



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Satisfacción del usuario en una empresa de transporte público,
Lima-2020**

**Para optar el grado académico de bachiller en Administración y
Dirección de Empresas**

AUTOR

Sambrano Barreto, Alexander Nehemias

ORCID: 0000-0002-1661-1901

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA UNIVERSIDAD

Sistema de calidad

LIMA - PERÚ

2020

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Pietro Pablo Guissepi Dondero Cassano

ORCID: 0000-0003-3117-0136

Secretario

Dr. Fernando Alexis Nolazco Labajos

ORCID: 0000-0001-8910-222X

Vocal

Mtro Ernesto Piero Bazzetti De los Santos

ORCID: 0000-0002-8677-7552

Asesora

Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza

ORCID: 0000-0002-4060-5667

Dedicatoria

Agradesco a la universidad Norbert Wiener y a mis preciados padres, por el bello don de la vida, por su ayuda y confianza infinita, también por enseñarme el sendero a la superación. A, mis hermanos por darme su apoyo. También, a mis maestros por sus imborrables enseñanzas.

Eternamente agradecido.

Agradecimiento

A Dios por su infinita misericordia, por permirtirme un día más de vida, y por darme su sabiduría.

A mis padres, porque sin ellos esto no hubiera sido posible, con su arduo esfuerzo han hecho de mí la persona que soy ahora, pues me han dado todo lo necesario para seguir mi camino, sus enseñanzas han calado en mi vida profundamente. Eternamente agradecido de ustedes, padre y madre.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA		
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 13/03/2020

Yo, Sambrano Barreto Alexander Nehemias estudiante de la escuela académica profesional de Negocios y Competitividad de la Universidad Privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: "Análisis de la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020" para la obtención del Grado académico de Bachiller en Administración y Dirección de Empresas es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma
Sambrano Barreto Alexander Nehemias
DNI: 70119414

Lima, 30 de Junio de 2020.



Huella

Índice

	Pág.
Miembros del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autoría	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	11
I. INTRODUCCIÓN	12
II. MÉTODO	21
2.1 Enfoque y diseño	21
2.2 Población, muestra y muestreo	21
2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
2.5 Proceso de recolección de datos	24
2.6 Método de análisis de datos	25
2.7 Aspectos éticos	25
III. RESULTADOS	26
3.1 Descripción de resultados cuantitativos en una empresa de transporte público, Lima 2020	26
IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
4.1 Discusión	32
4.2 Conclusiones	35

4.3 Recomendaciones	36
REFERENCIAS	38
ANEXOS	42
Anexo 1: Matriz de la investigación	43
Anexo 2: Instrumento cuantitativo	45
Anexo 3: Base de datos (instrumento cuantitativo)	53
Anexo 4: Evidencia del SPSS	56
Anexo 5: Matrices de trabajo	65

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Operacionalización de las dimensiones	23
Tabla 2 Nivel: Calidad de servicio	26
Tabla 3 Nivel de la dimensión 1: Tangibilidad	27
Tabla 4 Nivel de la dimensión 2: Fiabilidad	28
Tabla 5 Nivel de la dimensión 3: Capacidad de respuesta	29
Tabla 6 Nivel de la dimensión 4: Seguridad	30
Tabla 7 Nivel de la dimensión 5: Empatía	31

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Muestreo simple.	22
Figura 2. Diagrama de barras de la variable de servicio	26
Figura 3. Diagrama de barras de la dimensión tangibilidad.	27
Figura 4. Diagrama de barras de la dimensión fiabilidad.	28
Figura 5. Diagrama de barras de la dimensión capacidad de respuesta.	29
Figura 6. Diagrama de barras de la dimensión seguridad.	30
Figura 7. Diagrama de barras de la dimensión empatía.	31

Resumen

El presente trabajo de investigación, titulado “Análisis de la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público Lima-2020”, se desarrolló con el objetivo de conocer la relación significativa del estudio planteado.

Para esta investigación, se planteó el enfoque cuantitativo, así mismo la investigación de tipo sustantivo y el diseño descriptivo simple, que sirvió para medir el estudio realizado, se hizo un análisis donde la población estuvo constituida por la cantidad de 34,000 personas.

Como resultado de la investigación, se aplicó el complemento de la proporción de la variable de interés con un porcentaje de 0.50, se tomó la precisión o error de 0.069, así mismo la proporción de la variable de interés fue 0.50, con un valor Z bajo la curva de la normal siendo de 1.96. teniendo como resultado una muestra de 202 personas. Se utilizó como instrumento técnicas de recopilación de datos, la encuesta para analizar cómo perciben los usuarios la satisfacción del servicio que brinda el transporte público.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta.

Abstract

Este trabalho de pesquisa, intitulado "Análise da satisfação do usuário em uma empresa do transporte público Lima-2020", foi desenvolvido com o objetivo de conhecer a relação significativa do estudo proposto.

Para esta pesquisa, foi proposta a abordagem quantitativa, bem como a pesquisa do tipo substantivo e o desenho descritivo simples, que serviu para mensurar o estudo realizado, foi feita uma análise onde a população foi constituída pelo montante de 34.000 pessoas.

Como resultado da investigação, o complemento da proporção da variável de interesse foi aplicado com um percentual de 0,50, foi tomada a precisão ou erro de 0,069, da mesma forma que a proporção da variável de interesse foi de 0,50, com valor Z baixo a curva do normal sendo 1,96. resultando em uma amostra de 202 pessoas. As técnicas de coleta de dados foram utilizadas como instrumento, a survey, para analisar como os usuários percebem a satisfação com o serviço prestado pelo transporte público.

Key words: Qualidade de serviço, satisfação do usuário, tangibilidade, confiabilidade, capacidade de resposta.

I. INTRODUCCIÓN

Se realizó un estudio de los factores que inciden en la satisfacción de los usuarios del sistema metro vía que se utiliza en la ciudad de Guayaquil, que desde sus inicios ha transportado más de 807 .835.920 millones de pasajeros. Con el pasar del tiempo se han venido presentando diversos inconvenientes, que para los usuarios son problemas que no se resuelven y que solo realizan soluciones que duran un corto tiempo que para el futuro son obstáculos de crecimiento que perjudican al ciudadano (Moya, Carrillo, & Huerta, 2017).

Debido a las carencias y el surgimiento de las mujeres mexicana en diferentes rubros laborales, ellas deben movilizarse para desempeñar otras funciones como; actividades domésticos, atención a los niños, aplicación y cuidado de las integrantes más vulnerables de la familia, en algunos escenarios como soporte económico. El transporte público es el modo más usado por las féminas para efectuar sus viajes. Por lo que es fundamental revisar las circunstancias en que ellas efectúan sus movimientos, por ende cuya propuesta nació para ampararlas de las agresiones que ocurren a lo largo de su desplazamientos en el transporte público (Romero, Gaspar, & Bautista, 2016).

Al ser el transporte como el eje más activo de la ciudad y satisfacer la fatalidad de las personas de desplazarse de un entorno a otro, se ha reputado determinar la calidad y etapas de satisfacción de los pasajeros en la asistencia de los servicios de taxi en la ciudad de Sucre-Bolivia .El método utilizado para precisar la calidad y el grado de contentamiento por el servicio de taxis fue el formulario basado en el modelo SERVQUAL, de tal forma estableciendo así cinco dimensiones; tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Se obtuvo un resultado, para cada dimensión a fin de saber el nivel general del servicio, estableciendo por ende resultados desfavorables. Por lo que la calidad del servicio presenta deficiencias significativas que no ayuda al modelo mencionado (Bayo, Valdez, & Bobarin, 2019).

La agrupación entre el número de itinerario formales de transporte público y la posición de la tuberculosis (TB) en cada punto de lima, se efectuó un estudio correlacionar igualmente

se tomó el modelo de regresión lineal entre ambas variables. A si mismo se estableció el número de itinerarios de transporte público de mayor posibilidad de propagación del TB, las zonas de mayor circulación de dichas rutas y un mapeo de estas arrojaron que. Existe una correlación positiva entre el número de itinerarios formales que recorren cada punto de lima y la situación del TB. Se concluyó que de las 404 rutas formales que recorren lima metropolitana, el 147(36, 44%) indico que son rutas de mayor probabilidad de contagio. Visto que los resultados obtenidos son preocupantes el transporte público debería ser tomado en cuenta como una la lucha actual contra la TB (Garaycochea & Ticona, 2015).

La relación existente entre los rasgos de carácter y el síndrome burnout en sector de conductores de transporte público. La prueba estuvo constituido por 50 conductores. Las variables principales fueron: rasgos de personalidad y síndrome burnout, medidas mediante el Cuestionario factorial de la personalidad. Los encuestados cuentan con escasos recursos de afronte y se muestran menos receptivos a la interacción social siendo más vulnerables frente al estrés y a desencadenar el SB. Se sugiere implementar programas preventivos sociales para contrarrestar los síntomas del estrés laboral en choferes de transporte público de Lima. (Santa Maria & Ceron, 2019).

La frecuencia de sueño son factores que muchas veces están asociados en conductores de transporte público por ello se realizó un estudio a conductores de Lima metropolitano escogiendo entre los participantes a personas de 18 y 65 años que laboran en alguna empresa de transporte público, en efecto debidamente registrada en la municipalidad de Lima Se consideraron a 440 personas cuya edad fue de 38 años, todos varones del total de conductores 17 presentaron somnolencia diurna aproximadamente, uno de cada 5 conductores presenta síntomas de sueño en el día la cual estuvo asociada con tener seis o menos horas de sueño al día (Peña, Rey, & Talaverano, 2019).

La calidad de satisfacción del usuario del transporte público es un factor muy importante que la municipalidad de Lima no está tomando en cuenta es por ello que existen problemas internos que no se están manejando con interés, de acuerdo a estos aspectos encontrados no se puede brindar un servicio de primera dado que los motivos son la falta de

innovación, compromiso de los colaboradores y planificación por parte del líder es por ello que se obtiene un grado de insatisfacción en los usuarios que día a día adquieren estos servicios tanto en su traslado a sus centros labores o centros de estudios, también la falta de orientación muchas veces ocasiona problemas en el procedimiento de atención al usuario. Así mismo la aglomeración de los buses en los paraderos causan desorden generando molestias en los usuarios, por ello la falta de compromiso de las autoridades se ve reflejado en estos incidentes que se ocasionan a diario en el servicio público.

Para la investigación se revisó trabajos previos a nivel internacional como: Flora & Ewbank (2019) donde indican que la calidad de servicio se puede ofrecer mediante la adopción de tecnologías como uso de datos, obteniendo información geográfica. De la misma forma este marco servirá como punto de partida para futuros estudios e investigaciones en la planificación del transporte urbano de carga y así pueda ayudar al personal calificado a tomar decisiones en sus acciones y políticas con respecto al flujo de mercancías en estos centros urbanos.

