la eficiencia operativa del transporte interurbano para incrementar la satisfacción.

En Asia, Bakar et al. (2022), en su investigación titulada “*Calidad del servicio de autobuses en Asia: una revisión sistemática de la literatura y un marco conceptual*”, tuvieron como objetivo evaluar la calidad del servicio de autobuses, identificar las brechas entre los estándares regulatorios y la prestación real del servicio, y proponer un marco conceptual para futuras mejoras. La investigación se desarrolló mediante una revisión sistemática bajo el enfoque PRISMA, seleccionándose 41 artículos relevantes de bases de datos como Scopus y ScienceDirect. La unidad de análisis estuvo conformada por investigaciones empíricas y teóricas sobre transporte urbano en países asiáticos. Se empleó el análisis documental como técnica y una matriz de análisis temático como instrumento, considerando aspectos relacionados con la puntualidad, accesibilidad, confort, gestión operativa y seguridad. Los resultados evidenciaron brechas entre la

normativa y las condiciones reales del servicio, principalmente en la puntualidad, el mantenimiento de la flota, la accesibilidad y la información al usuario; asimismo, se identificó que la confiabilidad operativa y la seguridad influyen en la satisfacción. Se concluyó que la mejora de la calidad del servicio requiere intervenciones estratégicas orientadas a la movilidad sostenible, recomendándose fortalecer la gobernanza del transporte, optimizar los sistemas de monitoreo y estandarizar los indicadores de calidad.

En Malasia, Ibrahim et al. (2022), en su investigación titulada *“Un estudio empírico de la satisfacción percibida por los pasajeros con la calidad del servicio de monorraíl: el caso de Kuala Lumpur, Malasia”*, tuvieron como objetivo analizar la satisfacción percibida de los pasajeros e identificar los factores de la calidad del servicio que influyen en su percepción. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y empleó análisis factorial exploratorio, correlación de Spearman y un modelo de red neuronal artificial. La población estuvo conformada por usuarios del sistema de monorraíl y la muestra incluyó 417 pasajeros. Se utilizó la encuesta como técnica y un cuestionario estructurado como instrumento. Los resultados identificaron ocho factores de la calidad del servicio que influyen en la satisfacción, destacando la información al usuario, las instalaciones y la señalización. Se concluyó que estos atributos determinan significativamente la satisfacción de los pasajeros, recomendándose fortalecerlos para mejorar la experiencia del usuario y promover el uso del sistema de transporte.

2.1.2. Antecedentes nacionales

A continuación, se presentan antecedentes nacionales relacionados con la presente investigación. En Puerto Maldonado, Enciso y Condori (2023), en su investigación titulada *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios de la Operadora y Administradora Terminal Terrestre Interoceánico de Puerto Maldonado S.A.C. – 2021”*, tuvieron como objetivo analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del terminal terrestre. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por los usuarios del terminal, de la cual se seleccionó una muestra representativa. Se empleó la encuesta como técnica y un cuestionario estructurado como instrumento, orientado a evaluar las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e

infraestructura. Los resultados evidenciaron una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, destacándose la atención del personal, la limpieza y la infraestructura como factores relevantes. Se concluyó que es necesario fortalecer los estándares de calidad en la gestión del terminal para mejorar la satisfacción y la experiencia de los pasajeros.

En Chiclayo, Valencia (2023), en su investigación titulada *“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de Chiclayo, 2022”*, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La investigación presentó un diseño no experimental y correlacional. La población estuvo conformada por usuarios del servicio de transporte y la muestra incluyó 384 pasajeros. Se empleó la encuesta como técnica y se utilizaron dos cuestionarios estandarizados como instrumentos: el modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) y el cuestionario de satisfacción del cliente de Benito (2018), ambos validados y con adecuada confiabilidad. Los resultados evidenciaron una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; además, la calidad del servicio alcanzó un nivel alto de manera general, aunque la mayoría de sus dimensiones se ubicó en un nivel medio, mientras que la satisfacción presentó niveles altos en sus dimensiones. Se concluyó que el fortalecimiento de la calidad del servicio contribuye a mejorar la satisfacción del cliente, siendo necesario optimizar sus dimensiones para fortalecer la experiencia del usuario en el transporte interprovincial.

En Cajamarca, Lumba y Medina (2022), en su investigación titulada *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes EZAPE – LAJAS E.I.R.L., Chota – 2021”*, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La investigación fue de tipo básico, con diseño no experimental, transversal, correlacional-descriptivo y método analítico-deductivo. La población estuvo conformada por 28 256 pasajeros y la muestra incluyó 385 usuarios. Se empleó la encuesta como técnica y un cuestionario validado mediante juicio de expertos como instrumento. Los resultados, obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman, evidenciaron una relación directa, positiva y alta entre las variables ($\rho = 0,864$; $p < 0,001$). Se concluyó que la mejora de la calidad del servicio, especialmente en la rapidez,

limpieza, atención y puntualidad, influye significativamente en la satisfacción del cliente, destacándose la importancia de fortalecer los estándares de servicio en la empresa de transporte.

En Pucallpa, Bollet Ramírez et al. (2020), en el artículo titulado “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Terminal Portuario Logística Peruana del Oriente, Pucallpa, Perú*”, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. La metodología correspondió a un estudio de tipo básico con diseño correlacional simple. La población estuvo conformada por 50 tripulantes de embarcaciones, considerándose un censo como muestra. La técnica empleada fue la encuesta y los instrumentos fueron dos cuestionarios, utilizándose el modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio en función de las expectativas y percepciones del usuario. Los resultados evidenciaron una relación positiva y significativa entre las variables, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.571 y un nivel de significancia de 0.000 (< 0.05). Se concluye que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción del cliente, destacándose la importancia de fortalecer dimensiones como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía para mejorar la experiencia del usuario en servicios portuarios.

En Cusco, Mendoza y Yarahuaman (2020), en su investigación titulada “*Calidad de servicio turístico y satisfacción de los pasajeros del Terminal Terrestre de la ciudad del Cusco, 2020*”, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio turístico y la satisfacción de los pasajeros. La metodología fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional-simple. La población estuvo conformada por turistas, considerándose una muestra de 135 participantes seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de 20 ítems con escala Likert, cuya confiabilidad fue alta (Alfa de Cronbach = 0.962). Los resultados, obtenidos mediante la prueba de chi cuadrado ($p = 0.000 < 0.05$), evidenciaron una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pasajeros. Se concluye que la mejora de la calidad del servicio influye positivamente en la satisfacción del usuario, evidenciándose un nivel de conformidad en los turistas respecto al servicio brindado en el terminal terrestre.

2.1.3. Antecedentes locales

A continuación, se presenta un antecedente regional vinculado con la presente investigación. En Ayacucho, Roca (2024), en su investigación titulada *“Calidad del servicio y fidelización de los usuarios de las empresas interregionales en el Terminal Terrestre Los Libertadores de América de Ayacucho, 2019”*, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la fidelización de los usuarios. La investigación presentó un enfoque descriptivo-correlacional, con diseño no experimental y muestreo no probabilístico. La población estuvo conformada por usuarios de las empresas interregionales que operaban en el terminal terrestre. Se empleó la encuesta como técnica y un cuestionario estructurado como instrumento para medir ambas variables. Los resultados evidenciaron una correlación positiva y alta entre la calidad del servicio y la fidelización (Rho de Spearman = 0,772), identificándose que el incumplimiento de horarios, la variabilidad de precios y la falta de fiabilidad influyen negativamente en la preferencia de los usuarios. Se concluyó que la fidelización depende de la calidad del servicio ofrecido, recomendándose implementar mejoras en la gestión operativa y mecanismos de control para fortalecer la satisfacción y lealtad de los usuarios.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Definición de calidad de servicio

La calidad de servicio se define como el grado en que un producto o servicio satisface las expectativas y necesidades de los clientes, constituyéndose en un factor determinante para su satisfacción, confianza y lealtad (Estrella, 2024; Rodríguez Armijos et al., 2023; Cecilio Llamocca et al., 2025). Se trata de un constructo multidimensional, evaluado globalmente por los usuarios en función del desempeño del servicio en comparación con sus expectativas previas. Su estudio se fundamenta en la teoría de la discrepancia o desconfirmación de expectativas, que sostiene que la percepción de calidad depende del grado de congruencia entre lo esperado y lo experimentado (Pekovic y Rolland, 2020).

La calidad del servicio, desde un punto de vista contemporáneo, incluye elementos funcionales (asociados con la forma en que se proporciona el servicio) y técnicos (relacionados con lo que se entrega), lo cual explica su impacto directo

sobre la fidelidad y satisfacción del cliente (Supriyanto et al., 2021). Asimismo, por su efecto en la generación de valor percibido, la fidelización de clientes y la diferenciación, es un componente estratégico para la competitividad a nivel organizativo (Alva Gonzales et al., 2024).

La calidad de servicio, para su medición y análisis, se expresa en cinco dimensiones clave: tangibles, que incluyen los componentes físicos y la presentación del servicio; confiabilidad, que mide la capacidad de cumplir lo prometido de manera constante; capacidad de respuesta, que se refiere a la disposición y rapidez del personal para satisfacer las necesidades del cliente; seguridad, que muestra el nivel de confianza y protección percibida por los usuarios; y empatía, relacionada con una atención individualizada y comprensión de las necesidades específicas de cada cliente (Estrella, 2024; Rodríguez Armijos et al., 2023; Cecilio Llamocca et al., 2025). Estas dimensiones posibilitan examinar la percepción de los clientes de forma integral y son el fundamento para poner en marcha tácticas destinadas a optimizar la experiencia del servicio.

2.2.2. Dimensiones de calidad de servicio

El modelo SERVQUAL, que tiene en cuenta estas cinco dimensiones, es muy empleado para evaluar la calidad del servicio. Se ha demostrado su validez en diferentes áreas como salud, turismo y servicios financieros (Acosta Haro et al., 2023).

Tangibles. Los tangibles son los componentes físicos que apoyan la prestación del servicio y comprenden el mobiliario, los equipos, las instalaciones, los materiales de comunicación y el personal. Esta dimensión examina la presentación, limpieza, modernidad y apariencia de los recursos y del personal, lo que crea una impresión de fiabilidad y profesionalismo en el cliente (Estrella, 2024). Los elementos tangibles actúan como indicadores palpables del compromiso de la organización con la excelencia, según Cecilio Llamocca et al. (2025), y tienen un impacto en cómo se percibe en general la calidad de los servicios. Además, Rodríguez Armijos et al. (2023) indican que la calidad que se percibe de los tangibles influye directamente en el deseo del cliente de interactuar con el servicio y repetir la experiencia.

Fiabilidad. La fiabilidad se refiere a la habilidad de una organización para cumplir con lo prometido de manera consistente, ofrecer servicios sin fallos y solucionar problemas eficientemente, asegurando que el servicio se brinde adecuadamente desde el primer momento (Estrella, 2024). Esta dimensión representa la seguridad del cliente en cuanto a la coherencia entre lo que se le prometió y lo que recibió. Según Cecilio Llamocca et al. (2025), la fiabilidad fortalece la confianza del cliente, disminuyendo la incertidumbre y fomentando su lealtad a la organización. Un servicio confiable, según Rodríguez Armijos et al. (2023), es un elemento esencial para la satisfacción y la reputación de una institución.

Capacidad de respuesta. La capacidad de respuesta se refiere a la prontitud y disposición del personal para dar solución a las peticiones, necesidades y consultas de los clientes, así como para comunicarles a tiempo acerca de los procesos y plazos del servicio (Estrella, 2024). Esta dimensión mide la proactividad de los trabajadores y la eficacia en las operaciones. Una atención rápida y adecuada, de acuerdo con Cecilio Llamocca et al. (2025), ayuda en gran medida a que el cliente esté satisfecho en general. Rodríguez Armijos et al. (2023), destacan que la capacidad de respuesta afecta directamente la experiencia satisfactoria del servicio y la percepción de eficiencia.

Seguridad. La habilidad, la cortesía y la confianza del personal, además de que los clientes perciban sentirse seguros y tranquilos durante el servicio prestado, forman parte de la seguridad (Estrella, 2024). Esta dimensión incluye no solo la seguridad física, sino además la confianza en las interacciones y los procesos. Cecilio Llamocca et al. (2025), indican que una percepción alta de seguridad refuerza la fidelidad, la confianza y la satisfacción del consumidor. Armijos Rodríguez et al. (2023), señalan que, para crear un entorno seguro y confiable, es fundamental que el personal tenga credibilidad, integridad y competencia.

Empatía. La empatía consiste en la atención y el cuidado individualizados que se le brindan a cada cliente, tomando en cuenta sus necesidades, preferencias y situaciones (Estrella, 2024). Esta dimensión supone la capacidad de entender, el interés auténtico y la adaptabilidad del personal frente a circunstancias concretas, lo cual promueve vínculos próximos y fieles. Cecilio Llamocca et al. (2025), señalan que la empatía fomenta una experiencia de servicio satisfactoria, al evaluar

la interacción humana más allá de los elementos técnicos. Rodríguez Armijos et al. (2023) subrayan que un servicio empático ayuda a consolidar la lealtad y robustecer la impresión de atención y cuidado por parte de la entidad.

2.2.3. Definición de satisfacción del cliente

Se entiende la satisfacción del cliente como el resultado de cotejar el rendimiento que se percibe de un servicio o producto con las expectativas previas del cliente. En este contexto, se logra la complacencia cuando el rendimiento excede las expectativas fijadas anteriormente. Así, la capacidad de la organización para satisfacer o superar estas expectativas durante el proceso de consumo es lo que determina el grado de satisfacción (Montenegro Piedra et al., 2024).

Asimismo, la satisfacción del cliente puede entenderse como la percepción del usuario respecto al servicio recibido en relación con sus expectativas iniciales, de modo que se genera una experiencia positiva cuando la calidad del servicio las cumple o supera. Esta percepción influye directamente en la fidelización del cliente y en la sostenibilidad del negocio (Cavero Ballona et al., 2024).

En concordancia, Sagbay Llivichuzhca et al. (2021) señalan que la satisfacción del cliente constituye un constructo integral que involucra percepciones, experiencias previas, recomendaciones y estados emocionales del consumidor. Estos factores inciden directamente en la decisión de compra y en la lealtad hacia la empresa, evidenciando que un cliente satisfecho no solo repite la compra, sino que también promueve el servicio a través del marketing boca a boca.

2.2.4. Dimensiones de satisfacción del cliente

Expectativas vs experiencia. La dimensión expectativa vs experiencia se fundamenta en la comparación entre lo que el cliente espera recibir y lo que realmente experimenta durante el proceso de consumo, siendo mayor la satisfacción cuando el desempeño percibido iguala o supera dichas expectativas (Montenegro Piedra et al., 2024). En concordancia, Cavero Ballona et al. (2024) precisan que esta evaluación se construye a partir de atributos específicos del servicio, como la credibilidad, la rapidez de respuesta, la amabilidad del personal y la limpieza del establecimiento, los cuales inciden directamente en la percepción del cliente. Complementariamente, Sagbay Llivichuzhca et al. (2021) enfatizan que la experiencia del cliente también está influida por factores contextuales como la

calidad del servicio, la atención recibida y la comodidad del entorno, evidenciando que esta dimensión integra tanto aspectos tangibles como intangibles. Los autores, en general, concuerdan en que la satisfacción proviene de la interacción entre las expectativas previas y las experiencias reales, lo cual se convierte en un indicador fundamental de la calidad del servicio.

Satisfacción general. La satisfacción general es la evaluación total que hace el consumidor sobre el servicio que ha recibido, incluyendo todos los factores que forman parte de su experiencia de consumo (Montenegro Piedra et al., 2024). Bajo este punto de vista, Caverro Ballona et al. (2024) afirman que la satisfacción se manifiesta como una sensación integral de bienestar, en la cual inciden elementos como la calidad del servicio prestado, la eficiencia y el nivel de personalización. Sagbay Llivichuzhca et al. (2021), por su parte, señalan que esta valoración integral se elabora a partir de diferentes elementos: la calidad de los productos, el precio, la atención al cliente y cómo está organizado el establecimiento. Así, se demuestra una coincidencia teórica en la que la satisfacción general no depende de un solo elemento, sino de la valoración conjunta de diversas dimensiones del servicio, lo cual hace que sea un indicador sintético de la experiencia del cliente.

Intención de retorno. La intención de retorno se refiere a la propensión del cliente a volver a hacer uso de un producto o servicio, y está determinada directamente por el grado de satisfacción que ha logrado y si sus expectativas han sido cumplidas (Montenegro Piedra et al., 2024). En consonancia con lo anterior, Sagbay Llivichuzhca et al. (2021) afirman que un cliente contento tiene la tendencia de volver a comprar y de sostener una relación de fidelidad con la compañía. En resumen, se puede concluir que la intención de regresar es una consecuencia directa de la satisfacción y que se ha convertido en un indicador fundamental para determinar el mantenimiento del cliente y la sostenibilidad empresarial.

Recomendación. La recomendación consiste en la posibilidad de que el cliente recomiende el producto o servicio a otras personas, lo cual está fuertemente relacionado con una experiencia satisfactoria y positiva (Montenegro Piedra et al., 2024). En esta línea, Caverro Ballona et al. (2024) indican que si la calidad del servicio es alta y el cliente está satisfecho, esto aumenta su lealtad y su disposición a recomendar y volver a utilizar el servicio. De manera complementaria, Sagbay Llivichuzhca et al. (2021), resaltan que los consumidores contentos suelen

compartir sus experiencias positivas, lo cual produce un efecto de marketing boca a boca que ayuda al crecimiento y la posición de la empresa. Por lo tanto, se ha llegado a un acuerdo en que la recomendación es una expresión conductual de la satisfacción del cliente, mostrando no solo su grado de satisfacción, sino también su compromiso con la organización.

2.3. Definición de términos

Calidad de servicio. Grado en que un servicio satisface las expectativas del usuario. Indicadores: cumplimiento del servicio, atención recibida, condiciones del entorno.

Capacidad de respuesta. Rapidez y disposición del personal para atender al usuario. Indicadores: tiempo de atención, solución de problemas, orientación brindada.

Empatía. Atención personalizada y comprensión de las necesidades del usuario. Indicadores: amabilidad, trato individualizado, disposición de ayuda.

Expectativas. Percepciones previas del usuario sobre el servicio a recibir. Indicadores: nivel esperado de atención, calidad esperada, condiciones del servicio.

Experiencia del usuario. Percepción global generada durante la interacción con el servicio. Indicadores: satisfacción percibida, comodidad, valoración del servicio.

Fiabilidad. Capacidad del servicio para cumplir lo prometido de manera consistente. Indicadores: cumplimiento de horarios, exactitud de la información, orden del servicio.

Infraestructura. Condiciones físicas donde se brinda el servicio. Indicadores: estado de instalaciones, limpieza, señalización.

Intención de retorno. Probabilidad de que el usuario vuelva a utilizar el servicio. Indicadores: uso futuro, preferencia del servicio.

Recomendación. Disposición del usuario para sugerir el servicio a terceros. Indicadores: opinión positiva, recomendación verbal.

Satisfacción del usuario. Grado de conformidad tras comparar el servicio recibido con las expectativas. Indicadores: nivel de satisfacción, experiencia general.

Seguridad. Percepción de confianza y protección durante el uso del servicio. Indicadores: control del servicio, trato respetuoso, sensación de seguridad.

Tangibles. Elementos físicos del servicio. Indicadores: limpieza, infraestructura, estado de servicios higiénicos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Metodología de la Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo básica, porque se orientó al desarrollo del conocimiento científico y a la construcción o fortalecimiento de teorías, sin que su propósito inmediato sea la solución de problemas prácticos (Hernández & Mendoza, 2018).

3.1.2. Enfoque de la investigación

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, ya que se caracteriza por la medición numérica, el uso de instrumentos estandarizados y el análisis estadístico para estudiar variables y establecer relaciones entre ellas. Sigue un proceso secuencial y estructurado, orientado a obtener datos objetivos, verificables y generalizables, asegurando validez y confiabilidad en la investigación (Hernández & Mendoza, 2018).

3.1.3. Nivel de la investigación

El nivel investigativo de este estudio fue descriptivo – correlacional, ya que este nivel estudia cómo se comportan las variables y, además, analiza la relación existente entre ellas, sin intervenir ni manipularlas. Describe características, tendencias y patrones, y determina el grado y dirección de la asociación entre variables, permitiendo comprender cómo cambian juntas, aunque sin establecer causalidad (Hernández & Mendoza, 2018).

3.1.4. Diseño de la investigación

La investigación se desarrolló bajo el diseño no experimental y corte transversal, el cual, según Hernández y Mendoza (2018), se caracteriza por la observación de los fenómenos tal como ocurren en su curso natural sin intervenir en las variables, permitiendo describir y analizar relaciones existentes entre ellas. Asimismo, al ser transversal, la recolección de los datos se realizó en un único momento, con la finalidad de identificar características, percepciones o vínculos presentes en la población en un tiempo determinado, lo que resulta adecuado para

estudios descriptivos y correlacionales orientados a comprender una realidad específica en un periodo concreto.

3.1.5. Método de la investigación

El estudio se sustentó en el método hipotético - deductivo, el cual, de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), parte de la formulación de supuestos o hipótesis derivadas de teorías previas para posteriormente someterlas a contraste empírico mediante la recolección y el análisis sistemático de datos. Este método permite deducir relaciones entre variables, verificar si dichas hipótesis se cumplen en la realidad observada y, con ello, aportar evidencia objetiva que respalde o rechace las proposiciones planteadas.

3.2. Ámbito temporal y espacial

3.2.1. Ámbito temporal

La investigación se desarrolló durante el año 2025.

3.2.2. Ámbito espacial

El estudio se llevó a cabo en un terminal terrestre ubicado en el distrito de Huanta, provincia de Huanta, región Ayacucho, específicamente en las áreas destinadas a la atención de los usuarios.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis estuvo constituida por cada pasajero mayor de edad que utilizó los servicios de un terminal terrestre ubicado en el distrito de Huanta durante el periodo de recolección de datos del año 2025. Se consideraron pasajeros con diferentes motivos de viaje, tales como laborales, académicos, turísticos, familiares, personales u otros.

3.3.2. Población

Hernández y Mendoza (2018), señalan que la población constituye el universo completo al que se pretende estudiar o describir, siendo el punto de partida para definir la muestra y garantizar la validez de los resultados. En la presente investigación, estuvo conformada por los pasajeros que utilizaron el terminal terrestre durante el periodo de aplicación del cuestionario. Debido a la inexistencia

de un registro exacto del número total de pasajeros, la población fue considerada de tamaño desconocido para el cálculo de la muestra.

3.3.3. Criterios de inclusión

Se incluyeron en la investigación los pasajeros que cumplieron los siguientes criterios:

- a) Ser pasajero del terminal terrestre.
- b) Tener 18 años o más.
- c) Encontrarse en condiciones adecuadas para comprender y responder el cuestionario.
- d) Aceptar participar voluntariamente en la investigación.

3.3.4. Criterios de exclusión

Se excluyeron de la investigación:

- a) Los menores de 18 años.
- b) Las personas que no eran pasajeros, como conductores, cobradores, trabajadores, comerciantes o acompañantes.
- c) Los pasajeros que no aceptaron participar o que no se encontraban en condiciones adecuadas para responder el cuestionario.
- d) Los cuestionarios incompletos.

3.3.5. Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de la población, seleccionado mediante procedimientos que permiten generalizar los resultados del estudio al universo total. Según Hernández y Mendoza (2018), la muestra debe elegirse de manera que refleje las características esenciales de la población, garantizando precisión, validez y reducción del sesgo. En el enfoque cuantitativo, la muestra constituye un elemento clave para el análisis estadístico, especialmente cuando resulta impráctico o imposible estudiar a todos los integrantes de la población.

Para este estudio, el tamaño muestral se calculó utilizando la fórmula para poblaciones de tamaño desconocido, la cual se define como:

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

Dónde:

n : Tamaño de la muestra estimada

Z : Nivel de confianza 95% (1.96).

p : Probabilidad de ocurrencia 50% (0.5)

q : Probabilidad de no ocurrencia 50% (0.5)

e : Precisión o margen de error 5% (0.05)

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2} = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 = 385$$

Por tanto, el tamaño de la muestra quedó establecido en 385 usuarios, valor que garantiza una estimación estadística adecuada para los objetivos del estudio.

3.3.6. Muestreo

El muestreo utilizado fue no probabilístico por conveniencia, dado que es un procedimiento de selección de la muestra basado en la accesibilidad y disponibilidad de los sujetos, sin que todos los integrantes de la población tengan la misma probabilidad de ser elegidos. Hernández y Mendoza (2018), señalan que este tipo de muestreo es útil en investigaciones exploratorias o descriptivas donde se requiere rapidez y facilidad de acceso, aunque limita la generalización de los resultados a toda la población.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**3.4.1. Técnicas**

Encuesta. La encuesta fue la técnica que se empleó para recolectar información directa de los usuarios del terminal terrestre, puesto que es una técnica de recolección de datos mediante un cuestionario estructurado o semiestructurado, diseñado para obtener información directa de los participantes sobre sus características, opiniones, actitudes, comportamientos o percepciones. Hernández y Mendoza (2018), señalan que la encuesta permite recoger gran cantidad de datos de manera sistemática y estandarizada, facilitando el análisis cuantitativo y comparativo de los resultados. Se puede aplicar de manera presencial, por teléfono

o en forma virtual y resulta particularmente beneficiosa en investigaciones correlacionales y descriptivas.