De este modo, Quiñonez, Lizarraga, Peraza, & Zatarain, (2019) también muestran que el objetivo primordial de esta investigación fue ofrecer información a cada usuario que usa el transporte público, proporcionando así datos de cada unidad para dar a conocer la información relacionada como horarios, retrasos de las unidades en diferentes puntos de la ciudad mejorando de esa forma la calidad de servicio y satisfaciendo las necesidades de los usuarios. Del mismo modo, Valenzo, Lazaro, & Matinez, (2019) concretizan que hoy en día el concepto de calidad se ha adoptado como estándar para la prestación de servicios de buena calidad. Por ende las asociaciones encargadas de ofrecer transporte público aún no han llegado a ese punto y de hecho, parece que muchas de ellas solo buscan su propio provecho dejando así de lado a los usuarios que usan el transporte público. Igualmente, Pacheco & Sanchez, (2018) mencionan que la calidad de servicio en el sistema de transporte debería ser una política de las empresas y no un deber de esa forma cada usuario estaría conforme y ver al medio de transporte objetivamente en base a la relación de aceptación, por ende esto sería un factor determinante para seguir creciendo favorablemente y así satisfacer a los usuarios del transporte público. Por último, Antunes & Simões, (2013) hacen mención que el objetivo fundamental del estudio fue estimar el nivel de satisfacción del usuario en relación con el sistema de transporte urbano en tres ciudades

medias. Obteniendo como resultado insatisfacción de los usuarios en todas las ciudades estudiadas y analizadas por ello es importante enfocarse en cada objetivo tomando en cuenta la percepción del servicio.

De la misma forma, se revisó trabajos a nivel nacional, Valdez Molina (2018) la finalidad del objetivo en estudio fue determinar qué relación existe entre las dimensiones del tema en mención, en tal sentido los supuestos fueron sometidas a un diseño de investigación correlacionar que trato de establecer la relación que existente entre las variables independientes. Concluyendo así que todas las dimensiones de la escala de Likert generan impacto en la calidad total percibida del servicio de transporte público en la ciudad de Cusco si la calidad de servicio es positivo mayor será la satisfacción del usuario.

Asi mismo Flores Chuctayo (2018) indica que el 23.15% de la población señalan tener un nivel alto respecto a esta dimensión de seguridad, observando una correlación al 0.501 con la variante de Rho Spearman con un valor al $0.000 < 0.05$, con estos resultados se llega a la conclusión que existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la empresa de transporte Huapaya S.A. 2018.

Del mismo modo, Acosta López & Rodríguez (2018) hacen mención que los resultados obtenidos en el estudio, evidencian que las dimensiones asimilan o comparan de una forma relacional en lo que vendría hacer la calidad de servicio, dando como respuesta las dimensiones de fiabilidad, empatía las que más impacto tienen en un previo análisis obteniendo un porcentaje de 0.86 cada uno. Cada dimensión del modelo SERVQUAL tienen un impacto expresivo positivo referente a la calidad del servicio hacia el usuario por ello en el sector transporte urbano de Lima Metropolitana se debe considerar cada aspecto mencionado. De tal forma validando el modelo citado como instrumento para establecer el nivel de la calidad de servicio en este punto estudiado. Por otro lado, Cosió Peña & Taipe Cruz (2017) mencionan que la competitividad y seguridad de los servicios de transportes, se puede seguir a través de la logística asociada al sistema, haciendo uso de la evolución tecnología preservando así el medio ambiente. El entorno que se estima en la calidad de servicio de las distintas empresas de transporte interprovincial de pasajeros, se observa por consiguiente que están supervisado a las condiciones de la Red Vial

los cuales informan sobre las rutas viales. Finalmente, Chávez & Quesada (2017) concluyeron que las dimensiones de la escala SERVQUAL se interpretan de acuerdo al impacto en la calidad en el servicio que se brinda, teniendo como estudio al transporte terrestre interprovincial, se analizó el impacto de cada dimensión donde se utilizó el coeficiente Pearson, por ende fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 20 siendo una herramienta importante en los estudios estadísticos. Se llegando a la conclusión de que no basta con tener un servicio de buena calidad, si no que las empresas deben enfocarse a la excelencia del servicio, de este modo las grietas deben corregirse mediante un servicio que sea diferenciado por la forma de comunicación existente en la empresa, superando de esa forma las expectativas del público.

El estudio se sustenta en la teoría de sistemas que está vinculado con el factor administrativo de las organizaciones porque el trabajo se puede realizar en diferentes puntos a medida que crece la organización. Por ello, es importante conocer las áreas establecidas por la empresa para tener un control total de todas las partes involucradas conforme lo estipula las políticas internas establecidas por los encargados de la entidad. Los funcionamientos de los sistemas en general son importantes porque ayudaran a relacionarse con otros elementos, facilitando así el rendimiento global de la empresa de transporte. Analizando los puntos estudiados podemos decir que se tiene que mejorar el proceso administrativo de las áreas, para así calificar y verificar el rendimiento de las partes involucradas dentro de la empresa mejorando su rentabilidad, aumentando la retroalimentación y obteniendo la calidad productiva de las partes mencionadas, por ello es importante establecer un control que provee la identificación de cada área y sus respectivas funciones, por ende cada proceso planteado debe analizar los puntos de debilidad para darle una solución y así aumentar la eficiencia en el sistema administrativo de la empresa.

Así mismo, otra teoría importante es la organizacional, considerando que la organización y la sociedad originan procesos importantes donde la materia prima son los factores fundamentales ya que son características esenciales para el uso tecnológico y desarrollo óptimo de cada trabajo, por ello la estructura organizacional es un factor básico donde la tecnología esta empleada para un desarrollo eficiente en la empresa. Del mismo modo se desarrolla un análisis a nivel social, grupal o interpersonal para identificar como es la relación

laboral en la empresa; hoy en día se observa que las relaciones que se da entre el trabajador y la empresa son afectivas por que muestra el nivel de interés hacia ellos valorando y respetando la importancia de la materia prima en la empresa, es importante mencionar que depende mucho de ellos que el trabajo se obtenga de manera eficiente, logrando así las expectativas de la estructura organizacional, finalmente obteniendo la relación paralela entre la empresa y el trabajador.

Igualmente, la investigación se fundamenta con la teoría de la contingencia y organizacional, el cual enfatiza el liderazgo, siendo este el determinante del éxito o fracaso de la empresa, por ello se debe ser lo suficientemente adaptable a cualquiera circunstancia que se pueda suscitar y la situación organizacional. Sin embargo, la sociedad moderna tiene más organizaciones, que satisfacen una mayor cantidad de necesidades afectando a una mayor proporción de la población. Por ello se toman medidas de acuerdo a los objetivos planteados por el líder para dar inmediatas soluciones a los problemas que perjudiquen a la empresa y a las áreas involucradas. Analizando los puntos mencionados observamos que no hay efectividad del líder que conduce a la empresa de transporte, es por ello que con esta teoría proponemos que la organización capacite a sus colaboradores usando la tecnología y trabajando más cronológicamente, respetando todo el proceso administrativo, así mismo cumpliendo las políticas establecidas por la empresa y la municipalidad.

Por consiguiente, se ha conceptualizado sobre la satisfacción del usuario. Según Kotler (2003) afirmó que la satisfacción corresponde al estado de ánimo de una persona, dependiendo de tres factores como son: a) rendimiento percibido; b) expectativas; c) nivel de satisfacción, de este modo, es importante que los servicios sean identificables así conseguir que el usuario este satisfecho con el servicio brindado. Al igual que, Stanton Walker y Etzel (2007) mencionan que la principal actividad es la transacción y descartan a los servicios complementarios que llegan a apoyar la venta de bienes y servicios sin minimizar lo primordial que es el servicio. Así mismo, Lovelock (2009) hace mención que el servicio tiene algo más que valor monetario si no que otorga al otro, por lo tanto, el desempeño busca cambiar la ejecución del servicio para entregar confianza al consumidor creando valor en ellos. Igualmente, Castellón (2014) hace referencia que la conducta del ser humano es el conjunto de actos exhibidos por el individuo hacia la

sociedad generando beneficios y mejoras hacia sí mismo esto también está determinado por el entorno en que se desarrolla su vida cotidiana. Finalmente, Robbins (2013) hace mención que la toma de decisiones suele describirse como una elección, pero esto a la vez se torna en algo simple la toma de decisiones es un proceso planificado que tiene valor. De acuerdo a los autores en estudio los conceptos en mención ayudan a mejorar la satisfacción del cliente desde dichas perspectivas permitiendo distinguir la actividad de venta y actividades de apoyo, analizando los distintos factores permitirá que la prestación de servicios sea entregado sin impedimento, estudiando el comportamiento de cada colaborador tomaremos medidas que sean convenientes para lograr el objetivo de la organización y para uno mismo por ello es muy importante reconocer el perfil de cada trabajador dentro de la empresa.

Es preciso señalar, que en la década de 1980 obtener la calidad tanto en los productos y servicios que se ofrecían se convirtió en una de las principales preocupaciones de mejora para las empresas. Si bien la calidad de los bienes tangibles ha sido detallada y medida por los expertos en marketing, la calidad de los servicios es la proporción indefinida y sin investigación. Los autores intentan rectificar esta situación informando los conocimientos obtenidos en una extensa investigación exploratoria de calidad en cuatro empresas de servicios y desarrollando un modelo de calidad de servicio. Se ofrecen propuestas y recomendaciones para estimular la investigación futura sobre la calidad del servicio.

En tal sentido, las dimensiones de la satisfacción al usuario, son: a) tangibilidad, según la postura de los autores los elementos tangibles implican todo un conjunto de factores como equipo, artefactos, infraestructura, entre otros ayudando a los sentidos del ser humano. Entendiendo todo eso como una gran oportunidad de atraer a clientes y haciendo que las empresas obtengan mayores incrementos económicos por ende prefiriendo más sus servicios con frecuencia. Matsumoto (2014), Romero & Romero (2006), Atencio & González (2007); b) fiabilidad, tal y como los autores aseveran acerca del tema es el cumplimiento preciso de las promesas hechas, por ende, esta será comprobado a través de la ejecución de las labores predeterminados, obteniendo resultado de acuerdo a lo prometido logrando efectuar todo lo propuesto considerándose así fiable, en resumen, eso resaltaré la fiabilidad del trabajo y del trabajador. Prieto & Delgado (2010), Loza (2013), Barry (2009); c) capacidad de respuesta, para

los autores la capacidad de respuesta se ve enfocada básicamente en brindar ayuda al cliente basado en aspectos importantes: tiempo, calidad, costo y comunicación. En el ámbito comercial, este responde a la forma de atención al usuario, mantenerlos contentos es la clave para asegurar la continuación de uso del servicio, siempre pensando en él y para él así poder brindarle lo mejor, estas capacidades de respuesta del asistente tienen que ir en sintonía a la del usuario, finalizando, la meta del servidor es comprender profundamente la naturaleza del cliente. Tigani (2006), Márquez & Mejías (2013), Clemenza, Gotera, & Araujo (2010); d) seguridad, el estudio realizado nos permite conocer cómo la seguridad influye mucho en la vida humana, de esta forma los autores citados hacen mención que el individuo siempre estará propenso a riesgos emergentes, por ello en el ámbito laboral se desarrollan diferentes aspectos que controlan accidentes en el trabajo, dando así la importancia a la protección civil. Actualmente las empresas muestran interés, comprendiendo que tan conveniente es la seguridad y salud ocupacional, de esta manera ellos brindarán tranquilidad a sus trabajadores. Montero (2013), Anaya (2017), Céspedes & Martínez (2016); e) empatía, el tema estudiado nos permite conocer la perspectiva de cada autor sobre cómo califica o determina la empatía, de tal manera que las citas mencionadas buscan enfocar el tipo de conductas de las personas ante un evento fortuito dentro de un contexto social, sin embargo, la posibilidad de indagar o analizar este entorno conduce a identificar lo que siente cada individuo garantizando una interacción próspera. Carpena (2016), López, Filippetti, & Richaud (2014), Goleman (1999).

El presente estudio tiene justificación teórica, porque se sustenta en la teoría de sistemas donde involucra a todas las áreas de la organización, así mismo en la teoría de contingencia podemos ver las decisiones que toma el líder ante los casos que se van presentando y la teoría del comportamiento permitirá identificar la conducta tanto del usuario, como de los colaboradores. Las importancias de estas tres teorías son esenciales en las investigaciones porque nos facultan a analizar, identificar y comprender los aspectos mencionados en este estudio.