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario. El cuestionario que se empleó fue un cuestionario estructurado de tipo Likert de cinco puntos, compuesto por 38 ítems cerrados: 25 para la calidad del servicio y 13 para la satisfacción del usuario. Este instrumento facilitó la medición estandarizada de las variables en estudio, ya que es una herramienta estructurada que incluye un conjunto de preguntas diseñadas con cuidado para recopilar información específica de los participantes (Hernández & Mendoza, 2018).

3.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos

3.5.1. Validación del instrumento

La validación del instrumento tuvo como propósito verificar que los ítems del cuestionario fueran pertinentes, claros y coherentes con las variables y dimensiones de estudio. Según Hernández y Mendoza (2018), la validez permite determinar si un instrumento mide adecuadamente el constructo que se pretende evaluar.

En la presente investigación, la validez de contenido se determinó mediante juicio de expertos. Para ello, tres especialistas evaluaron la claridad, pertinencia y relevancia de los ítems, considerando las variables y dimensiones establecidas. Luego de la evaluación y la incorporación de las observaciones formuladas, los expertos consideraron que el instrumento era aplicable.

Tabla 3.

Relación de expertos que validaron el instrumento

N°	Experto	Especialidad	Aplicable / No aplicable
1	Mtra. Rocio Edith Torres Rivero	Turismo, hotelería y gastronomía	Aplicable
2	Mtra. Rosario del Pilar Vega Yopez	Turismo y hotelería	Aplicable
3	Mtra. Gissella Nataly Urbina Solís	Turismo y hotelería	Aplicable

Nota. Expertos que participaron en la validación del instrumento.

4.5.2. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se refiere al grado en que este produce resultados consistentes y estables cuando es aplicado en condiciones similares. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), un instrumento confiable permite obtener mediciones precisas y libres de errores aleatorios, asegurando la consistencia interna de los ítems que lo conforman.

En la presente investigación, la confiabilidad fue determinada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, calculado a partir de los datos obtenidos en la aplicación de 385 cuestionarios a los usuarios del terminal terrestre. Este coeficiente es ampliamente utilizado para evaluar la consistencia interna de los instrumentos de medición, considerándose adecuados aquellos valores iguales o superiores a 0.70.

Respecto a la variable de calidad del servicio, se llegó al siguiente resultado:

Tabla 4.

Confiabilidad de la variable: Calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N.º de ítems
0,776	26

Nota. Resultados del análisis estadístico realizado en el SPSS v. 27. Fuente: Aplicación de cuestionario a la muestra, 2025.

Como se puede apreciar, la cifra del coeficiente Alfa de Cronbach fue de 0,776, lo cual señala un nivel de confiabilidad que es aceptable. Este resultado demuestra que los ítems incluidos en la variable tienen una coherencia interna adecuada y evalúan de manera uniforme el constructo estudiado.

La variable satisfacción del cliente, por su parte, mostró los resultados que se indican a continuación:

Tabla 5.

Confiabilidad de la variable: Satisfacción del cliente

Alfa de Cronbach	N.º de ítems
0,796	12

Nota. Resultados del análisis estadístico realizado en el SPSS v. 27. Fuente: Aplicación de cuestionario a la muestra, 2025.

En este caso, el coeficiente Alfa de Cronbach fue de 0,796, lo que corresponde a un nivel de confiabilidad aceptable, cercano a bueno. Este valor demuestra que los ítems asociados a la variable presentan coherencia interna y permiten una medición fiable del constructo.

En consecuencia, los resultados obtenidos evidencian que el instrumento aplicado posee adecuados niveles de confiabilidad, garantizando la calidad de los datos recolectados y su pertinencia para el análisis de las variables planteadas en la investigación.

3.6. Métodos y técnicas para la presentación y análisis de datos

Para procesar y analizar los datos se empleó el método estadístico, el que permitió organizar, sistematizar e interpretar la información recolectada mediante el cuestionario aplicado a los usuarios del terminal terrestre. La aplicación del cuestionario se realizó de manera presencial en las instalaciones del terminal, previa solicitud de consentimiento informado a los participantes, garantizando el carácter confidencial, voluntario y ético de su participación en la investigación.

3.6.1. Métodos de análisis

En el desarrollo del estudio se emplearon los siguientes métodos:

El método descriptivo, que permitió caracterizar las variables de estudio mediante el uso de frecuencias, porcentajes, tablas y gráficos estadísticos, facilitando la comprensión de los datos obtenidos.

El método inferencial, que permitió determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, a través de la aplicación de pruebas estadísticas de correlación, contribuyendo a la contrastación de las hipótesis planteadas.

3.6.2. Técnicas para la presentación de datos

Con el fin de mostrar los resultados, se emplearon gráficos estadísticos y tablas de frecuencia que facilitaron una interpretación y visualización apropiadas de la información recopilada. Además, al principio los datos se recogieron en formato físico a través de cuestionarios impresos. Después, la información fue sistematizada y digitada en Google Forms, lo que hizo más fácil su ordenamiento. Para la interpretación, análisis y procesamiento de los datos se utilizaron, al final,

el programa Microsoft Excel y la versión 27 del software estadístico SPSS. Esto asegura que el estudio sea científicamente riguroso.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados

4.1.1. Perfil sociodemográfico de la muestra

Tabla 6.

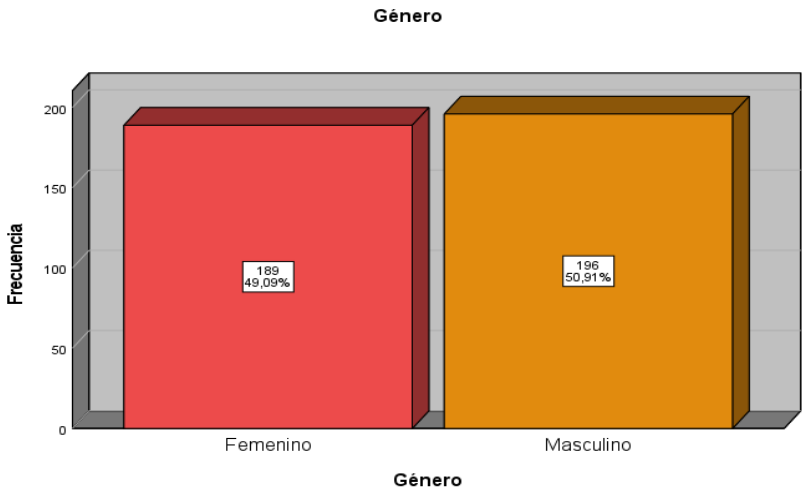
Distribución de los participantes según género

Género	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Femenino	189	49,1
Masculino	196	50,9
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 1.

Distribución de los participantes según género



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

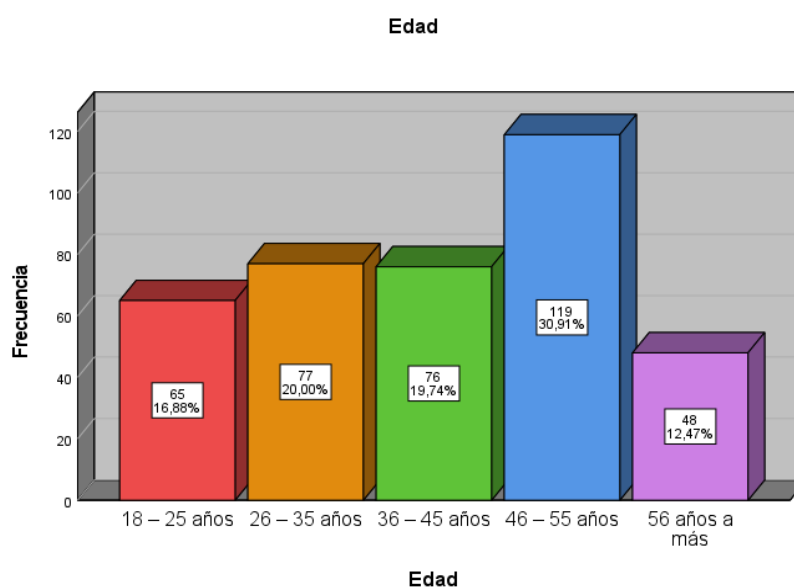
Interpretación: Se evidencia que el 50,9% (196) de los usuarios encuestados corresponde al sexo masculino, mientras que el 49,1% (189) pertenece al sexo femenino, lo que refleja una distribución prácticamente equitativa entre ambos géneros, sin diferencias significativas en su participación; este equilibrio permite inferir que la muestra presenta adecuada representatividad en términos de género, lo cual fortalece la validez de los resultados y reduce posibles sesgos en el análisis de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el terminal terrestre del distrito de Huanta.

Tabla 7.*Distribución de los participantes según edad*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
18 – 25 años	65	16,9
26 – 35 años	77	20,0
36 – 45 años	76	19,7
46 – 55 años	119	30,9
56 años a más	48	12,5
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

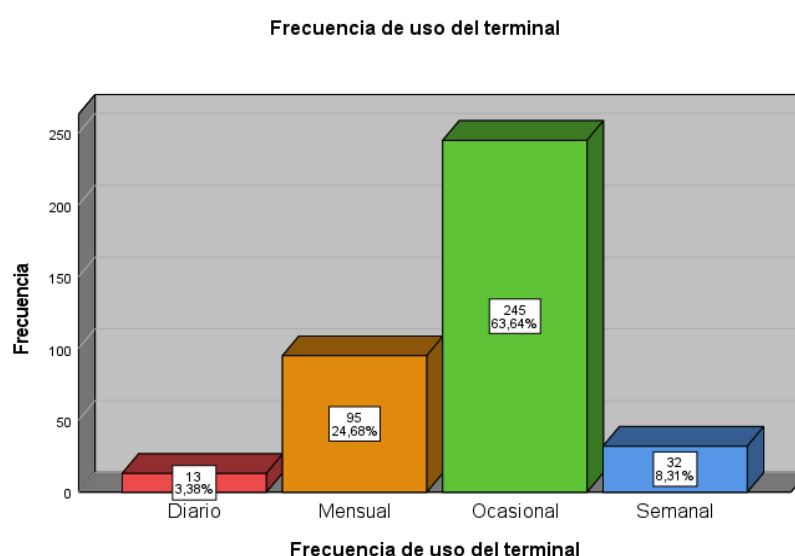
Interpretación: Se evidencia que el grupo etario predominante corresponde a los usuarios de 46 a 55 años con un 30,9% (119), seguido por aquellos de 26 a 35 años con 20,0% (77) y de 36 a 45 años con 19,7% (76), mientras que los rangos de 18 a 25 años y de 56 años a más presentan menores proporciones con 16,9% (65) y 12,5% (48), respectivamente; estos resultados muestran una mayor participación de adultos en edad intermedia, lo que sugiere que la percepción sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario está principalmente influenciada por personas con mayor experiencia en el uso del terminal terrestre, aportando así mayor consistencia y criterio en la valoración del servicio recibido.

Figura 2.*Distribución de los participantes según edad*

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Tabla 8.*Frecuencia de uso del terminal por los participantes*

Frecuencia de uso	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Diario	13	3,4
Mensual	95	24,7
Ocasional	245	63,6
Semanal	32	8,3
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.**Figura 3.***Frecuencia de uso del terminal por los participantes**Nota.* Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

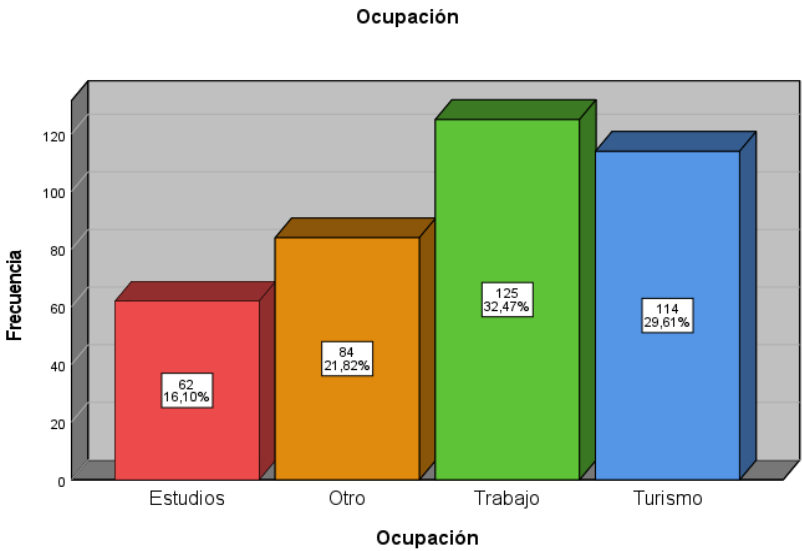
Interpretación: Se evidencia que la mayoría de los usuarios utiliza el terminal de manera ocasional con un 63,6% (245), seguido por quienes lo usan mensualmente con 24,7% (95), mientras que un menor porcentaje lo utiliza de forma semanal con 8,3% (32) y solo el 3,4% (13) lo hace diariamente; estos resultados indican que el terminal terrestre es empleado principalmente de forma esporádica, lo que sugiere que la percepción sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se basa, en gran medida, en experiencias puntuales más que en un uso continuo del servicio.

Tabla 9.
Ocupación principal de los participantes

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Estudios	62	16,1
Otro	84	21,8
Trabajo	125	32,5
Turismo	114	29,6
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 4.
Ocupación principal de los participantes



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se observa que la mayor proporción de los participantes utiliza el terminal por motivos de trabajo, con un 32,5% (125), seguida de quienes lo utilizan por turismo, con un 29,6% (114). Asimismo, el 21,8% (84) indicó tener otra ocupación o motivo de uso, mientras que el 16,1% (62) señaló que se encuentra realizando estudios. Estos resultados evidencian que la muestra está conformada principalmente por usuarios vinculados a actividades laborales y turísticas, lo que permite identificar una diversidad de perfiles entre las personas que utilizan el terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.2. Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio

4.1.2.1. Baremación de la variable

Tabla 10.

Baremación de la variable calidad de servicio

Variable / Dimensión	Rango de puntaje	Nivel
Calidad de servicio	25 – 51	Bajo
	52 – 61	Medio
	62 – 88	Alto
Elementos tangibles	5 – 7	Bajo
	8 – 9	Medio
	10 – 19	Alto
Fiabilidad	5 – 9	Bajo
	10 – 12	Medio
	13 – 20	Alto
Capacidad de respuesta	5 – 10	Bajo
	11 – 15	Medio
	16 – 23	Alto
Seguridad	5 – 10	Bajo
	11 – 14	Medio
	15 – 21	Alto
Empatía	5 – 11	Bajo
	12 – 14	Medio
	15 – 22	Alto

Nota. Baremación elaborada a partir de los puntajes obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

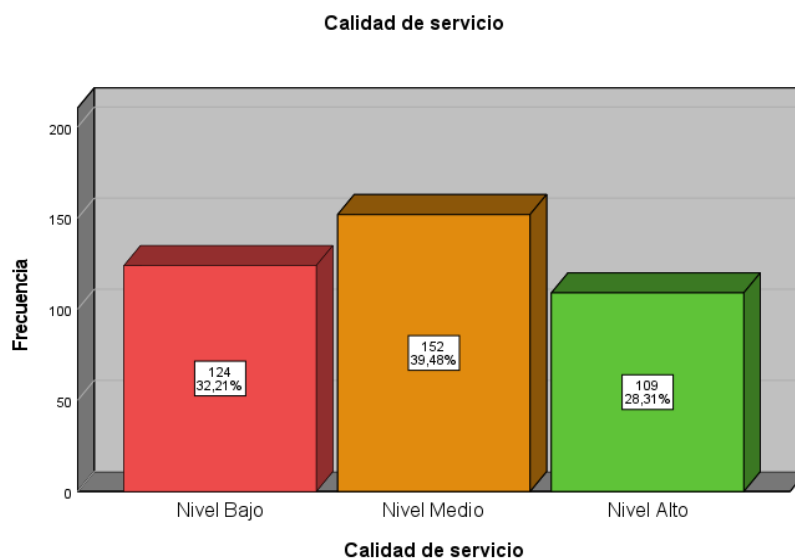
4.1.2.2. Niveles de la calidad de servicio

Tabla 11.

Niveles de la variable calidad del servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel bajo	124	32,2
Nivel medio	152	39,5
Nivel alto	109	28,3
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 5.*Niveles de la variable calidad del servicio*

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

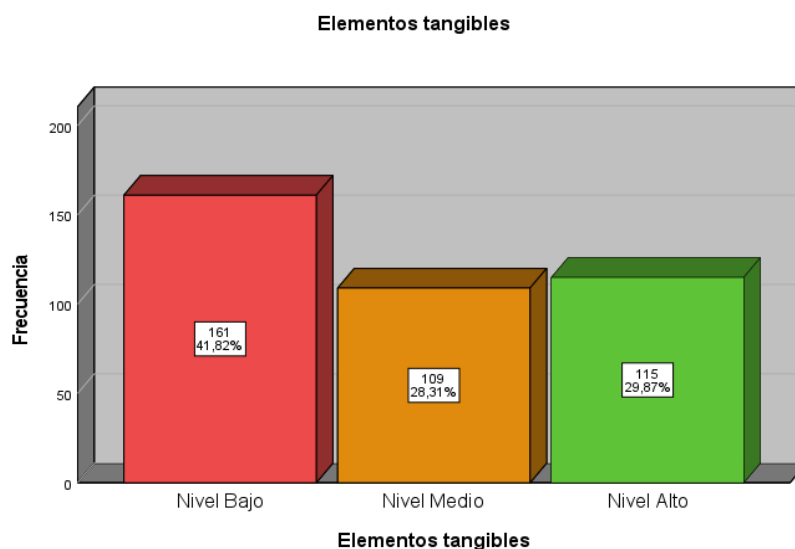
Interpretación: Se evidencia que el 39,5% (152) de los usuarios percibe la calidad del servicio en un nivel medio, seguido del 32,2% (124) que la considera en un nivel bajo y un 28,3% (109) que la percibe en un nivel alto; estos resultados indican que, si bien predomina una valoración intermedia del servicio, existe una proporción considerable de usuarios insatisfechos con la calidad brindada, lo que sugiere la necesidad de implementar mejoras en aspectos clave del servicio para elevar la percepción hacia niveles más altos de calidad en el terminal terrestre.

4.1.2.3. Análisis por dimensiones

Tabla 12.*Niveles de la dimensión elementos tangibles*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	161	41,8
Nivel Medio	109	28,3
Nivel Alto	115	29,9
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 6.*Niveles de la dimensión elementos tangibles*

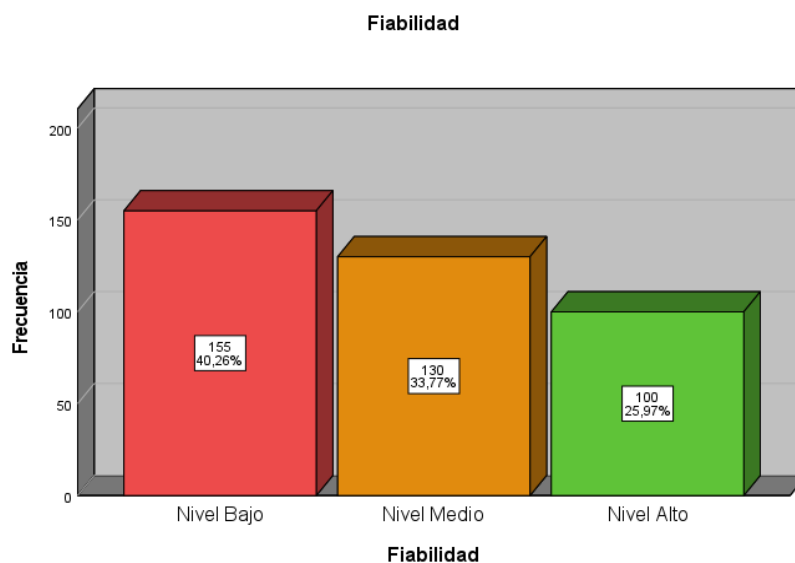
Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 41,8% (161) de los usuarios percibe los elementos tangibles en un nivel bajo, seguido del 29,9% (115) en un nivel alto y el 28,3% (109) en un nivel medio; estos resultados muestran que predomina una percepción desfavorable respecto a aspectos físicos como la infraestructura, limpieza y condiciones del terminal, lo que sugiere deficiencias en los elementos visibles del servicio y la necesidad de mejoras para fortalecer la calidad percibida por los usuarios.

Tabla 13.*Niveles de la dimensión fiabilidad*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	155	40,3
Nivel Medio	130	33,8
Nivel Alto	100	26,0
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 7.*Niveles de la dimensión fiabilidad*

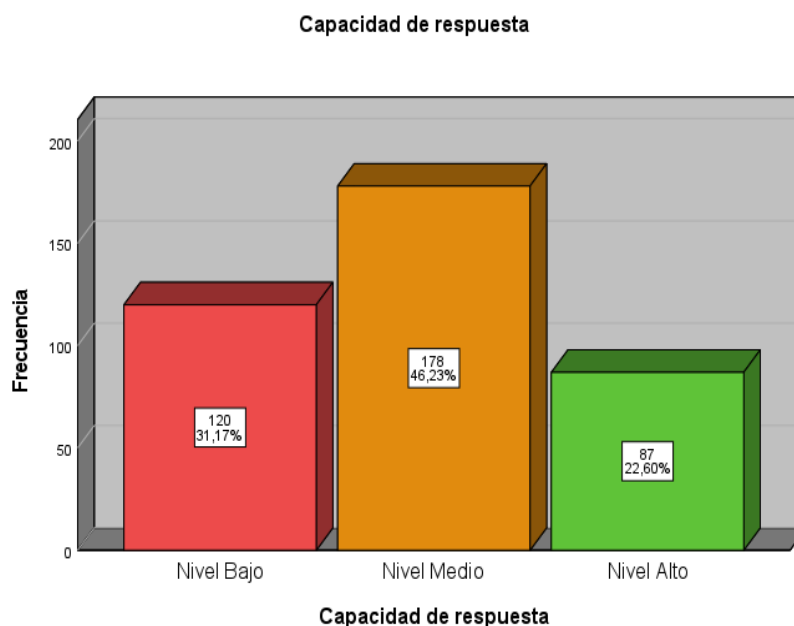
Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 40,3% (155) de los usuarios percibe la fiabilidad en un nivel bajo, seguido del 33,8% (130) en un nivel medio y el 26,0% (100) en un nivel alto; estos resultados reflejan una tendencia desfavorable en la confianza del servicio, especialmente en aspectos como el cumplimiento de horarios, la veracidad de la información y el orden en la prestación, lo que sugiere la necesidad de fortalecer la consistencia y cumplimiento del servicio para mejorar la percepción de los usuarios.

Tabla 14.*Niveles de la dimensión capacidad de respuesta*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	120	31,2
Nivel Medio	178	46,2
Nivel Alto	87	22,6
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 8.*Niveles de la dimensión capacidad de respuesta*

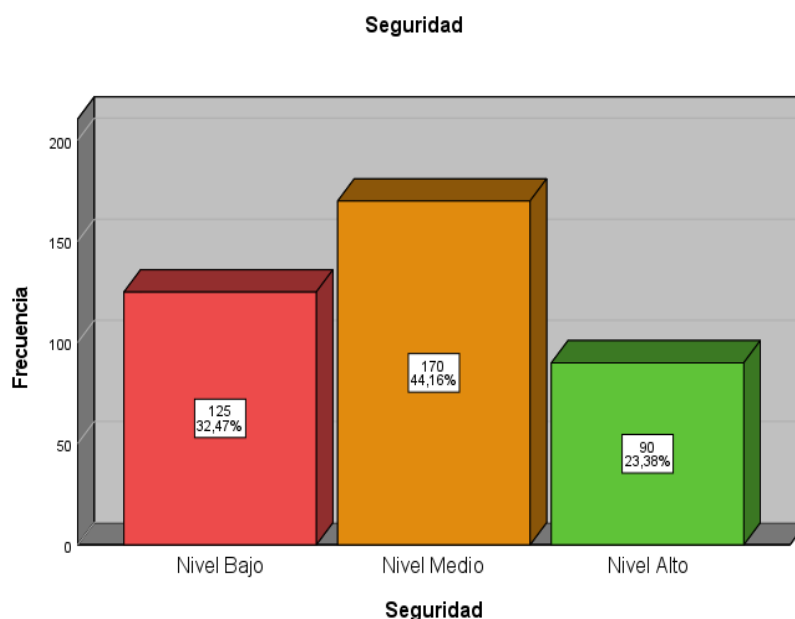
Nota. Resultados del análisis estadístico realizado en el SPSS v. 27. Fuente: Aplicación de cuestionario a la muestra, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 46,2% (178) de los usuarios percibe la capacidad de respuesta en un nivel medio, seguido del 31,2% (120) en un nivel bajo y el 22,6% (87) en un nivel alto; estos resultados indican que, si bien predomina una valoración intermedia en la rapidez y atención brindada por el personal, existe aún una proporción importante de usuarios que percibe deficiencias en la atención oportuna y solución de problemas, lo que sugiere la necesidad de optimizar los tiempos de respuesta y la eficiencia del servicio en el terminal terrestre.