Asimismo, el estudio tiene justificación práctica porque permite analizar la problemática en cuanto a la satisfacción del usuario usando métodos, estrategias que nos permitirán tener un mayor resultado y así poder implementar propuestas que ayuden a llevar una mejora continua en cuanto al servicio. De esta forma se identificará cada problema existente,

donde serán tomados, analizados y posteriormente estudiados de acuerdo a la situación en que se encuentre los factores de comportamiento de la organización.

Finalmente, el estudio realizado tiene justificación metodológica porque nos permite a nosotros como investigadores a determinar, las ventajas y comprender las limitaciones del estudio realizado. Además, nos facilitó reunir información de un grupo poblacional extenso de forma rápida y sencilla, se hizo uso de la encuesta que nos permitió recopilar datos a una muestra poblacional por medio de preguntas con opciones en escala por ende se realizó los análisis estadísticos para obtener los resultados y conclusiones.

Para el estudio se formuló el problema general: ¿Cuál es el nivel que predomina en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020?; y los problemas específicos son: a) ¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?; b) ¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?; c) ¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020?; d) ¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020?; e) ¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020?.

Asimismo, el objetivo general es: Determinar el nivel de mayor predominancia en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020; y los objetivos específicos son: a) Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la tangibilidad de una empresa de transporte público, Lima 2020; b) Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la fiabilidad de una empresa de transporte público, Lima 2020; c) Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la capacidad de respuesta de una empresa de transporte público, Lima 2020; d) Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la seguridad de una empresa de transporte público, Lima 2020; e) Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la empatía de una empresa de transporte público, Lima 2020.

II. MÉTODO

2.1 Enfoque y diseño

El estudio realizado se sustentó en el enfoque cuantitativo, el cual está inspirado en la metodología del positivismo, es decir es una ciencia literalmente precisa y natural, al mismo tiempo nos ayuda a realizar un análisis estadístico para probar las hipótesis y teorías estudiadas, finalmente son analizadas para obtener los resultados (Monje, 2011).

Así mismo, el tipo de investigación utilizado fue sustantiva, se desarrolló como una forma de análisis que busca contestar las incertidumbres teóricas o sustanciales por lo tanto está orientada a trazar y pronosticar la realidad existente, por ello podemos afirmar que el análisis sustantiva nos ayuda a perseguir la verdad hacia la investigación básica o pura, resumiendo lo planteado se logra que los principios y leyes generales permiten reformar una teoría científica (Sánchez, 2016). Además, el diseño de la investigación descriptiva simple implica observar y describir la conducta de un sujeto así como su particularidad, formas y dotes dentro de un estrado donde ocurre el tiempo y espacio definido en otras palabras esto nos permitirá obtener información para nuestro estudio (Sánchez, 2016). Por otro lado, el método de investigación descriptivo consta en ampliar una definición narrativa o numérica graficando la realidad de un caso, permitiendo observar la realidad de los estudios investigados, por ende esta metodología busca investigar los conocimientos logrados por parte del inquisidor, en conclusión el objetivo principal de esta metodología es cuantificar el discernimiento observando a lo que realiza el investigador y finalmente saber sobre los conocimientos adquiridos mediante el análisis (Sánchez, 2016).

2.2 Población, muestra y muestreo

La población implica la caracterización hacia los elementos con peculiaridades comunes, por ende las conclusiones investigadas serán extensivas por lo que es importante delimitarla con franqueza y exactitud, realizando un censo que nos permita saber la realidad poblacional dando como tamaño estimado de 34,000 mil pasajeros por día, teniendo el complemento de la proporción de la variable de interés de 0.50, se tomó la precisión o error de 0.069, así mismo la proporción de la variable de interés fue 0.50, con un valor Z bajo la curva de la normal siendo

de 1.96, y sabiendo que el método utilizado fue el muestreo simple se llega a la conclusión del resultado con una muestra de 202 personas (Artigas & Robles, 2010).

N	34000	Población
q	0.50	Complemento de la proporción de la variable de interés
e	0.069	Precisión o error
p	0.50	Proporción de la variable de interés
Z	1.96	Valor Z bajo la curva de la normal (Nivel de confianza 0.95)
$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.500 * 34000}{[0.00473 * 33999] + [3.842 * 0.5 * 0.500]}$		
$n = \frac{32653.6}{161.89217}$		
$n = 202$		

Figura 1. Muestreo simple.

2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas

En la década de 1980 obtener la calidad tanto en los productos y servicios que se ofrecían se convirtió en una de las principales preocupaciones de mejora para las empresas. Si bien la calidad de los bienes tangibles ha sido detallada y medida por los expertos en marketing, la calidad de los servicios es la proporción indefinida y sin investigación. Los autores intentan rectificar esta situación informando los conocimientos obtenidos en una extensa investigación exploratoria de calidad en cuatro empresas de servicios y desarrollando un modelo de calidad de servicio. Se ofrecen propuestas y recomendaciones para estimular la investigación futura sobre la calidad del servicio.

Tabla 1

Operacionalización de las dimensiones

Dimensión	Indicador	Escala
D1. Tangibilidad	Moderna	Likert
	Atractivas	
	Pulcra	
	Materiales	
D2. Fiabilidad	Promete	Likert
	Interés	
	Realiza	
	Tiempo	
D3. Capacidad de respuesta	Comunica	Likert
	Rápido	
	Ayudar	
	Responder	
D4. Seguridad	Confianza	Likert
	Seguro	
	Amables	
	Conocimientos	
D5. Empatía	Atención	Likert
	Comprende	
	Ofrece	
	Preocupa	

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de los datos se aplicó la técnica de la encuesta, esto se basa en recopilar información a través de preguntas hacia los individuos diferenciándose así de un diálogo, porque en un sondeo no está permitido la interacción con la persona encuestada conforme a esto se busca saber las opiniones del público acerca de un tema planteado o estudiado, integrando así a nuestra investigación (Hurtado, 2000).

Asimismo se usó como instrumento de recopilación de datos el cuestionario, constituido por 22 preguntas, puesto que es una herramienta importante que sirve para reunir preguntas relativas a un evento, puede ser un emplazamiento o tema particular donde el investigador obtendrá informaciones esenciales siendo así de gran ayuda para la lograr el objetivo de estudio, por lo que es recomendable que el cuestionario no sea muy extenso evitando así preguntas innecesarias para la investigación (Hurtado, 2000). La ficha técnica fue:

Nombre: Calidad de servicio

Autor: Parasuraman, Zeitman Y Berry

Año: 1994

Dimensiones – ítems: Tangibilidad (4) Fiabilidad (5) Capacidad de respuesta (4) Seguridad (4) Empatía (5)

Niveles - Baremos:

	Bajo	Medio	Alto
V1: Calidad de servicio	22-50	51-80	81-110
D1:Tangibilidad	4-8	9-14	15-20
D2: Fiabilidad	5-11	12-17	18-25
D3: Capacidad de respuesta	4-8	9-14	15-20
D4: Seguridad	4-8	9-14	15-20
D5: Empatía	5-11	12-17	18-25

2.5 Proceso de recolección de datos

Para la recopilación de datos se siguió los siguientes pasos: 1) Construir la revisión teórica; 2) Revisión del instrumento; 3) Aplicar el instrumento a nuestra muestra de estudio 4) Diseño de la base de datos; 5) Descripción de los resultados con la aplicación de la estadística descriptiva; 6) Redacción del informe final.

2.6 Método de análisis de datos

Para la investigación de los resultados se aplicó la estadística descriptiva, así como la frecuencias y porcentaje teniendo un significado distinto según el origen teórico, buscando determinar como un evento cambia a lo largo del periodo es decir este método ayuda a recopilar informes estadísticos que hacen las varianzas entre grupos, para poder ser medidas de formas distintas según el fundamento teórico en cada intervención realizada se podrán comparar datos para estudiarlos (Hurtado, 2000).

2.7 Aspectos éticos

Todos los autores que se han considerado en la investigación han sido citados y referenciados. La muestra ha sido considerado se ha determinado de forma aleatoria simple y se ha tenido la autorización de cada persona para que pueda contestar el cuestionario. La data no ha sido manipulada tergiversada, si no que los datos obtenidos se han considerado tal cual.

III. RESULTADOS

3.1 Descripción de resultados cuantitativos en una empresa de transporte público, Lima 2020

Tabla 2

Nivel de la calidad de servicio

Niveles	Frecuencia(f)	Porcentaje(%)
Pésimo	9	4,5
Regular	156	77,2
Bueno	37	18,3
Total	202	100,0

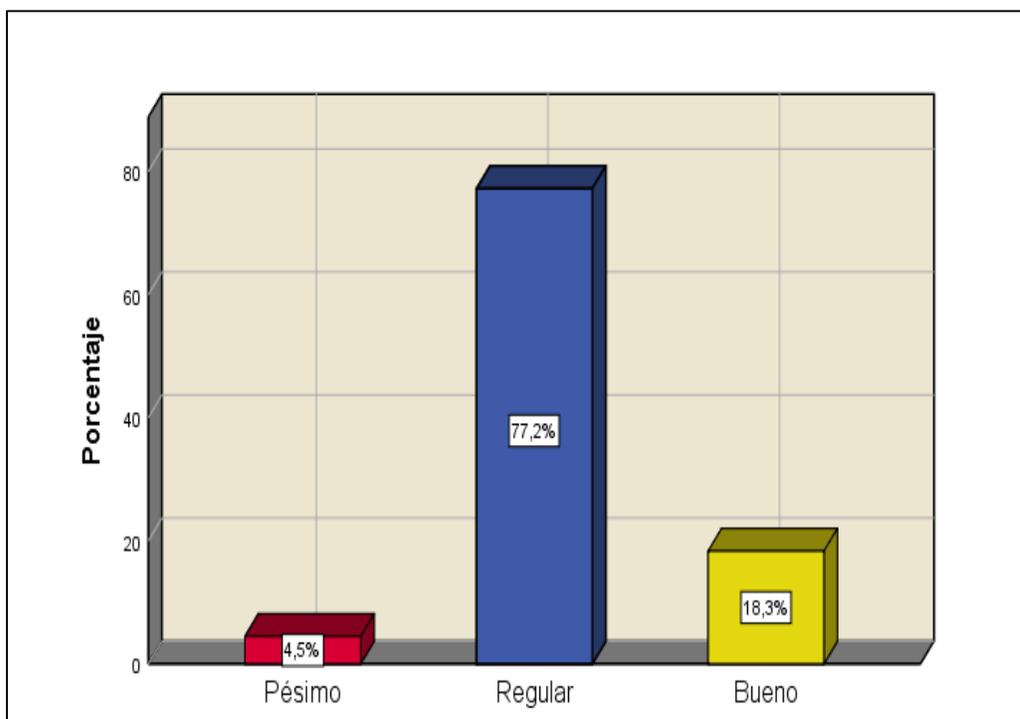


Figura 2. Diagrama de barras de la variable de servicio

En la tabla 2 y la figura 2 como resultado de la calidad de servicio en una empresa de transporte público se visualizan tres niveles de aceptación; pésimo, regular y bueno siendo el de mayor porcentaje la respuesta regular que representa el 77.2% del total de la muestra, al ser esto el nivel intermedio de aceptabilidad en lo que respecta la calidad de servicio, se demuestra que el servicio que brinda el transporte público no tiene un servicio de calidad.