Tabla 15.*Niveles de la dimensión seguridad*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	125	32,5
Nivel Medio	170	44,2
Nivel Alto	90	23,4
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 9.*Niveles de la dimensión seguridad*

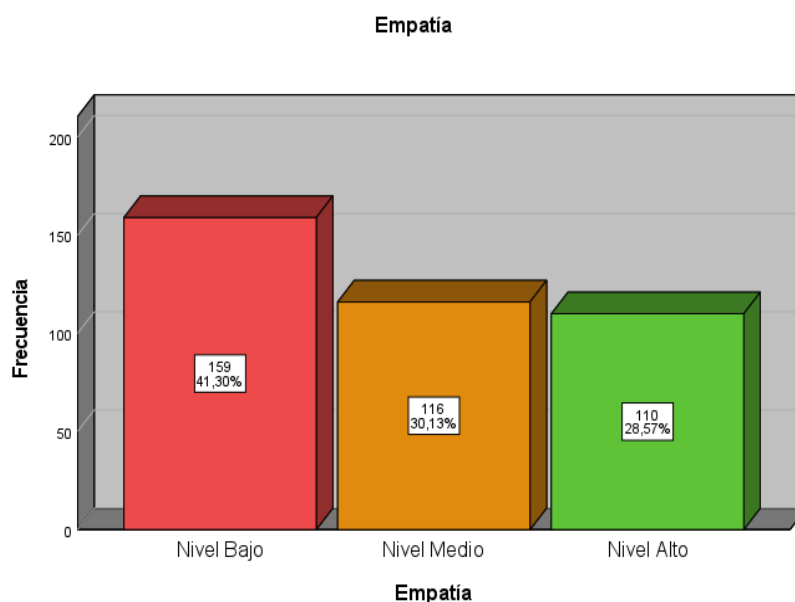
Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 44,2% (170) de los usuarios percibe la seguridad en un nivel medio, seguido del 32,5% (125) en un nivel bajo y el 23,4% (90) en un nivel alto; estos resultados indican que, aunque predomina una valoración intermedia en la sensación de seguridad, confianza y control dentro del terminal, existe una proporción considerable de usuarios que percibe deficiencias en este aspecto, lo que sugiere la necesidad de reforzar las medidas de seguridad y la confianza brindada para mejorar la experiencia del usuario.

Tabla 16.*Niveles de la dimensión empatía*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	159	41,3
Nivel Medio	116	30,1
Nivel Alto	110	28,6
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 10.*Niveles de la dimensión empatía*

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 41,3% (159) de los usuarios percibe la empatía en un nivel bajo, seguido del 30,1% (116) en un nivel medio y el 28,6% (110) en un nivel alto; estos resultados reflejan una tendencia desfavorable en la atención personalizada, amabilidad y orientación brindada por el personal, lo que sugiere deficiencias en el trato al usuario y la necesidad de fortalecer las habilidades interpersonales para mejorar la percepción del servicio en el terminal terrestre.

4.1.3. Análisis descriptivo de la variable satisfacción del usuario

4.1.3.1. Baremación de la variable

Tabla 17.*Baremación de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones*

Variable / Dimensión	Rango de puntaje	Nivel
Satisfacción del usuario	17 – 28	Bajo
	29 – 37	Medio
	38 – 51	Alto
Expectativas vs experiencia	3 – 6	Bajo
	7 – 8	Medio
	9 – 14	Alto
Satisfacción general	3 – 6	Bajo
	7 – 9	Medio
	10 – 14	Alto
Intención de retorno	3 – 6	Bajo
	7 – 9	Medio
	10 – 15	Alto

Variable / Dimensión	Rango de puntaje	Nivel
Recomendación	4 – 8	Bajo
	9 – 12	Medio
	13 – 17	Alto

Nota. Baremación elaborada a partir de los puntajes obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

4.1.3.2. Niveles de satisfacción del usuario

Tabla 18.

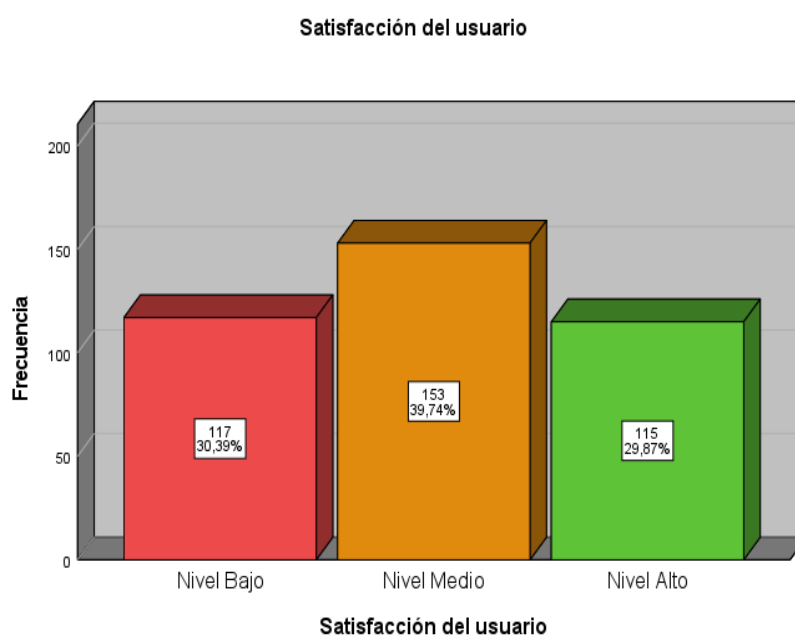
Niveles de la variable satisfacción del usuario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	117	30,4
Nivel Medio	153	39,7
Nivel Alto	115	29,9
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 11.

Niveles de la variable satisfacción del usuario



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 39,7% (153) de los usuarios presenta un nivel medio de satisfacción, seguido del 30,4% (117) que manifiesta un nivel bajo y el 29,9% (115) un nivel alto; estos resultados indican que, si bien predomina

una satisfacción moderada, existe una proporción significativa de usuarios que no se encuentra plenamente satisfecha con el servicio recibido, lo que sugiere la necesidad de implementar mejoras en la calidad del servicio para incrementar los niveles de satisfacción en el terminal terrestre.

4.1.3.3. Análisis por dimensiones

Tabla 19.

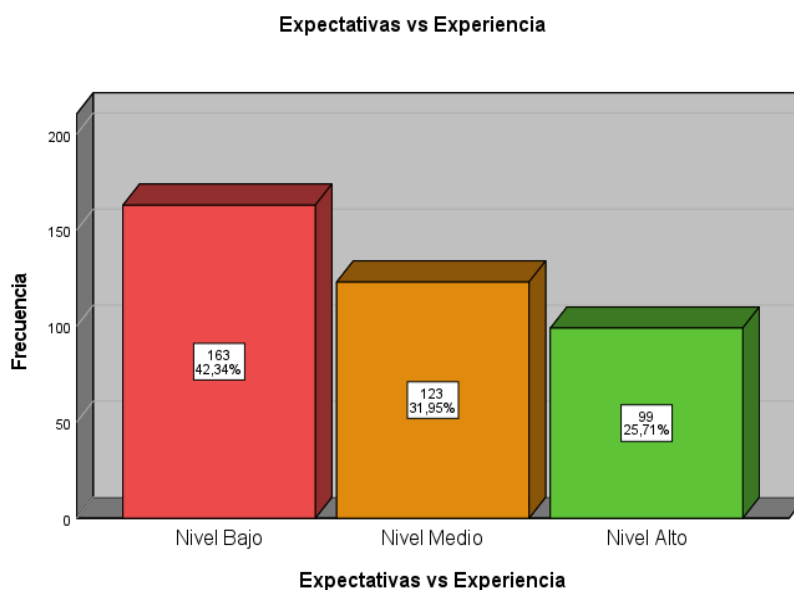
Niveles de la dimensión expectativas vs. experiencia

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	163	42,3
Nivel Medio	123	31,9
Nivel Alto	99	25,7
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 12.

Niveles de expectativas vs experiencia



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se evidencia que el 42,3% (163) de los usuarios presenta un nivel bajo en la dimensión expectativas versus experiencia, seguido del 31,9% (123) en un nivel medio y el 25,7% (99) en un nivel alto; estos resultados indican que, en su mayoría, las expectativas de los usuarios no están siendo plenamente satisfechas por el servicio recibido, lo que refleja una brecha negativa entre lo

esperado y lo percibido, evidenciando la necesidad de mejorar la calidad del servicio para lograr una mayor correspondencia entre las expectativas y la experiencia del usuario en el terminal terrestre.

Tabla 20.

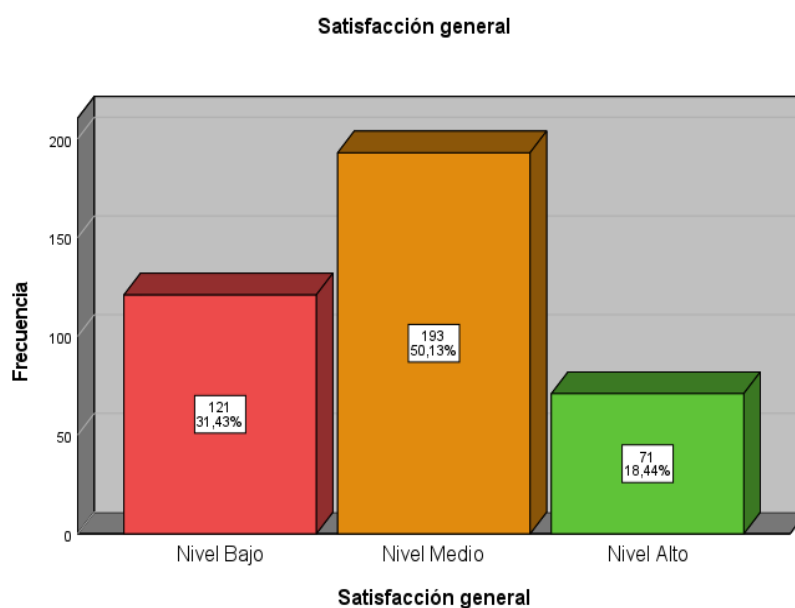
Niveles de la dimensión satisfacción general

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	121	31,4
Nivel Medio	193	50,1
Nivel Alto	71	18,4
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 13.

Niveles de la dimensión satisfacción general



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

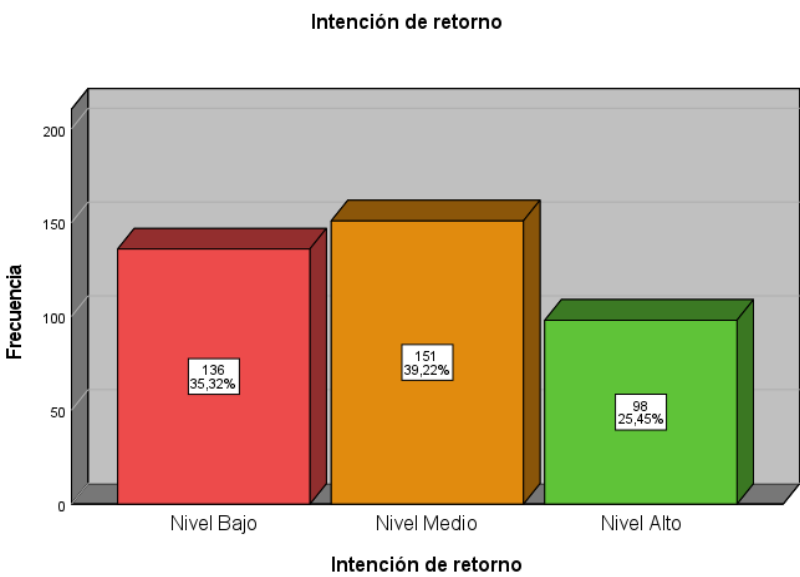
Interpretación: Se evidencia que el 50,1% (193) de los usuarios presenta un nivel medio de satisfacción general, seguido del 31,4% (121) en un nivel bajo y el 18,4% (71) en un nivel alto; estos resultados indican que la mayoría de los usuarios percibe una satisfacción moderada respecto al servicio recibido, sin alcanzar niveles óptimos, lo que sugiere la existencia de aspectos del servicio que aún requieren mejoras para elevar la experiencia global y lograr mayores niveles de satisfacción en el terminal terrestre.

Tabla 21.
Niveles de la dimensión intención de retorno

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	136	35,3
Nivel Medio	151	39,2
Nivel Alto	98	25,5
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 14.
Niveles de la dimensión intención de retorno



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

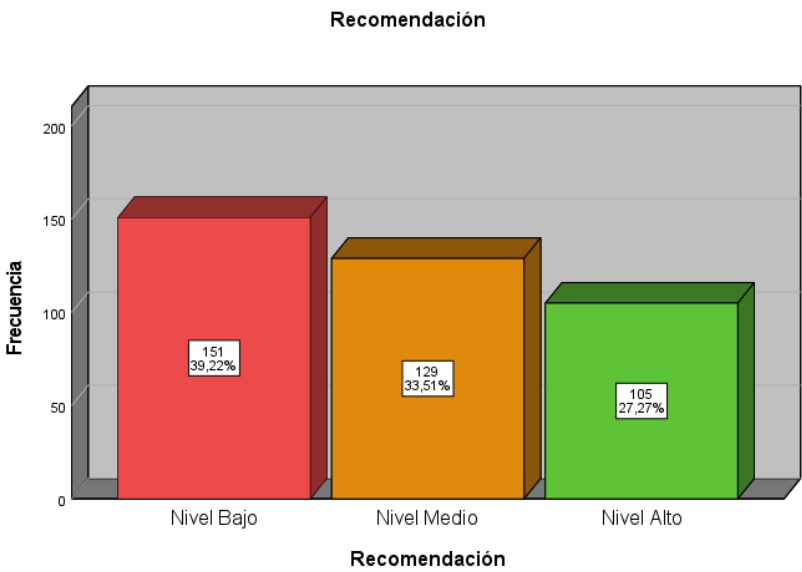
Interpretación: Se observa que el 39,2% (151) de los participantes ubica la dimensión intención de retorno en un nivel medio, seguido del 35,3% (136), que la califica en un nivel bajo, y del 25,5% (98), que la percibe en un nivel alto. Estos resultados muestran que predomina un nivel medio en la dimensión intención de retorno; sin embargo, el porcentaje de participantes que la ubica en un nivel bajo es cercano al nivel medio. Esto evidencia que la disposición de los usuarios para retornar al terminal terrestre presenta una valoración moderada y que existen aspectos que podrían fortalecerse para favorecer una mayor intención de retorno.

Tabla 22.
Niveles de la dimensión intención de retorno

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel Bajo	151	39,2
Nivel Medio	129	33,5
Nivel Alto	105	27,3
Total	385	100,0

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Figura 15.
Niveles de la dimensión intención de retorno



Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se observa que el 39,2% (151) de los participantes ubica la dimensión recomendación en un nivel bajo, seguido del 33,5% (129), que la califica en un nivel medio, y del 27,3% (105), que la percibe en un nivel alto. Estos resultados muestran que predomina un nivel bajo en la dimensión recomendación, lo que indica que la disposición de los usuarios para recomendar el terminal terrestre presenta una valoración desfavorable. En ese sentido, resulta pertinente fortalecer los aspectos evaluados en esta dimensión con la finalidad de mejorar la percepción de los usuarios y favorecer una mayor disposición a recomendar los servicios del terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.4. Prueba de normalidad de los datos

Tabla 23.

Prueba de normalidad de las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,065	385	,001
Satisfacción del usuario	,104	385	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Se observa que la variable calidad de servicio presenta un valor de significancia de $p = 0,001$, mientras que la variable satisfacción del usuario presenta un valor de $p < 0,001$. Debido a que ambos valores son menores que el nivel de significancia establecido ($\alpha = 0,05$), se rechaza la hipótesis nula de normalidad. En consecuencia, los datos de ambas variables no presentan una distribución normal; por ello, para el análisis inferencial de la relación entre las variables, corresponde utilizar una prueba estadística no paramétrica.

4.1.5. Resultados inferenciales de la hipótesis general

4.1.5.1. Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario

OG. Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG₍₁₎. Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG₍₀₎. No existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 24.

Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario

		Calidad de servicio	Satisfacción de usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000
			,439**

	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	385	385
Satisfacción de usuario	Coeficiente de correlación	,439**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Resultados del análisis estadístico realizado en el SPSS v. 27. Fuente: Aplicación de cuestionario a la muestra, 2025.

Interpretación: Los resultados muestran que existe una relación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de Spearman de $\rho = 0,439$ y un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), lo que indica que la relación es estadísticamente significativa. Esto significa que, a medida que la calidad del servicio mejora, también tiende a incrementarse la satisfacción del usuario. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (HG1) y se rechaza la hipótesis nula (HG0), evidenciando que la calidad del servicio ejerce una influencia directa y significativa en la percepción de satisfacción de los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.6. Resultados inferenciales de las hipótesis específicas

4.1.6.1. Relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario

OE1. Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG1₍₁₎. Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG1₍₀₎. No existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 25.

Correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario

			Satisfacción de usuario	Elementos tangibles
Rho de Spearman	Satisfacción de usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,069
		Sig. (bilateral)	.	,174

	N	385	385
	Coeficiente de correlación	,069	1,000
Elementos tangibles	Sig. (bilateral)	,174	.
	N	385	385

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Los resultados indican que la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario es positiva, pero extremadamente débil, con un coeficiente de correlación de Spearman de $\rho = 0,069$ y un nivel de significancia $p = 0,174$ ($p > 0,05$), lo que evidencia que la relación no es estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis alternativa (HG1) y se acepta la hipótesis nula (HG0), lo que permite concluir que los elementos tangibles del servicio no tienen una influencia relevante en la satisfacción de los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.6.2. Relación entre fiabilidad y satisfacción del usuario

OE2. Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG2₍₁₎. Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG2₍₀₎. No existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 26.

Correlación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario

			Satisfacción de usuario	Fiabilidad
	Satisfacción de usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,195**
		Sig. (bilateral)	.	,000
Rho de Spearman		N	385	385
	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,195**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Los resultados evidencian una relación positiva pero débil entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,195$ y un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), indicando que la relación es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (HG2), concluyendo que, aunque de intensidad moderada, la fiabilidad del servicio contribuye al incremento de la satisfacción de los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.6.3. Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario

OE3. Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG3₍₁₎. Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG3₍₀₎. No existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 27.

Correlación entre la satisfacción de usuario y capacidad de respuesta

			Satisfacción de usuario	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Satisfacción de usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,221**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,221**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Los resultados muestran una relación positiva pero débil entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,221$ y un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), lo que indica que la relación es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (HG3), concluyendo que, aunque la intensidad de la relación

es baja, una mayor capacidad de respuesta del servicio contribuye a incrementar la satisfacción de los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta.

4.1.6.4. Relación entre seguridad y satisfacción del usuario

OE4. Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG4₍₁₎. Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG4₍₀₎. No existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 28.

Correlación entre la seguridad y la satisfacción del usuario

			Satisfacción de usuario	Seguridad
Rho de Spearman	Satisfacción de usuario	Coefficiente de correlación	1,000	,302**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Seguridad	Coefficiente de correlación	,302**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Los resultados evidencian la existencia de una relación positiva de intensidad baja entre la seguridad y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de Spearman de $\rho = 0,302$ y un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), lo que indica que la relación es estadísticamente significativa. Esto implica que, a medida que mejora la percepción de seguridad —entendida como la confianza, protección y control dentro del terminal—, también tiende a incrementarse la satisfacción del usuario, aunque en una magnitud moderada. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (HG4) y se rechaza la hipótesis nula (HG4), concluyendo que la seguridad influye de manera significativa en la

satisfacción de los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta, aunque no constituye el factor determinante principal.

4.1.6.5. Relación entre seguridad y empatía

OE5. Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG5₍₁₎. Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

HG5₍₀₎. No existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Regla de decisión: Si $p \leq 0,05$, se rechaza la hipótesis nula; si $p > 0,05$, no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 29.

Correlación entre la empatía y la satisfacción del usuario

			Satisfacción de usuario	Empatía
Rho de Spearman	Satisfacción de usuario	Coefficiente de correlación	1,000	,488**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Empatía	Coefficiente de correlación	,488**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, 2025.

Interpretación: Los resultados muestran una relación positiva de intensidad moderada entre la empatía y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de correlación de Spearman de $\rho = 0,488$ y un nivel de significancia $p = 0,000$ ($p < 0,01$), lo que evidencia que la relación es estadísticamente significativa. Esto indica que una mayor atención personalizada, amabilidad y disposición del personal para comprender las necesidades del usuario contribuye significativamente a incrementar su nivel de satisfacción. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (HG5) y se descarta la hipótesis nula (HG5), concluyendo que la empatía es una de las dimensiones más influyentes en cómo los usuarios del terminal terrestre del distrito de Huanta perciben su satisfacción.

4.2. Discusión de resultados

Los resultados inferenciales de la hipótesis general muestran que hay una correlación positiva, directa y estadísticamente significativa entre la satisfacción del usuario en el terminal terrestre del distrito de Huanta y la calidad del servicio ($\rho = 0,439$; $p < 0,01$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa, lo que confirma que la satisfacción del usuario está significativamente afectada por la calidad del servicio. Sin embargo, la correlación es moderada, lo que indica que esta relación no es determinante y demuestra que existen otros elementos que también influyen en la percepción del usuario.

Este hallazgo concuerda con estudios previos de carácter internacional, como el de Akram et al. (2025), que determinaron que la satisfacción y la fidelidad del cliente dependen directamente de la calidad del servicio; entre los elementos que inciden se encuentran el comportamiento del personal y la puntualidad. Además, concuerda con Choez y Muñoz (2024), quienes mostraron que existen fallos operativos que producen descontento a causa de la diferencia entre las expectativas y las percepciones del servicio. También está en consonancia con Nanang et al. (2024), que afirman que elementos operativos como el tiempo de espera, la frecuencia y la información proporcionada al usuario tienen un impacto importante en su satisfacción. Asimismo, Bakar et al. (2022) afirman que existen disparidades entre la norma y la práctica con respecto a la calidad del servicio, donde los componentes esenciales para una satisfacción plena son la seguridad y la confiabilidad operativa. Ibrahim et al. (2022), por otro lado, subrayan que aspectos como la infraestructura, la señalización y la información afectan la percepción del servicio.

En cuanto a la situación nacional, los resultados son coherentes con los de Bollet Ramírez et al. (2020), Mendoza y Yarahuaman (2020), Lumba y Medina (2022), Valencia (2023) y Enciso y Condori (2023). Estos autores afirman que la calidad del servicio tiene una relación directa e importante con la satisfacción del usuario, aunque el grado de dicha relación puede variar en función del contexto y las dimensiones analizadas. El análisis local también se vincula con Roca (2024), que concluyó que la calidad del servicio tiene un impacto importante en la lealtad del usuario, lo que demuestra cuán crucial es la calidad de la experiencia del servicio.

Los resultados del análisis por dimensiones revelan comportamientos distintos. En primer lugar, la dimensión de elementos tangibles no tiene una conexión importante con la satisfacción del usuario ($\rho = 0,069$; $p > 0,05$), lo que significa que se acepta la hipótesis nula. La infraestructura y las condiciones físicas están relacionadas con la satisfacción, como lo reportaron Enciso y Condori (2023) y Valencia (2023), lo cual contradice este hallazgo. Sin embargo, se acerca a lo propuesto por Bakar et al. (2022) y Choez y Muñoz (2024), quienes demuestran que en situaciones donde las deficiencias estructurales son comunes, los usuarios le dan más importancia a las características funcionales del servicio que a las tangibles.

En lo que se refiere a la dimensión fiabilidad, se observó una relación positiva y relevante con la satisfacción ($\rho = 0,195$; $p < 0,01$), aunque su intensidad fue débil. Este hallazgo es consistente con las investigaciones de Enciso y Condori (2023) y Lumba Cadenillas y Medina (2022), que subrayan la relevancia de ser puntuales, realizar el servicio y mantener una operatividad constante para lograr que los usuarios estén satisfechos. De igual modo, está vinculado con lo que Bakar et al. (2022) han indicado, ya que resaltan la fiabilidad como un elemento esencial en la percepción del servicio. Sin embargo, la débil correlación indica que el servicio tiene limitaciones, posiblemente vinculadas a irregularidades o incumplimientos en la operación.

Los resultados muestran, en lo que respecta a la dimensión de capacidad de respuesta, una correlación positiva y significativa ($\rho = 0,221$; $p < 0,01$), aunque con una magnitud baja. Este descubrimiento concuerda con lo que afirman Nanang et al. (2024), quienes enfatizan la importancia de contar con información y atención en el momento adecuado, y también con lo que dicen Akram et al. (2025), quienes subrayan la rapidez en la atención como un elemento significativo para lograr satisfacción. No obstante, la baja intensidad podría deberse a fallas en la atención al cliente, como retrasos o falta de orientación apropiada.

Por otra parte, la dimensión de seguridad tiene una correlación significativa y positiva con la satisfacción ($\rho = 0,302$; $p < 0,01$), cuya intensidad es baja a moderada. Este hallazgo es consistente con lo que han propuesto Bakar et al. (2022) y Nanang et al. (2024), quienes subrayan la seguridad como un elemento esencial en la calidad del servicio, particularmente en los sistemas de transporte. Además,

concuera con Bollet Ramírez et al. (2020), que señalan la seguridad como un aspecto significativo en la percepción del usuario. En esta línea, la seguridad tiene un impacto en la satisfacción, aunque no sea el factor más importante.

Por último, la dimensión empatía muestra el vínculo más elevado con la satisfacción del usuario ($\rho = 0,488$; $p < 0,01$), y este es positivo, significativo y de magnitud moderada. Este hallazgo está en línea con lo que sostienen Enciso y Condori (2023) y Akram et al. (2025), los cuales enfatizan que el comportamiento de los empleados, la atención individualizada y la comprensión de las necesidades del usuario son elementos cruciales para lograr satisfacción. Además, se relaciona con Lumba y Medina (2022), que señalan que la empatía es un componente crucial para optimizar la experiencia del cliente. En este escenario, queda claro que el elemento humano es el factor con mayor incidencia en cómo se percibe el servicio.