Tabla 3

Nivel de la dimensión 1:Tangibilidad

Niveles	Frecuencia(f)	Porcentaje(%)
Pésimo	22	10,9
Regular	123	60,9
Bueno	57	28,2
Total	202	100,0

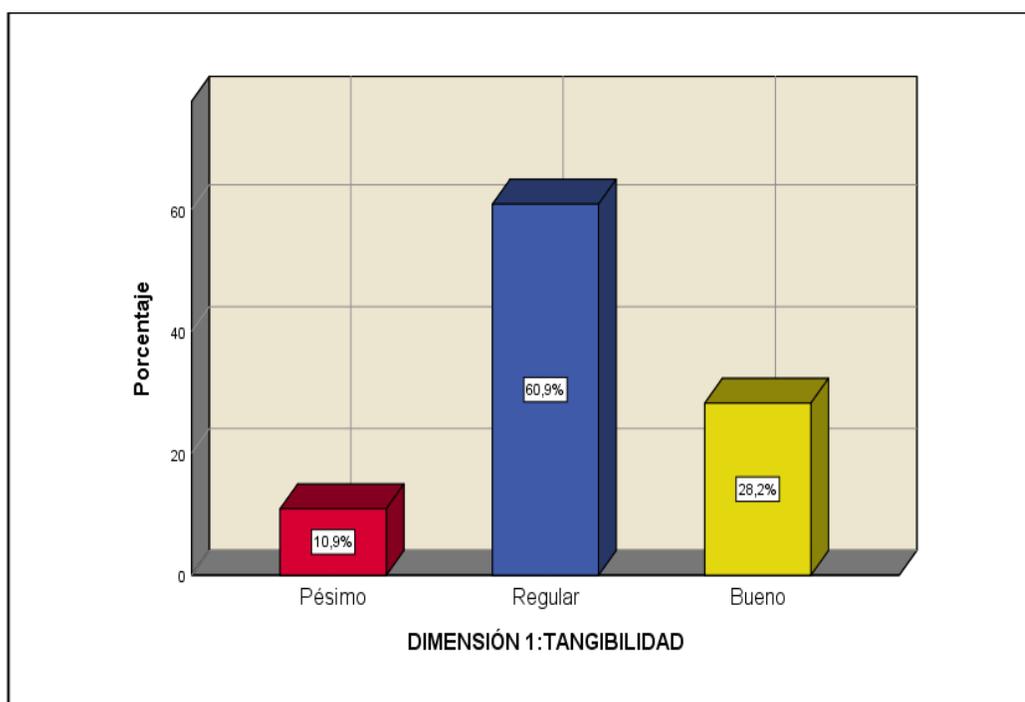


Figura 3. Diagrama de barras de la dimensión tangibilidad.

En la tabla 3 y la figura 3 se visualizan tres niveles de aceptación; pésimo, regular y bueno la cifra adquirida correspondiente a la tangibilidad es de 123 usuarios que representan el 60,9% del total, siendo el de mayor porcentaje la respuesta regular, pues es el nivel mas percibido por los usuarios y una de las dimensiones mas relevantes.

Tabla 4

Nivel de la dimensión2:Fiabilidad

Niveles	Frecuencia(f)	Porcentaje(%)
Pésimo	53	26,2
Regular	104	51,5
Bueno	45	22,3
Total	202	100,0

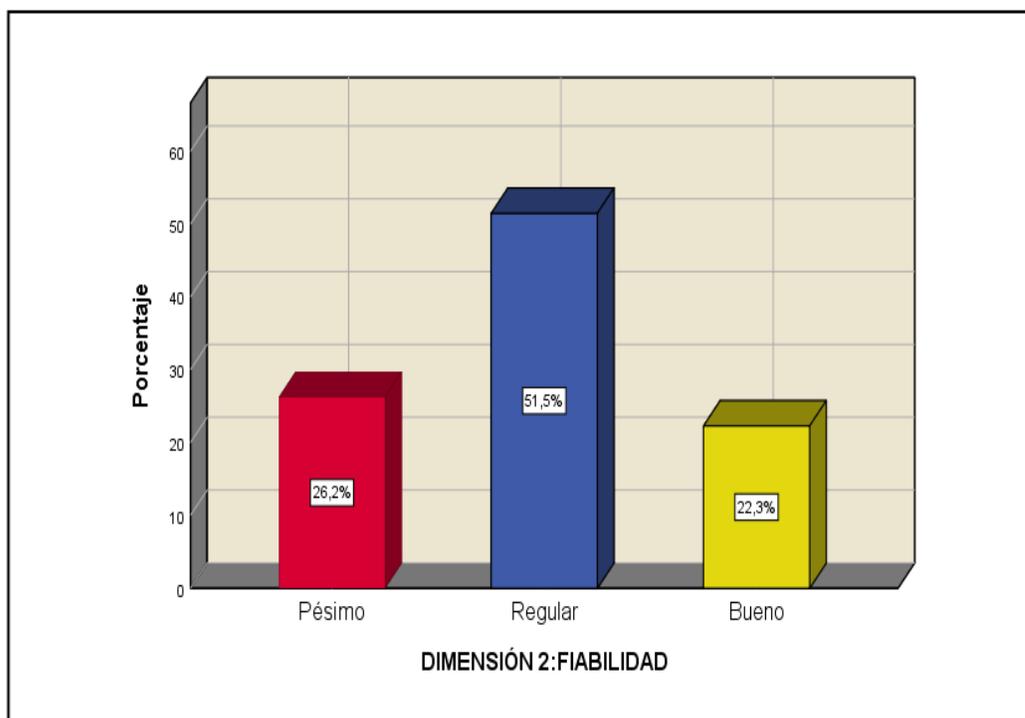


Figura 4. Diagrama de barras de la dimensión fiabilidad.

En la tabla 4 y la figura 4 se visualizan, tres niveles de aceptación; pésimo, regular y bueno la cifra adquirida correspondiente a la fiabilidad es de 104 usuarios que representan el 51.5% del total, siendo este el nivel regular con un porcentaje mas alto, pues es nivel intermedio de la dimensión en cuestión.

Tabla 5

Nivel de la dimensión 3: Capacidad de respuesta

Niveles	Frecuencia(f)	Porcentaje(%)
Pésimo	2	1,0
Regular	162	80,2
Bueno	38	18,8
Total	202	100,0

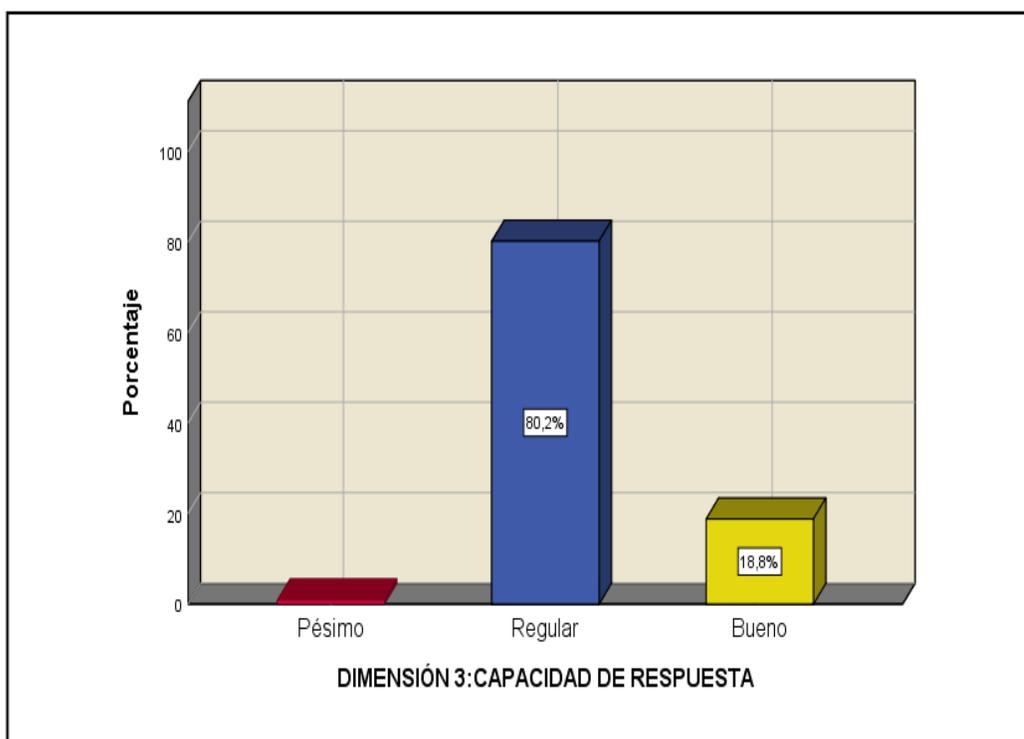


Figura 5. Diagrama de barras de la dimensión capacidad de respuesta.

En la tabla 5 y la figura 5 se visualizan, tres niveles de aceptación; pésimo, regular y bueno la cifra adquirida correspondiente a la capacidad de respuesta es de 162 usuarios que representan el 80.2% del total, siendo este el nivel regular con el porcentaje mas alto, pues es el nivel intermedio de la dimensión en cuestión.

Tabla 6

Nivel de la dimensión 4: Seguridad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje(%)
Pésimo	8	4,0
Regular	147	72,8
Bueno	47	23,3
Total	202	100,0

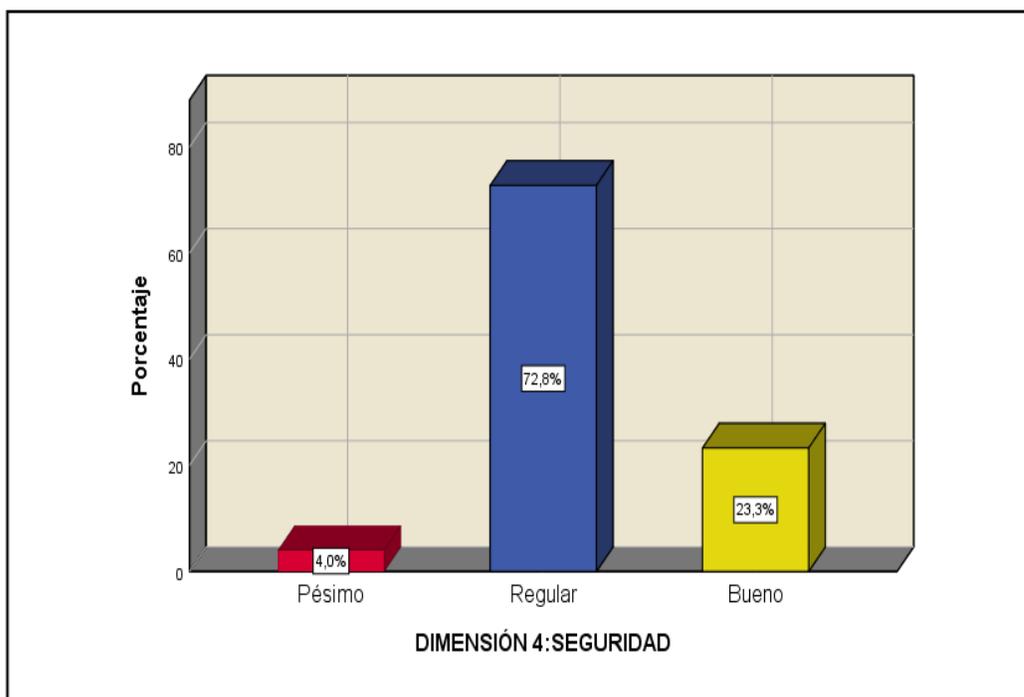


Figura 6. Diagrama de barras de la dimensión seguridad.

Según se visualiza en la tabla 6 y la figura 6, la cifra adquirida correspondiente a la seguridad, con 147 usuarios que representan el 72.8% del total, siendo este el nivel regular, pues es nivel intermedio de la dimensión en cuestión.

Tabla 7

Nivel de la dimensión 5: Empatía

Niveles	Frecuencia	Porcentaje(%)
Pésimo	35	17,3
Regular	118	58,4
Bueno	49	24,3
Total	202	100,0

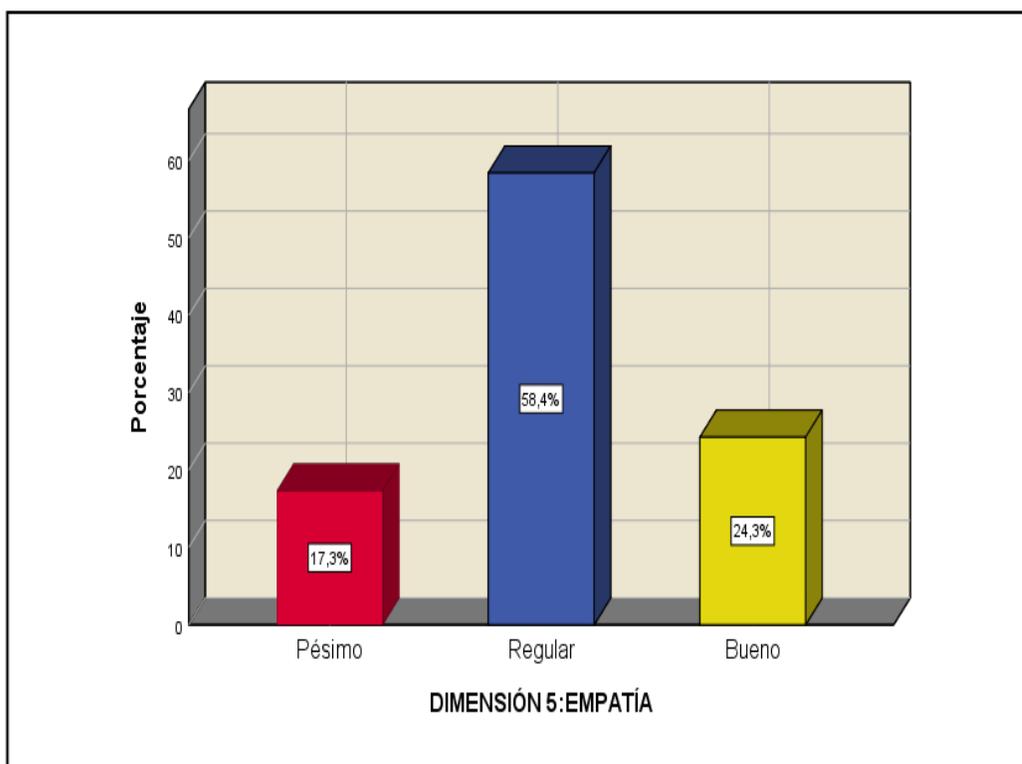


Figura 7. Diagrama de barras de la dimensión empatía.

Según se visualiza en la tabla 7 y la figura 7, la cifra adquirida correspondiente a la empatía, con 118 usuarios que representan el 58.4% del total, siendo este el nivel regular, pues es nivel intermedio de la dimensión en cuestión.

IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

La investigación sostuvo como resultado del estudio del objetivo general. Análisis de la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima-2020. Se identificó el problema sobre como el servicio que ofrece el transporte público afecta en la satisfacción del usuario, para lo cual, se hizo uso de la encuesta para ver el grado de aceptación del servicio.

A partir del estudio realizado, las encuestas demostraron que el servicio del transporte público, no es bueno ni malo, encontrándose en un nivel intermedio, de tal forma a mejor servicio mejor satisfacción del usuario.

Estos resultados coinciden con Pacheco & Sanchez, (2018) porque muestran que la calidad de servicio en el sistema de transporte debería ser una política de las empresas y no un deber de esa forma cada usuario estaria conforme y ver al medio de transporte objetivamente en base a la relación de aceptación, por ende esto seria un factor determinante para seguir creciendo favorablemente y así satisfacer a los usuarios del transporte público; sin embargo se difiere con Antunes & Simões, (2013) porque hacen mención que el objetivo fundamental del estudio fue estimar el nivel de satisfacción del usuario en relación con el sistema de transporte urbano en tres ciudades medianas. Obteniendo como resultado insatisfacción de los usuarios en todas las ciudades estudiadas y analizadas por ello es importante enfocarse en cada objetivo tomando en cuenta la percepción del servicio.

El estudio abordó en lo que respecta el objetivo específico n°1, Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020. Estos resultados coinciden con Valenzo, Lazaro, & Matinez, (2019) hacen mención que hoy en dia el concepto de calidad se ha adoptado como estándar para la prestación de servicios de buena calidad. Por ende las asociaciones encargadas de brindar transporte público aún no han llegado a ese punto, y de hecho, parece que muchas de ellas solo buscan sus propios beneficios dejando de lado a los usuarios que usan el transporte público; sin embargo se difiere con Quiñonez, Lizarraga, Peraza, & Zatarain, (2019) porque concretizan El objetivo principal de esta investigación fue brindar información a cada usuario que usa el transporte publico,

proporcionando datos de cada unidad para conocer la información relacionada como horarios, retrasos de las unidades en diferentes puntos de la ciudad mejorando de esa forma la calidad de servicio y satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

El estudio abordó en lo que respecta el objetivo específico n°2, Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020. Estos resultados coinciden con Flora & Ewbank (2019) mencionan que este avance puede identificarse mediante la adopción de tecnología como uso de datos, de tal modo obteniendo información geográfica, que servirá como punto de partida para futuros estudios e investigaciones en la planificación del transporte urbano de carga ayudando al personal calificado a tomar decisiones en sus acciones y políticas con respecto a la calidad de servicio; sin embargo se difiere con Valdez Molina (2018) Porque la finalidad del objetivo en estudio fue determinar qué relación existe entre las dimensiones del tema en mención, en tal sentido los supuestos fueron sometidas a un diseño de investigación correlacionar que trato de establecer la relación que existente entre las variables independientes. Concluyendo así que todas las dimensiones de la escala de Likert generan impacto en la calidad total percibida del servicio de transporte público en la ciudad de Cusco si la calidad de servicio es positivo mayor será la satisfacción del usuario.

El estudio abordó en lo que respecta el objetivo específico n°3, Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020. Estos resultados coinciden con Cosio Peña & Taipe Cruz (2017) el cual mencionan que la competitividad y seguridad de los servicios de transportes, se puede seguir a través de la logística asociada al sistema, haciendo uso de la evolución tecnología preservando así el medio ambiente. El entorno que se estima en la calidad de servicio de las distintas empresas de transporte interprovincial de pasajeros, se observa por consiguiente que están supervisado a las condiciones de la Red Vial los cuales informan sobre las rutas viales; sin embargo se difiere con Chavez & Quesada (2017) porque concluyeron que las dimensiones de la escala SERVQUAL se interpretan de acuerdo al impacto en la calidad en el servicio que se brinda, teniendo como estudio al transporte terrestre interprovincial, se analizó el impacto de cada dimensión donde se utilizó el coeficiente Pearson, por ende fue ejecutado a través del programa

SPSS Statistics versión 20 siendo una herramienta importante en los estudios estadísticos. Se llegando a la conclusión de que no basta con tener un servicio de buena calidad, si no que las empresas deben enfocarse a la excelencia del servicio, de este modo las grietas deben corregirse mediante un servicio que sea diferenciado por la forma de comunicación existente en la empresa, superando de esa forma las expectativas del público.

El estudio abordo en lo que respecta el objetivo específico n°4, Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020. Estos resultados coinciden con Flores Chuctayo (2018) lo cual indica que el 23.15% de la población señalan tener un nivel alto respecto a esta dimensión de seguridad, observando una correlación al 0.501 con la variante de Rho Spearman con un valor al $0.000 < 0.05$, con estos resultados se llega a la conclusión que existe relación positiva entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la empresa de transporte Huapaya S.A. 2018; sin embargo se difiere con Acosta López & Rodriguez (2018) porque hacen mención que los resultados obtenidos en el estudio, evidencian que las dimensiones asimilan o comparan de una forma relacional en lo que vendría hacer la calidad de servicio, dando como respuesta las dimensiones de Fiabilidad, Empatía las que más impacto tienen en un previo análisis obteniendo un porcentaje de 0.86 cada uno. Cada dimensión del modelo SERVQUAL tienen un impacto expresivo positivo referente a la calidad del servicio hacia el usuario por ello en el sector transporte urbano de Lima Metropolitana se debe considerar cada aspecto mencionado. De tal forma validando el modelo citado como instrumento para establecer el nivel de la calidad de servicio en este punto estudiado.

El estudio abordo en lo que respecta el objetivo específico n°5, Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020. Estos resultados coinciden con Acosta López & Rodriguez (2018) lo cual indican que cada dimensión del modelo SERVQUAL tienen un impacto expresivo positivo referente a la calidad del servicio hacia el usuario por ello en el sector transporte urbano de Lima Metropolitana se debe considerar cada aspecto mencionado; sin embargo se difiere con Navarro & Galilea (2018) porque llegaron a obtener respuestas en la mejora de los espacios públicos realizados, estos

resultados marcaran el inicio a estrategias metodológicas en el transporte y ciudad para incorporarlos en proyectos sociales para la satisfacción de los usuarios.

4.2 Conclusiones

Para el estudio de los objetivos se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera : Debido al grado de insatisfacción de los usuarios la empresa de transporte público debería desarrollar un formulario donde les permita analizar los motivos del por que que los usuarios no están satisfechos con el servicio entregado además se incluiría a los colaboradores para ver el grado de interés que desempeñan en sus puestos y funciones de trabajo.

Segunda : La empresa de transporte público no hace un seguimiento a todas sus unidades por ello debería implementar herramientas que ayuden a evaluar y capacitar a sus colaboradores, teniendo en cuenta las quejas de los usuarios. De esa forma se enfocaría a mejorar el servicio de las unidades que transporta a los pasajeros que usan a diario para trasladarse de un lugar a otro.

Tercera : Debido a los reclamos de los usuarios la empresa de transporte público debería mejorar los servicios reduciendo el tiempo de salida, controlando las rutas por donde recorren y finalmente aumentando mas unidades para evitar aglomeracion de pasajeros asi ofrecer un servicio de calidad en el tiempo establecido.

Cuarta : La empresa de transporte público no brinda un servicios de acuerdo a las necesidades de cada usuario esto sucede que al contratar mas trabajadores no son capacitados y estos son enviados a realizar el trajo sin ninguna experiencia por ello los procedimientos que se deberían tomar en estas acciones deberían ser evaluados y monitoreados

Quinto : La empresa de transporte público no cuenta con un plan que ayude a prevenir robos durante el trayecto de la unidades esto ocurre por que el líder o las personas

que están acargo no evalúan los posibles peligros que el conductor o usuario podría sufrir por ende sería contar con un personal calificado que este ante estos casos de tal forma que el usuario se sienta seguro al momento de abordar dicho transporte.

Sexto : La empresa de transporte público no cuenta con un personal calificado para comprender al usuario ante cualquier suceso fortuito, por ello la gerencia debería tomar acciones para que cada colaborador tenga conocimiento de las funciones que realizaran todo esto de la mano con las áreas responsables de la empresa para dar un buen servicio de calidad.