Por lo tanto, se puede afirmar que la satisfacción del usuario se ve afectada de manera significativa por la calidad del servicio; sin embargo, esta relación es moderada y cambia dependiendo de la dimensión analizada. La dimensión que más influye es la empatía, seguida de la capacidad de respuesta, la seguridad y la fiabilidad; por otro lado, los componentes tangibles no tienen un impacto importante. Estos resultados demuestran que es necesario dar prioridad a las estrategias dirigidas a mejorar la seguridad, perfeccionar los procesos operativos del servicio y fortalecer la atención al usuario, para así lograr un aumento en el nivel de satisfacción de los usuarios del terminal terrestre de Huanta.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el objetivo general de determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025, y considerando la hipótesis general que plantea que existe una relación significativa entre estas variables, los resultados confirman que dicha relación es positiva y moderada ($\rho = 0,439$; $p < 0,01$). Esto permite aceptar la hipótesis general y concluir que la calidad del servicio influye directamente en la satisfacción percibida por los usuarios.
2. En relación con el objetivo específico primero, que busca determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario, los resultados muestran que esta relación es positiva pero extremadamente débil ($\rho = 0,069$; $p > 0,05$), lo que evidencia que los elementos tangibles no ejercen un efecto significativo sobre la satisfacción de los usuarios. Por tanto, se rechaza la hipótesis correspondiente a esta dimensión.
3. Conforme al objetivo específico segundo, relativo a la fiabilidad y la satisfacción del usuario, los hallazgos indican una relación positiva débil pero estadísticamente significativa ($\rho = 0,195$; $p < 0,01$), lo que permite aceptar la hipótesis para esta dimensión y concluir que la consistencia en la prestación del servicio contribuye al incremento de la satisfacción, aunque de manera limitada.
4. Respecto al objetivo específico tercero, que plantea evaluar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, se encontró una correlación positiva débil y significativa ($\rho = 0,221$; $p < 0,01$), confirmando la hipótesis planteada. Esto evidencia que una mayor rapidez y disposición del personal para atender a los usuarios contribuye a aumentar la satisfacción de los usuarios, aunque con un efecto limitado.
5. En concordancia con el objetivo específico cuarto, referido a la relación entre la seguridad percibida y la satisfacción del usuario, los resultados evidencian una correlación positiva débil y estadísticamente significativa ($\rho = 0,302$; $p < 0,01$), lo que permite aceptar la hipótesis correspondiente. Esto indica que la percepción de seguridad y confianza en el servicio contribuye de manera favorable a la satisfacción de los usuarios.

6. Finalmente, de acuerdo con el objetivo específico quinto, relativo a la empatía y su relación con la satisfacción del usuario, se evidencia una correlación positiva moderada y significativa ($\rho = 0,488$; $p < 0,01$), confirmando la hipótesis planteada. Esto demuestra que la atención personalizada, la amabilidad y la orientación al usuario constituyen factores determinantes para incrementar la satisfacción de los usuarios, evidenciándose que la empatía es la dimensión con mayor influencia dentro de la calidad del servicio.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

1. En función de los resultados del objetivo general, se recomienda a la Municipalidad Provincial de Huanta, en su calidad de entidad administradora del terminal terrestre, implementar un sistema integral de gestión de la calidad del servicio que articule a todos los actores involucrados. Este sistema debe incorporar mecanismos de monitoreo permanente, evaluación de la satisfacción del usuario y control del cumplimiento de estándares, considerando que, aunque parte del servicio es brindado por operadores privados, la responsabilidad de la calidad global recae en la gestión municipal. Asimismo, se recomienda fortalecer la transparencia en la gestión, especialmente en el cobro por derecho de embarque que realiza la municipalidad, mediante la comunicación clara del destino de dichos ingresos y la evidencia de mejoras concretas en el servicio, a fin de reducir la percepción de inconformidad y desconfianza de los usuarios.
2. Considerando que los elementos tangibles no presentan una relación significativa con la satisfacción del usuario, se recomienda priorizar la mejora de los procesos operativos y de atención antes que intervenciones exclusivamente físicas. No obstante, se debe garantizar condiciones adecuadas de limpieza, orden y señalización en todos los espacios del terminal, incluyendo áreas de embarque, stands comerciales, hospedaje y oficinas institucionales.
3. En relación con la fiabilidad, se recomienda establecer mecanismos de supervisión y control sobre las empresas de transporte y operadores del terminal, garantizando el cumplimiento de horarios, condiciones del servicio y trato adecuado al usuario. Asimismo, se sugiere incorporar estándares de calidad en los contratos de alquiler. De igual manera, es necesario fortalecer la fiscalización en coordinación con el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), asegurando que las empresas cuenten con libro de reclamaciones visible y accesible, así como la realización de inspecciones periódicas para proteger los derechos del usuario.
4. Respecto a la capacidad de respuesta, se recomienda capacitar tanto al personal municipal como a los operadores privados en atención al usuario, manejo de reclamos y solución de incidencias. Además, se sugiere implementar un sistema

de atención de quejas y sugerencias visible y accesible, que permita recoger y atender oportunamente las necesidades de los usuarios.

5. En cuanto a la seguridad, se recomienda reforzar los mecanismos de control interno mediante la presencia activa del personal municipal, el uso de sistemas de videovigilancia y la implementación de protocolos claros para el control de acceso, verificación de boletos y manejo de encomiendas. Esto permitirá generar mayor confianza en los usuarios y mejorar la percepción del servicio.
6. Finalmente, dado que la empatía constituye la dimensión con mayor influencia en la satisfacción del usuario, se recomienda promover una cultura de servicio centrada en el usuario en todos los actores que operan dentro del terminal. Para ello, es fundamental desarrollar programas de capacitación en habilidades blandas, así como establecer estándares de atención obligatorios para todos los arrendatarios y operadores, considerando que su desempeño impacta directamente en la imagen institucional del terminal terrestre.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS

- Acosta Haro, E., Palacios Valenzuela, C., & Félix Armenta, J. (2023). Modelo SERVQUAL para evaluar la calidad en el servicio al cliente de empresa de autoservicio. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera*, 16(40), 1–27. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi40.596>
- Akram, M. U., Ghazanvi, A. I., & Abubakar, M. (2025). Assessment of service quality and customer satisfaction from local transport company: A case study of Niazi Express Pakistan. *International Business Research*, 18(3), 104. <https://doi.org/10.5539/ibr.v18n3p104>
- Alva Gonzales, E. F., Delgado Rojas, L. J., Barboza Suxe, J. J., & Monja Serrato, J. W. (2024). Calidad de servicio y satisfacción de los consumidores de un restaurante, Chiclayo. *Horizonte Empresarial*, 11(1), 69–82. <https://doi.org/10.26495/f7w3f133>
- Bakar, M. F. A., Norhisham, S., Katman, H. Y., Fai, C. M., Mohd Azlan, N. N. I., & Samsudin, N. S. S. (2022). Service quality of bus performance in Asia: A systematic literature review and conceptual framework. *Sustainability*, 14(13), Article 7998. <https://doi.org/10.3390/su14137998>
- Bollet Ramírez, F., Da Silva Valdizán, G. C., Chenet Zuta, M. E., & Chávez Epiquén, A. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Terminal Logística Peruana del Puerto del Este, Pucallpa, Perú. *Revista de Investigación Científica Cultura Viva Amazónica*, 5(1), 4–26. <https://doi.org/10.37292/riccva.v5i1.170>
- Cavero Ballona, E., Heredia Hoyos, D. A., Delgado Human, C. I., Jiménez de la Cruz, D. E., & Valverde Vílchez, C. A. (2024). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en una tienda comercializadora de Chiclayo. *Horizonte Empresarial*, 11(1), 1–17. <https://doi.org/10.26495/q9n6t456>
- Cecilio Llamocca, N. L., Ramos Andrade, S. E., & Huachaca Urbina, A. R. (2025). Calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en un mercado cooperativo, distrito de Chorrillos (Lima, Perú), 2022. *Industrial Data*, 28(1), 61–70. <https://doi.org/10.15381/idata.v28i1.26171>

- Choez López, J. M., & Muñoz Alcívar, R. A. (2024). *Análisis de la satisfacción del usuario por los servicios de embarque y postembarque en una terminal terrestre del Ecuador* [Tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional de la ESPOL. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/60403/1/T-113966%20ADMI-954%20CHOEZ-MU%C3%91OZ.pdf>
- Enciso Yanqui, E. J., & Condori Taiña, A. M. (2023). *Calidad de servicio y su relación en la satisfacción de los usuarios de la Operadora y Administradora Terminal Terrestre Interoceánico de Puerto Maldonado S. A. C. – 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Repositorio Institucional de la UNAMAD. <https://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14070/1023/004-3-10-045.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estrella Paz, M. (2024). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Tutte le Mode. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 4(2), 34–43. <https://doi.org/10.62574/rmpi.v4iespecial2.225>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana. <https://artes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>
- Huamaní Arone, J., & Bejar Callañaupa, I. E. (2022). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 4834–4848. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3783
- Ibrahim, A. N., Borhan, M. N., Osman, M. H., Khairuddin, F. H., & Zakaria, N. M. (2022). Un estudio empírico de la satisfacción percibida por los pasajeros con la calidad del servicio de monorraíl: Caso de Kuala Lumpur, Malasia. *Sustainability*, 14(11), 6496. <https://doi.org/10.3390/su14116496>
- Lumba Cadenillas, R., & Medina Flores, J. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes EZAPE–LAJAS E. I. R. L., Chota–2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma

de Chota]. Repositorio Institucional de la UNACH.
<https://repositorio.unach.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8f55c093-5378-4359-89fa-60871e5dbfbc/content>

Mendoza Rodríguez, R., & Yarahuaman Puertas, J. A. (2020). *Calidad de servicio turístico y satisfacción de los pasajeros del Terminal Terrestre de la ciudad del Cusco, 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61905/Mendoza_RR-Yarahuaman_PJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Montenegro Piedra, Y. A., Quispe Vilcapuma, R. E., & Cotacallapa Subia, L. E. (2024). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en una panificadora del cono este de Lima, 2023. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 11(1), 17–34. <https://doi.org/10.17162/riva.v11i1.2095>

Nanang, M., Mulyawan, D. P., Rinaldi, M., & Putri, A. Z. (2024). Evaluating service quality and user satisfaction of bus services from passenger's perspective in Greater Jakarta: A comparative analysis of intercity and city bus. En *Proceedings of the 2nd Ibn Khaldun International Conference on Applied and Social Sciences (IICASS 2024)* (pp. 312–326). Atlantis Press.
https://doi.org/10.2991/978-2-38476-299-6_23

Pekovic, S., & Rolland, S. (2020). Recipes for achieving customer loyalty: A qualitative comparative analysis of the dimensions of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, Article 102171.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102171>

Roca Ramírez, P. D. (2024). *Calidad del servicio y fidelización de los usuarios de las empresas interregionales en el Terminal Terrestre Los Libertadores de América de Ayacucho, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga]. Repositorio Institucional de la UNSCH.
<https://repositorio.unsch.edu.pe/items/454bfc04-ddc4-4c59-95af-01d976dd7115>

Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán, A. M., & Cruz Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes.

Revista San Gregorio, 1(55), 65–77.
<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326>

Sagbay Llivichuzhca, M., Bermeo Pazmiño, K. V., & Ochoa Crespo, J. D. (2021). Determinación del nivel de satisfacción de los consumidores en los supermercados del cantón Sígfig. *Cienciamatria*, 7(12), 277–309.
<https://doi.org/10.35381/cm.v7i12.430>

Cavicchioli, D., Cacchiarelli, L., Sorrentino, A., & Pretolani, R. (2022). Should we cry over the spilt milk? Market power and structural change along dairy supply chains in EU countries. *Sustainability*, 14(8), Article 4756.
<https://doi.org/10.3390/su14084756>

Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1), Article 1937847.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>

Valderrama Reyes, O. U., & Florián Plasencia, R. W. (2022). Factores determinantes de la calidad del servicio del transporte público de pasajeros en un terminal terrestre municipal del Perú. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 846–863.
<https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.153>

Valencia Cornejo, P. del R. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de Chiclayo, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/12427/Valencia_Cornejo_Patricia_del%20Roc%c3%ado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CAPÍTULO VIII

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de investigación

CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN UN TERMINAL TERRESTRE

Título de la tesis: “Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025”.

Investigador: Velasque Quispe, Bekner William

Objetivo: Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.

Población: Usuarios de un terminal terrestre del distrito de Huanta.

Tipo de instrumento: Cuestionario estructurado.

Escala de medición: Likert de 5 puntos.

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

INSTRUCCIONES GENERALES:

Estimado/a participante:

Le solicitamos leer cada afirmación y marque con una (X) la alternativa que mejor refleje su opinión.