4.3 Recomendaciones

Primera : Mejorar y fomentar la capacitación del líder y los colaboradores dentro de la empresa estableciendo programas de ayuda para cada área involucrada. Así mismo enfocarse más en la comunicación con el personal, esto contribuirá a la empresa a evitar y prevenir errores potenciando así una adecuada comunicación fluida con el personal, desempeñándose de esta forma eficientemente.

Segunda : Crear mejores condiciones físicas implementando el aire acondicionado en todas las unidades sobre todo en época de verano para que el usuario se sienta ameno y el colaborador realice sus funciones desempeñándose adecuadamente.

Tercero : Administrar adecuadamente los tiempos en cuanto a la salida de las unidades para facilitar el embarque de los usuarios de cada paradero reduciendo así el tiempo para llegar a la hora establecido por el controlador.

Cuarto : Establecer un reglamento dentro de la empresa que facilite al colaborador conocer muy bien cómo actuar ante un acontecimiento o suceso para brindar un servicio adecuado de acuerdo a las necesidades de cada usuario, implementando políticas que ayuden a mejorar el rendimiento del colaborador.

Quinto : Capacitar a los colaboradores nuevos que recién entren a la empresa para evitar malos entendidos con los usuarios, además las unidades deben contar con un personal calificado ante la inseguridad de tal forma que el usuario se sienta seguro al momento de abordar la unidad.

Sexto : Conservar una adecuada interacción entre el jefe y el colaborador estableciendo correctamente la comunicación ya que es un medio efectivo en casos internos en la empresa, con la finalidad de comprender y proveer errores ante cualquier suceso fortuito por ello se contara con personal calificado para entender a cada usuario.

REFERENCIAS

- Acosta lopez , A., & Rodriguez, C. (2018). Calidad del Servicio en el Sector Transporte Urbano Moderno en Lima Metropolitana. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12649/ACOSTA_A_STUDILLO_CALIDAD_TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Akhtar, I. (2016). Research in Social Science: Interdisciplinary Perspectives. *Research in Social Science: Interdisciplinary Perspectives* , 68-84.
- Antunes , E., & Simões, A. (2013). Engenharia urbana aplicada: um estudo sobre a qualidade do transporte público em cidades médias. *Ciudad Revista Brasileña de Gestion Urbana* . Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692013000200006
- Bayo , C., Valdez, W., & Bobarin , J. (2019). Analisis del nivel de Satisfaccion de los usuarios del transporte publico (taxis) en la ciudad de sucre. *Revista Investigacion y Negocio*, 12(20), 149-171. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200012
- Castrillon , A. (2014). *Fundamentos Generales de la Administracion*. Esumer, 2014. Obtenido de <https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/fundamentos-generales-de-administracion.pdf>
- Chavez, c., & Quesada , R. (2017). Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Peru. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9587/CHAVEZ_QUEZADA_CALIDAD_INTERPROVINCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato , I. (2011). *Introduccion a la Teoria General de la Administracion*. McGraw-Hill. 1995. Obtenido de https://www.academia.edu/35963530/Chiavenato_I._2006_.Introducci%C3%B3n_a_l

a_teor%C3%ADa_general_de_la_administraci%C3%B3n._7a._ed._.M%C3%A9xico
._McGraw_Hill._pp._298

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7 ed.). México: Mc Graw-Hill. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría Gneral de la Administración* (7 ed.). México: Mc Graw-Hill. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7 ed.). México: Mc Graw-Hill. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Cosío Peña, R., & Taipei Cruz, F. Y. (2017). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte interprovincial de la ciudad de Abancay, 2014. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/569>

Fernanda, M., Carrillo, O., & Huerta, S. (2017). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del Sistema Integrado Transporte masivo urbano de Guayaquil Metrovia, 2016. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(2), 147-155. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n2/rus20217.pdf>

Flora, M., & Ewbank, H. (2019). Framework for urban freight transport analysis in medium-sized cities. *Revista brasileira de gestão Urbana*. Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692019000100280&tlng=en

Flores Chuctayo, J. (2018). Calidad del Servicio Y la Satisfacción del Cliente de la Empresa de Transporte Huapaya S.A 2018. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/711/1/Flores%20Chuctayo%2C%20Joan%20Sebastian.pdf>

- Garaycochea , O., & Ticona , E. (2015). Rutas de ransporte publico y situacion de la tuberculosis en Lima - Peru. *Revista Peruana de Medicina Experimental y salud Publica*, 32(1), 93-97. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342015000100014
- Gomes , Y., & Semeshenko, V. (2018). Transportation and urban quality of life. A case study of the Metroplus in Medellin, Colombia. *lecturas economicas*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962018000200103
- Hall, R. (1895). *Organizaciones Estructura y Proceso*. Dossat, S. A. Obtenido de https://selinea.unidep.edu.mx/files/472to845_r6042201604250212266734072.pdf
- Hall, R. (1985). *Oganizaciones Estructura y Proceso* (3 ed.). Dossat, S. A. Obtenido de https://selinea.unidep.edu.mx/files/472to845_r6042201604250212266734072.pdf
- Kotler , P. (2003). *Direccion de marketing* (PHILIP KOTLER and KEVIN KELLER ed.). Obtenido de <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios* (6 ed.). PEARSON EDUCACIÓN, México, 2009. Obtenido de <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>
- Navarro , I., & Galilea , P. (2018). Transporte y su Integracion con el entorno Urbano ¿como incorporamos los beneficios de elementos urbanos en la evaluacion de proyectos de transporte ? *Eure Santiago* . Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612018000200135#B26
- Peña , K., Rey, J., & Talaverano, A. (2019). Factores Asociados a Somnolencia Diurna en Conductores de Transporte Publico de Lima Metropolitana. *Revista Peruana de*

Medicina Experimental y Salud Publica , 36(4), 629-635. doi:
<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2019.364.4305>

Quevedo , F., & Asprilla , Y. (2017). Urban transport entropies in the metropolitan area of Guadalajara: Automobility and air quality. *tecnura*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-921X2017000300138

ROBBINS, S. (2013). *Fundamentos de Administracion* (8 ed.). D.R. ©2013 por Pearson Educación de México,S.A. de C.V. Obtenido de https://www.academia.edu/28751366/Fundamentos_de_administracion_-_Stephen_P._Robbins.pdf

Romero , J., Gaspar, N., & Bautista , E. (2016). Percepcion de la satisfaccion del servicio en el transporte publico solo para mujeres. *Revista Transporte y Territorio*(15), 164-182. doi:<https://doi.org/10.34096/rtt.i15.2856>

Santa Maria , R., & Ceron, L. (2019). Rasgos de personalidad y Síndrome burnout en un grupo de conductores de transporte de lima. *Revista de Investigacion y casos en salud*, 4(3), 176-186. Obtenido de <https://casus.ucss.edu.pe/index.php/casus/article/view/217>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, SA DE CV ed.). Obtenido de https://www.academia.edu/33780522/Fundamentos_De_Marketing_-_Stanton_W._Etzel_M._Walker_B._McGrawHill_14e._2007.pdf

Valdez Molina, E. (2018). Calidad en el Servicio al Cliente en el Transporte Publico Urbano en la provincia del Cusco. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13217/VALDEZ_SACA_CALIDAD_TRANSPORTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título: Satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020

Problema general	Objetivo general	Categoría 1:				
		Sub categorías	Dimensiones	Ítem	Escala	Nivel
¿Cuál es el nivel que predomina en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Analizar el nivel de mayor predominancia en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020		1. Tangibilidad	1-4	Likert	Pésimo, regular, bueno
			2. Fiabilidad	5-9	Likert	Pésimo, regular, bueno
			3. Capacidad de respuesta	10-13	Likert	Pésimo, regular, bueno
			4. Seguridad	14-17	Likert	Pésimo, regular, bueno
			5. Empatía	18-22	Likert	Pésimo, regular, bueno
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría 2:				
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020	Sub categorías	Dimensiones	Ítem	Escala	Nivel
			1. Tangibilidad	1-4	Likert	Pésimo, regular, bueno
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020		2. Fiabilidad	5-9	Likert	Pésimo, regular, bueno

¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020		3.Capacidad de respuesta	10-13	Likert	Pésimo, regular, bueno
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de predominancia respecto a la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020.		4. Seguridad	14-17	Likert	Pésimo, regular, bueno
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de predominancia respecto a la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020.		5. Empatía	18-22	Likert	Pésimo, regular, bueno
Método		Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos			Procedimiento y análisis de datos
Enfoque: Cuantitativo Tipo: Sustantivo Diseño: Descriptivo simple Método: Descriptivo		Población: 34,000 Muestra: 202	Técnicas: Encuesta Instrumentos: Formulario			Procedimiento: Estadística descriptiva Análisis de datos:

Anexo 2: Instrumento cuantitativo

Sección 1 de 6

Cuestionario para medir la percepción de la satisfacción del usuario [redacted] Lima – 2020

Estimado usuario [redacted], estamos realizando un trabajo de investigación y queremos conocer tu nivel de satisfacción. No existe respuesta buena, ni mala. Agradecemos tu apoyo.

Genero *

Masculino

Femenino

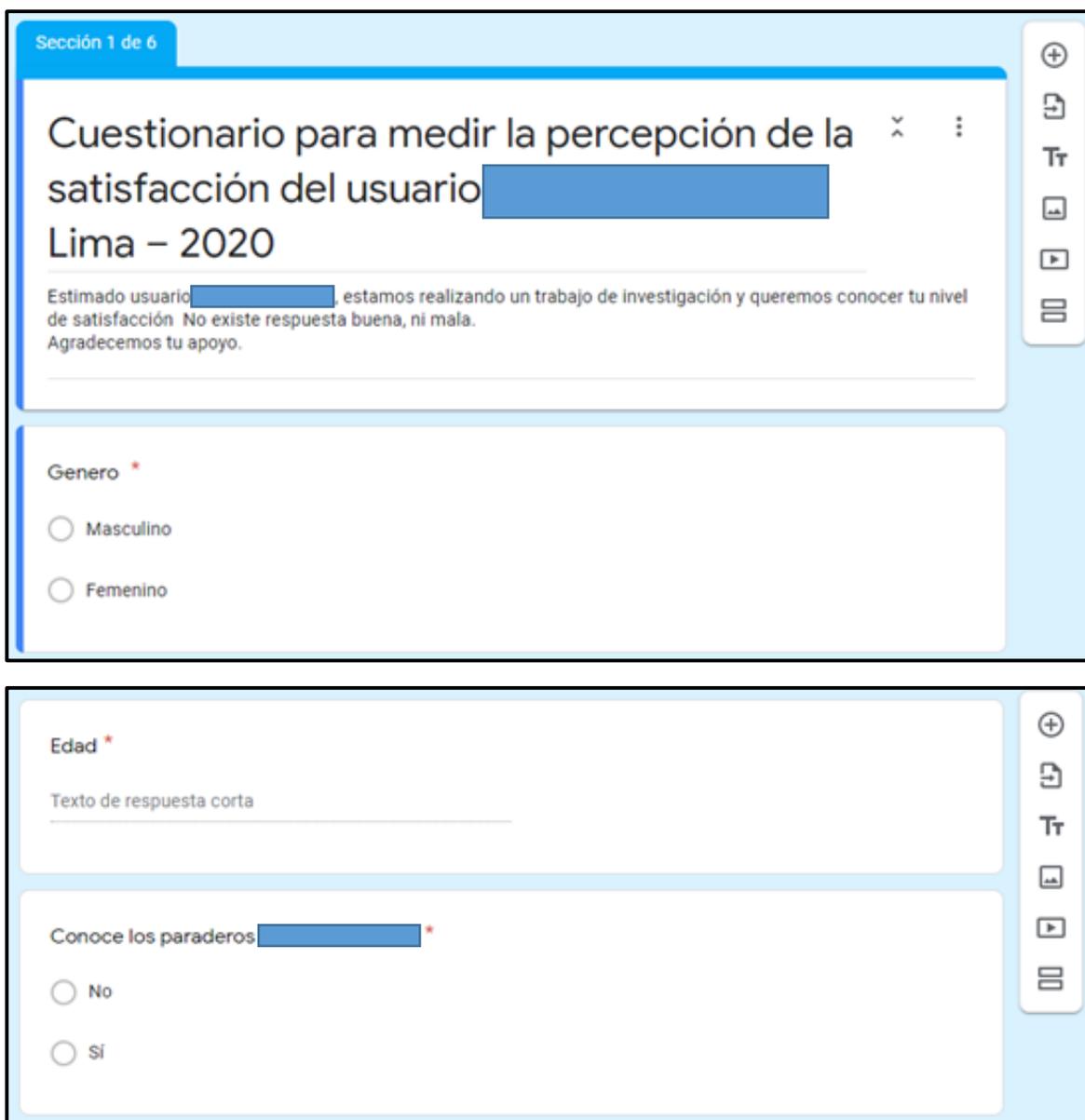
Edad *

Texto de respuesta corta

Conoce los paraderos [redacted] *

No

Si



D1: Tangibilidad

Descripción (opcional)

P1: El personal de servicio tiene puesto todo los implementos de bioseguridad (mascarilla, lentes, visor de seguridad, alcohol en gel) *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P2: Los paraderos físicos del corredor azul son visualmente atractivas. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P3: Los trabajadores del corredor azul usan correctamente el uniforme de trabajo *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P4: Los elementos materiales relacionados con el servicio que utiliza el corredor azul (tarjeta, folletos, control de entrada y salida de usuarios, etc) son visualmente atractivos. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Sección 3 de 6

D2: Fiabilidad

Descripción (opcional)

P5: El corredor azul cumple con las mejoras en el servicio de transporte, en su debido tiempo. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P6: Cuando un usuario presenta un problema, el personal del corredor azul muestra interés en resolver. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P7: El corredor azul cumple de manera correcta el servicio que brinda, tomando en cuenta los protocolos de bioseguridad *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P8: El corredor azul brinda sus servicios en el tiempo que ellos prometen. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P9: El personal del corredor azul mantiene registros libres de errores (libros de reclamaciones, página web, App). *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

D3: Capacidad de respuesta

Descripción (opcional)

P10: los trabajadores del corredor azul informan correctamente acerca de las dudas que presente el usuario. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P11: los trabajadores del corredor azul brindan servicio rápido a los usuarios que presenten síntomas respiratorios. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P12: En el corredor azul los trabajadores están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P13: Los trabajadores del corredor azul, nunca está demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Sección 5 de 6

D4: Seguridad

Descripción (opcional)

P14: En el corredor azul el comportamiento del personal inspira confianza. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P15: Usted como usuario se siente seguro al usar el corredor azul. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P16: En el corredor azul los empleados son siempre amables con el usuario. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

⋮

P17: En el corredor azul los colaboradores tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas del usuario. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Sección 6 de 6

D5: Empatía

Descripción (opcional)

P18: El corredor azul da a los usuarios una atención individualizada. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre



...

P19: Los horarios del corredor azul son convenientes para todos los usuarios. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

...

P20: El corredor azul cuenta con personal que ofrece una atención personalizada a sus usuarios. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P21: El corredor azul se muestra pendiente por los intereses y necesidades reales de los usuarios, ante esta emergencia que estamos viviendo. *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

P22: El personal del corredor azul comprende las necesidades específicas del usuario. *

Nunca
 Casi nunca
 A veces
 Casi siempre
 Siempre

Anexo 3: Base de datos (instrumento cuantitativo)

Cuestionario para medir la percepción de la satisfacción del usuario del corredor azul - Lima - 2020 (respuestas) (1) - Microsoft Excel									
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Marca temporal	Genero	Edad	Conoce los paraderos del P1: El personal de sernici	P2: Los paraderos fisicos	P3: Los trabajadores del	P4: Los elementos maten	P5: El corredor az		
1	5/22/2020 3:09:12	Masculino	28	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	A veces
2	5/22/2020 3:13:10	Femenino	26	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
3	5/22/2020 11:11:47	Masculino	30	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
4	5/22/2020 13:36:36	Femenino	33	Si	Casi siempre	Nunca	Siempre	Casi siempre	A veces
5	5/22/2020 19:46:32	Masculino	29	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre
6	5/22/2020 21:18:41	Masculino	29	Si	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Casi siempre
7	5/22/2020 21:24:11	Femenino	23	Si	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	A veces
8	5/23/2020 10:34:45	Femenino	26	Si	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Nunca	A veces
9	5/23/2020 11:42:58	Femenino	20	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
10	5/23/2020 13:18:42	Femenino	22	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A veces
11	5/23/2020 16:16:14	Masculino	26	Si	Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces	Casi siempre
12	5/24/2020 13:52:59	Masculino	30	Si	Siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
13	5/24/2020 15:27:35	Femenino	23	Si	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces
14	5/26/2020 17:30:23	Masculino	35	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
15	5/26/2020 17:33:54	Femenino	32	Si	Siempre	Nunca	Casi siempre	Nunca	Casi nunca
16	5/26/2020 17:37:54	Femenino	22	Si	Casi siempre	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
17	5/26/2020 19:22:49	Femenino	22	Si	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
18	5/26/2020 19:36:52	Femenino	21	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre
19	5/26/2020 19:59:12	Femenino	23	Si	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
20	5/26/2020 21:24:56	Femenino	30	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre
21	5/26/2020 21:29:12	Femenino	23	Si	Siempre	A veces	Siempre	A veces	Casi siempre
22	5/26/2020 21:35:11	Femenino	22	Si	A veces	A veces	Siempre	Siempre	A veces
23	5/26/2020 21:41:17	Masculino	30	Si	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces
24	5/26/2020 22:37:26	Masculino	29	Si	Casi siempre	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
25	5/26/2020 23:30:27	Masculino	35	Si	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	A veces
26	5/26/2020 23:32:01	Femenino	26	Si	Casi siempre	A veces	A veces	A veces	A veces
27	5/26/2020 23:36:14	Femenino	28	Si	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre
28	5/26/2020 23:46:46	Femenino	25	Si	Casi siempre	A veces	A veces	A veces	Casi nunca
29	5/26/2020 23:55:52	Masculino	18	Si	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces
30	5/27/2020 0:04:13	Masculino	27	Si	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre
31	5/27/2020 0:16:40	Femenino	25	Si	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
32	5/27/2020 0:28:27	Masculino	25	Si	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Nunca
33	5/27/2020 0:29:22	Masculino	19	Si	A veces	A veces	A veces	A veces	A veces
34	5/27/2020 0:51:24	Masculino	35	Si	Casi siempre	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
35	5/27/2020 0:55:03	Femenino	29	Si	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Nunca	Casi nunca
36	5/27/2020 1:01:34	Femenino	26	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
37	5/27/2020 8:14:08	Masculino	24	Si	Siempre	Casi nunca	Siempre	Siempre	A veces
38	5/27/2020 8:42:16	Masculino	32	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
39	5/27/2020 9:21:45	Femenino	25	Si	A veces	A veces	A veces	A veces	A veces
40	5/27/2020 10:36:24	Femenino	27	Si	Casi siempre	Casi nunca	Siempre	Casi siempre	Casi siempre

42	5/27/2020 11:50:30	Femenino	22	Si	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
43	5/28/2020 15:08:40	Femenino	25	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Nunca	Casi nunca
44	5/28/2020 15:11:17	Masculino	35	Si	Casi siempre	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
45	5/28/2020 20:43:05	Masculino	39	Si	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	A veces	A veces
46	5/28/2020 20:45:10	Masculino	23	Si	Nunca	A veces	Siempre	Casi nunca	A veces
47	5/28/2020 20:46:21	Masculino	37	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
48	5/28/2020 20:49:01	Femenino	20	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
49	5/28/2020 20:58:57	Femenino	24	Si	Casi siempre	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
50	5/28/2020 21:01:35	Femenino	45	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
51	5/28/2020 21:05:22	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Nunca	Nunca
52	5/28/2020 21:09:32	Masculino	35	Si	Siempre	A veces	Siempre	A veces	A veces
53	5/28/2020 21:18:45	Femenino	20	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre
54	5/28/2020 21:35:56	Femenino	20	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre
55	5/28/2020 22:17:18	Masculino	27	Si	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Siempre	Casi siempre
56	5/28/2020 22:32:59	Femenino	22	Si	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
57	5/28/2020 22:34:45	Masculino	27	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
58	5/28/2020 22:47:49	Femenino	32	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
59	5/28/2020 22:50:50	Femenino	26	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
60	5/28/2020 23:20:22	Masculino	23	Si	Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces	Casi siempre
61	5/28/2020 23:44:43	Masculino	29	Si	A veces	Nunca	A veces	Nunca	A veces
62	5/29/2020 0:31:43	Masculino	30	Si	A veces	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
63	5/29/2020 0:34:37	Femenino	20	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
64	5/29/2020 0:38:15	Femenino	37	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
65	5/29/2020 0:42:12	Femenino	26	Si	Casi siempre	Nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
66	5/29/2020 0:44:27	Femenino	26	Si	A veces	A veces	A veces	Casi nunca	Casi nunca
67	5/29/2020 0:45:07	Masculino	28	Si	Casi siempre	Nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
68	5/29/2020 3:49:30	Masculino	43	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	A veces
69	5/29/2020 4:31:37	Masculino	20	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	A veces
70	5/29/2020 5:57:48	Masculino	33	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Nunca	Nunca
71	5/29/2020 8:25:57	Femenino	31	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
72	5/29/2020 10:26:00	Masculino	33	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre
73	5/29/2020 11:17:06	Masculino	24	Si	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	A veces
74	5/29/2020 12:01:20	Masculino	24	Si	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces
75	5/29/2020 12:46:39	Femenino	28	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca
76	5/29/2020 13:55:04	Femenino	25	Si	Siempre	A veces	Siempre	A veces	Casi siempre
77	5/29/2020 22:44:57	Masculino	37	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	A veces	Siempre
78	5/29/2020 22:50:21	Femenino	28	Si	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	A veces
79	5/29/2020 23:43:53	Femenino	39	Si	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre
80	5/30/2020 0:07:19	Masculino	32	Si	A veces	Casi nunca	A veces	A veces	A veces
81	5/30/2020 23:15:33	Masculino	32	Si	A veces	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca
82	5/30/2020 23:18:08	Femenino	24	Si	Casi nunca	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
83	5/31/2020 0:14:42	Femenino	22	Si	A veces	Siempre	A veces	Siempre	Casi siempre
84	5/31/2020 11:18:41	Masculino	28	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Nunca	Casi nunca
85	5/31/2020 11:21:57	Femenino	21	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
86	5/31/2020 11:24:58	Femenino	28	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
87	5/31/2020 11:27:32	Femenino	32	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
88	5/31/2020 11:30:07	Masculino	29	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
89	5/31/2020 11:38:57	Masculino	25	Si	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
90	5/31/2020 11:41:22	Femenino	26	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
91	5/31/2020 11:44:02	Masculino	27	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
92	5/31/2020 11:48:32	Masculino	25	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Nunca
93	5/31/2020 11:50:44	Femenino	28	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
94	5/31/2020 11:53:05	Masculino	27	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
95	5/31/2020 11:56:18	Femenino	30	Si	A veces	Nunca	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
96	5/31/2020 11:58:20	Masculino	45	Si	Casi nunca	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
97	5/31/2020 12:00:23	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
98	5/31/2020 12:01:49	Femenino	24	Si	A veces	Nunca	Casi nunca	Nunca	Nunca
99	5/31/2020 12:03:30	Femenino	29	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
100	5/31/2020 19:55:02	Masculino	45	Si	A veces	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	A veces
101	6/1/2020 0:33:29	Femenino	26	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi siempre	A veces
102	6/1/2020 2:44:51	Masculino	23	Si	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre
103	6/1/2020 2:45:44	Masculino	21	Si	A veces	A veces	Siempre	Casi siempre	Casi nunca
104	6/1/2020 2:49:20	Femenino	20	Si	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre
105	6/1/2020 2:53:38	Femenino	35	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre
106	6/1/2020 2:55:09	Masculino	40	Si	Casi siempre	A veces	Siempre	A veces	Siempre
107	6/1/2020 2:56:42	Masculino	23	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
108	6/1/2020 2:58:31	Femenino	32	Si	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre
109	6/1/2020 3:02:56	Femenino	37	Si	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
110	6/1/2020 8:35:20	Masculino	30	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
111	6/1/2020 8:37:41	Femenino	32	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
112	6/1/2020 8:41:11	Femenino	27	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
113	6/1/2020 9:06:55	Femenino	35	Si	A veces	A veces	A veces	Nunca	Casi nunca
114	6/1/2020 12:38:26	Masculino	35	Si	A veces	Nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
115	6/1/2020 12:40:27	Masculino	28	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Nunca
116	6/1/2020 12:42:56	Masculino	36	Si	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Nunca
117	6/1/2020 12:44:58	Femenino	45	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
118	6/1/2020 12:46:41	Femenino	25	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
119	6/1/2020 12:48:08	Femenino	27	Si	A veces	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
120	6/1/2020 12:50:10	Masculino	40	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
121	6/1/2020 12:53:00	Masculino	30	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
122	6/1/2020 12:55:21	Femenino	25	Si	A veces	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
123	6/1/2020 12:57:13	Masculino	23	Si	Casi nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Casi nunca
124	6/1/2020 14:25:39	Masculino	23	Si	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre
125	6/1/2020 14:28:32	Femenino	28	Si	Siempre	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre
126	6/1/2020 14:31:37	Masculino	30	Si	A veces	A veces	Casi siempre	Siempre	A veces
127	6/1/2020 18:51:01	Masculino	24	Si	Casi siempre	Siempre	A veces	Siempre	Casi siempre
128	6/1/2020 19:01:23	Femenino	47	Si	Casi siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre
129	6/1/2020 23:05:28	Masculino	26	Si	Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces	A veces
130	6/1/2020 23:09:58	Femenino	38	Si	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces
131	6/2/2020 1:36:37	Femenino	22	Si	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	A veces
132	6/2/2020 8:33:30	Masculino	28	Si	A veces	Nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
133	6/2/2020 8:35:40	Femenino	36	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
134	6/2/2020 8:37:44	Femenino	25	Si	A veces	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
135	6/2/2020 8:39:46	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A veces
136	6/2/2020 8:41:52	Masculino	32	Si	Casi nunca	Nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
137	6/2/2020 8:44:01	Masculino	45	Si	Casi nunca				
138	6/2/2020 8:45:52	Masculino	23	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
139	6/2/2020 8:47:57	Masculino	40	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
140	6/2/2020 8:50:04	Masculino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A veces