I. DATOS GENERALES

1. Sexo:

- a. Masculino
- b. Femenino

2. Edad:

- a. 18 – 25 años
- b. 26 – 35 años
- c. 36 – 45 años
- d. 46 – 55 años
- e. 56 años a más

3. Frecuencia de uso del terminal:

- a. Diario
- b. Semanal
- c. Mensual
- d. Ocasional

4. Ocupación (actual o anterior):

- a. Trabajo
- b. Estudios
- c. Turismo
- d. Otro: _____

II. VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO

DIMENSIÓN 1: TANGIBLES (Ítems 1–5)	Calificación				
	1	2	3	4	5
1. Las instalaciones del terminal se encuentran limpias.					
2. La infraestructura del terminal es adecuada para los usuarios.					
3. La señalización dentro del terminal es clara y visible.					
4. Los servicios higiénicos se encuentran en buen estado.					
5. Las salas de espera están en condiciones adecuadas para los usuarios.					
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD (Ítems 6–10)	Calificación				
	1	2	3	4	5

6. Las empresas de transporte cumplen con los horarios establecidos.					
7. La información que brinda el terminal es clara y veraz.					
8. Existe orden en la programación de salidas y llegadas de buses.					
9. Los servicios ofrecidos se cumplen tal como se anuncian.					
10. El servicio que brinda el terminal es confiable.					
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA (Ítems 11–15)	Calificación				
	1	2	3	4	5
11. El personal del terminal atiende con rapidez a los usuarios.					
12. Los problemas de los usuarios se solucionan oportunamente.					
13. La atención en las boleterías es rápida.					
14. El personal muestra disposición para ayudar al usuario.					
15. La atención ante reclamos es inmediata.					
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD (Ítems 16–20)	Calificación				
	1	2	3	4	5
16. Me siento seguro(a) dentro del terminal terrestre.					
17. El personal del terminal transmite confianza al usuario.					
18. El trato del personal es respetuoso.					
19. Existe control adecuado dentro del terminal.					
20. Las medidas de seguridad protegen a los usuarios.					
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA (Ítems 21–25)	Calificación				
	1	2	3	4	5
21. El personal brinda una atención amable.					
22. El personal orienta adecuadamente a los usuarios.					
23. El personal se interesa por las necesidades del usuario.					
24. La atención es personalizada cuando se requiere.					
25. El trato que recibe el usuario es cordial.					

III. VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS VS EXPERIENCIA (Ítems 26–28)	Calificación				
	1	2	3	4	5
26. El servicio recibido en el terminal cumplió mis expectativas.					
27. El servicio que esperaba fue igual al servicio que recibí.					
28. Mi experiencia en el terminal ha sido positiva.					
DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN GENERAL (Ítems 29–31)	Calificación				
	1	2	3	4	5
29. Me siento satisfecho(a) con el servicio del terminal.					
30. Mi experiencia general en el terminal ha sido buena.					
31. El servicio del terminal cumple con mis necesidades.					
DIMENSIÓN 3: INTENCIÓN DE RETORNO (Ítems 32–34)	Calificación				
	1	2	3	4	5
32. Volvería a utilizar este terminal en futuros viajes.					
33. Prefiero este terminal frente a otros terminales.					
34. Continuaría usando este terminal si mantuviera este servicio.					
DIMENSIÓN 4: RECOMENDACIÓN (Ítems 35–38)	Calificación				
	1	2	3	4	5
35. Recomendaría este terminal a otras personas.					
36. Hablaría positivamente del servicio que brinda el terminal.					
37. Sugeriría a mis familiares que utilicen este terminal.					
38. Considero que este terminal merece ser recomendado.					

¡Gracias por su valiosa participación!

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título: “Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025”

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
Interrogante General	Objetivo General	Hipótesis General		
PG. ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG. Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG₍₁₎. Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025. HG₍₀₎. No existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	Variable 1: Calidad de servicio Dimensión 1: Tangibles Dimensión 2: Fiabilidad Dimensión 3: Capacidad de respuesta Dimensión 4: Seguridad Dimensión 5: Empatía Variable 2: Satisfacción del usuario Dimensión 1: Expectativas vs experiencia Dimensión 2: Satisfacción general Dimensión 3: Intención de retorno Dimensión 4: Recomendación	Tipo y nivel de investigación: Tipo: Básica. Enfoque: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo–correlacional Diseño de investigación Diseño: No experimental y de corte transversal Método: Hipotético–deductivo Unidad de análisis: Usuarios que hacen uso del servicio de un terminal terrestre del distrito de Huanta. Población y muestra: Población: Infinita Muestra: 385 usuarios Muestreo: No probabilístico por conveniencia Instrumento de investigación:
Interrogantes Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas		
PE1. ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG1. Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG1₍₁₎. Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.		
PE2. ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG2. Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG1₍₀₎. No existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.		
PE3. ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG3. Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG2₍₁₎. Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025. HG2₍₀₎. No existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.		

terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	Cuestionario estructurado validado (38 ítems) Técnica de investigación: Encuesta Escala de medición: Escala Likert de 5 puntos. Análisis de datos: SPSS 27.
PE4. ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG4. Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG3₍₁₎ . Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	
PE5. ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025?	OG5. Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	HG3₍₀₎ . No existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	
		HG4₍₁₎ . Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	
		HG4₍₀₎ . No existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	
		HG5₍₁₎ . Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	
		HG5₍₀₎ . No existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025.	

Nota. Matriz de consistencia: “Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025” Fuente: Velasque Quispe, (2025).

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones:

- Se solicita que su opinión sea personal, objetiva y sincera.
- Marque un valor en la celda correspondiente a cada ítem según los criterios de Pertinencia, Relevancia y Claridad.
- Marque solo una opción por fila para cada criterio.

4	3	2	1
MA	DA	ED	MD
Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

[illegible]

21	El personal brinda una atención amable.		X				X					X			
22	El personal orienta adecuadamente a los usuarios.		X				X					X			
23	El personal se interesa por las necesidades del usuario.		X				X					X			
24	La atención es personalizada cuando se requiere.		X				X					X			
25	El trato que recibe el usuario es cordial.		X				X					X			
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO		MA	DA	ED	MD	MA	DA	ED	MD	MA	DA	ED	MD		
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS VS EXPERIENCIA (Ítems 26–28)															
26	El servicio recibido en el terminal cumplió mis expectativas.		X				X					X			
27	El servicio que esperaba fue igual al servicio que recibí.		X				X					X			
28	Mi experiencia en el terminal ha sido positiva.		X				X					X			
DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN GENERAL (Ítems 29–31)															
29	Me siento satisfecho(a) con el servicio del terminal.		X				X					X			
30	Mi experiencia general en el terminal ha sido buena.		X				X					X			
31	El servicio del terminal cumple con mis necesidades.		X				X					X			
DIMENSIÓN 3: INTENCIÓN DE RETORNO (Ítems 32–34)															
32	Volvería a utilizar este terminal en futuros viajes.		X				X					X			
33	Prefiero este terminal frente a otros terminales.		X				X					X			
34	Continuaría usando este terminal si mantuviera este servicio.		X				X					X			
DIMENSIÓN 4: RECOMENDACIÓN (Ítems 35–38)															
35	Recomendaría este terminal a otras personas.		X				X					X			
36	Hablaría positivamente del servicio que brinda el terminal.		X				X					X			
37	Sugeriría a mis familiares que utilicen este terminal.		X				X					X			
38	Considero que este terminal merece ser recomendado.		X				X					X			

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión. **¹Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado. **²Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo. **³Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg. Rosario Del Pilar Vega Lopez

DNI: 43300521

Especialidad del validador: dic. turismo y hotelería

Huanta, 15 de diciembre del 2025.


Firma del Experto

Instrucciones:

- Se solicita que su opinión sea personal, objetiva y sincera.
- Marque un valor en la celda correspondiente a cada ítem según los criterios de Pertinencia, Relevancia y Claridad.
- Marque solo una opción por fila para cada criterio.

3	2	1
DA	ED	MD
de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

[illegible]

21	El personal brinda una atención amable.	X				X				X			
22	El personal orienta adecuadamente a los usuarios.	X				X				X			
23	El personal se interesa por las necesidades del usuario.	X				X				X			
24	La atención es personalizada cuando se requiere.	X				X				X			
25	El trato que recibe el usuario es cordial.	X				X				X			
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO		MA	DA	ED	MD	MA	DA	ED	MD	MA	DA	ED	MD
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS VS EXPERIENCIA (Ítems 26–28)													
26	El servicio recibido en el terminal cumplió mis expectativas.	X				X				X			
27	El servicio que esperaba fue igual al servicio que recibí.	X				X				X			
28	Mi experiencia en el terminal ha sido positiva.	X				X				X			
DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN GENERAL (Ítems 29–31)													
29	Me siento satisfecho(a) con el servicio del terminal.	X				X				X			
30	Mi experiencia general en el terminal ha sido buena.	X				X				X			
31	El servicio del terminal cumple con mis necesidades.	X				X				X			
DIMENSIÓN 3: INTENCIÓN DE RETORNO (Ítems 32–34)													
32	Volvería a utilizar este terminal en futuros viajes.	X				X				X			
33	Prefiero este terminal frente a otros terminales.	X				X				X			
34	Continuaría usando este terminal si mantuviera este servicio.	X				X				X			
DIMENSIÓN 4: RECOMENDACIÓN (Ítems 35–38)													
35	Recomendaría este terminal a otras personas.	X				X				X			
36	Hablaría positivamente del servicio que brinda el terminal.	X				X				X			
37	Sugeriría a mis familiares que utilicen este terminal.	X				X				X			
38	Considero que este terminal merece ser recomendado.	X				X				X			

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión. ¹*Pertinencia:* El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ²*Relevancia:* El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo. ³*Claridad:* Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg. Roxío Edith Torres Ruano

Especialidad del validador: Mg. Turismo, Hotelería y Gastronomía

DNI: 70050614

Huanta, 10 de diciembre del 2025.

Firma del Experto

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de tesis: “Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025”

Instrucciones:

- Se solicita que su opinión sea personal, objetiva y sincera.
- Marque un valor en la celda correspondiente a cada ítem según los criterios de Pertinencia, Relevancia y Claridad.
- Marque solo una opción por fila para cada criterio.

ESCALA DE MEDICIÓN:

1	2	3	4
MD	ED	DA	MA
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo

[illegible]

21	El personal brinda una atención amable.			X				X				X		
22	El personal orienta adecuadamente a los usuarios.			X				X				X		
23	El personal se interesa por las necesidades del usuario.			X				X				X		
24	La atención es personalizada cuando se requiere.			X				X				X		
25	El trato que recibe el usuario es cordial.			X				X				X		
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO		MD	ED	DA	MA	MD	ED	DA	MA	MD	ED	DA	MA	
DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS VS EXPERIENCIA (Ítems 26–28)														
26	El servicio recibido en el terminal cumplió mis expectativas.			X				X				X		
27	El servicio que esperaba fue igual al servicio que recibí.			X				X				X		
28	Mi experiencia en el terminal ha sido positiva.			X				X				X		
DIMENSIÓN 2: SATISFACCIÓN GENERAL (Ítems 29–31)														
29	Me siento satisfecho(a) con el servicio del terminal.			X				X				X		
30	Mi experiencia general en el terminal ha sido buena.			X				X				X		
31	El servicio del terminal cumple con mis necesidades.			X				X				X		
DIMENSIÓN 3: INTENCIÓN DE RETORNO (Ítems 32–34)														
32	Volvería a utilizar este terminal en futuros viajes.			X				X				X		
33	Prefiero este terminal frente a otros terminales.			X				X				X		
34	Continuaría usando este terminal si mantuviera este servicio.			X				X				X		
DIMENSIÓN 4: RECOMENDACIÓN (Ítems 35–38)														
35	Recomendaría este terminal a otras personas.			X				X				X		
36	Hablaría positivamente del servicio que brinda el terminal.			X				X				X		
37	Sugeriría a mis familiares que utilicen este terminal.			X				X				X		
38	Considero que este terminal merece ser recomendado.			X				X				X		

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión. ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo. ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg. Gissella Nataly Urbina Solis

DNI: 42719120

Especialidad del validador: Licenciada en Turismo y Hotelería

Huanta, 11 de diciembre del 2025.

Firma del Experto

Anexo 4. Base de datos

[illegible][illegible]

Anexo 5. Consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Título de la investigación: “Calidad del servicio y satisfacción del usuario en un terminal terrestre del distrito de Huanta, 2025”

Yo, _____, identificado(a) con DNI N.º _____, declaro haber sido informado(a) sobre los objetivos de la presente investigación. Acepto participar de manera voluntaria respondiendo el cuestionario, entendiendo que la información brindada será utilizada únicamente con fines académicos, de forma confidencial y anónima. Asimismo, se me ha informado que puedo retirarme en cualquier momento sin ningún inconveniente.

En señal de conformidad, firmo el presente documento:

Firma: _____

Fecha: ____ / ____ / 2025

Anexo 6. Evidencia fotográfica