141	6/2/2020 8:52:06	Masculino	30	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
142	6/2/2020 8:53:45	Femenino	28	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
143	6/2/2020 8:55:36	Femenino	30	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
144	6/2/2020 8:57:01	Masculino	39	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
145	6/2/2020 8:58:32	Masculino	29	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
146	6/2/2020 9:00:50	Masculino	27	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
147	6/2/2020 9:03:17	Masculino	45	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
148	6/2/2020 13:02:53	Masculino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
149	6/2/2020 13:04:31	Masculino	28	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
150	6/2/2020 13:06:17	Masculino	25	Si	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
151	6/2/2020 13:08:02	Femenino	25	Si	A veces	Nunca	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca
152	6/2/2020 13:09:55	Femenino	29	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
153	6/2/2020 13:11:21	Femenino	35	Si	Casi nunca				
154	6/2/2020 13:13:05	Femenino	26	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A veces
155	6/2/2020 13:14:18	Femenino	22	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
156	6/2/2020 13:16:01	Masculino	36	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A veces
157	6/2/2020 13:18:03	Masculino	40	Si	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Nunca	Casi nunca
158	6/2/2020 13:19:44	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
159	6/2/2020 13:21:21	Femenino	24	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
160	6/2/2020 13:28:07	Masculino	29	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
161	6/2/2020 13:29:27	Masculino	27	Si	A veces	Casi nunca	Casi nunca	Nunca	Casi nunca
162	6/2/2020 13:30:49	Masculino	40	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
163	6/2/2020 13:32:04	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
164	6/2/2020 13:33:30	Femenino	32	Si	A veces	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	A veces
165	6/2/2020 13:34:44	Femenino	27	Si	Casi nunca				
166	6/2/2020 13:36:14	Masculino	37	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
167	6/2/2020 13:37:25	Femenino	34	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
168	6/2/2020 13:41:26	Femenino	26	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Casi nunca
169	6/2/2020 13:42:47	Femenino	26	Si	Casi nunca	A veces	Nunca	Casi nunca	A veces
170	6/2/2020 13:43:39	Femenino	28	Si	Casi nunca	Casi siempre	A veces	Casi nunca	A veces
171	6/2/2020 13:44:41	Femenino	33	Si	A veces	A veces	A veces	Casi siempre	Casi siempre
172	6/2/2020 13:45:55	Femenino	26	Si	Nunca	Casi nunca	A veces	A veces	Casi nunca
173	6/2/2020 13:47:20	Femenino	40	Si	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	A veces
174	6/2/2020 13:48:28	Masculino	45	Si	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	A veces
175	6/2/2020 13:49:50	Masculino	38	Si	A veces	A veces	Casi siempre	Casi siempre	A veces
176	6/3/2020 13:05:16	Masculino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
177	6/3/2020 13:14:38	Masculino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
178	6/3/2020 13:15:24	Femenino	21	Si	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre
179	6/3/2020 13:17:04	Femenino	37	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
180	6/3/2020 13:18:40	Femenino	25	Si	Casi nunca				
181	6/3/2020 13:20:38	Femenino	35	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
182	6/3/2020 13:23:20	Femenino	26	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
183	6/3/2020 13:25:27	Femenino	34	Si	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	A veces	Siempre
184	6/3/2020 13:25:58	Femenino	43	Si	A veces	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre
185	6/3/2020 13:26:12	Masculino	23	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
186	6/3/2020 13:29:37	Femenino	30	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
187	6/3/2020 13:29:44	Masculino	19	Si	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	A veces
188	6/3/2020 13:32:56	Masculino	32	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Nunca	Casi nunca
189	6/3/2020 13:33:28	Masculino	28	Si	Casi siempre	Nunca	A veces	Casi nunca	A veces
190	6/3/2020 13:35:29	Femenino	23	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
191	6/3/2020 13:38:37	Masculino	45	Si	Casi nunca				
192	6/3/2020 13:39:30	Femenino	22	Si	A veces				
193	6/3/2020 13:40:26	Femenino	44	Si	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre
194	6/3/2020 13:40:55	Masculino	27	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
195	6/3/2020 13:43:45	Masculino	40	Si	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre
196	6/3/2020 13:46:23	Masculino	50	Si	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre
197	6/3/2020 13:47:25	Masculino	39	Si	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	A veces	A veces
198	6/3/2020 13:48:41	Femenino	32	Si	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
199	6/3/2020 13:50:19	Femenino	45	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre
200	6/3/2020 13:55:45	Masculino	26	Si	Siempre	A veces	Casi siempre	A veces	Casi nunca
201	6/3/2020 13:56:47	Femenino	20	Si	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre
202	6/3/2020 14:01:02	Femenino	39	Si	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
203	6/3/2020 15:02:39	Masculino	28	Si	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca

Anexo 4: Evidencia del SPSS

Resultado-ALEXANDER-SB.sps [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

RESULTADO

FRECUENCIAS VARIABLES=Genero Edad P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18
P19 P20 P21 P22
/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Estadísticos

	Genero	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
N	Válido 202	202	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Perdidos 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabla de frecuencia

Genero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	95	47,0	47,0	47,0
Femenino	107	53,0	53,0	100,0
Total	202	100,0	100,0	

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18,0	1	,5	,5	,5
19,0	2	1,0	1,0	1,5
20,0	8	4,0	4,0	5,4
21,0	4	2,0	2,0	7,4
22,0	10	5,0	5,0	12,4
23,0	13	6,4	6,4	18,8
24,0	8	4,0	4,0	22,8
25,0	14	6,9	6,9	29,7
26,0	17	8,4	8,4	38,1
27,0	12	5,9	5,9	44,1
28,0	16	7,9	7,9	52,0
29,0	10	5,0	5,0	56,9
30,0	12	5,9	5,9	62,9
31,0	1	,5	,5	63,4
32,0	12	5,9	5,9	69,3
33,0	4	2,0	2,0	71,3
34,0	2	1,0	1,0	72,3
35,0	19	9,4	9,4	81,7
36,0	3	1,5	1,5	83,2
37,0	6	3,0	3,0	86,1
38,0	2	1,0	1,0	87,1
39,0	5	2,5	2,5	89,6
40,0	7	3,5	3,5	93,1

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18,0	1	,5	,5	,5
19,0	2	1,0	1,0	1,5
20,0	8	4,0	4,0	5,4
21,0	4	2,0	2,0	7,4
22,0	10	5,0	5,0	12,4
23,0	13	6,4	6,4	18,8
24,0	8	4,0	4,0	22,8
25,0	14	6,9	6,9	29,7
26,0	17	8,4	8,4	38,1
27,0	12	5,9	5,9	44,1
28,0	16	7,9	7,9	52,0
29,0	10	5,0	5,0	56,9
30,0	12	5,9	5,9	62,9
31,0	1	,5	,5	63,4
32,0	12	5,9	5,9	69,3
33,0	4	2,0	2,0	71,3
34,0	2	1,0	1,0	72,3
35,0	19	9,4	9,4	81,7
36,0	3	1,5	1,5	83,2
37,0	6	3,0	3,0	86,1
38,0	2	1,0	1,0	87,1
39,0	5	2,5	2,5	89,6
40,0	7	3,5	3,5	93,1

26.0	17	8.4	8.4	28.1
27.0	12	5.9	5.9	44.1
28.0	16	7.9	7.9	52.0
29.0	10	5.0	5.0	56.9
30.0	12	5.9	5.9	62.9
31.0	1	.5	.5	63.4
32.0	12	5.9	5.9	69.3
33.0	4	2.0	2.0	71.3
34.0	2	1.0	1.0	72.3
35.0	19	9.4	9.4	81.7
36.0	3	1.5	1.5	83.2
37.0	6	3.0	3.0	86.1
38.0	2	1.0	1.0	87.1
39.0	5	2.5	2.5	89.6
40.0	7	3.5	3.5	93.1
43.0	2	1.0	1.0	94.1
44.0	1	.5	.5	94.6
45.0	9	4.5	4.5	99.0
47.0	1	.5	.5	99.5
50.0	1	.5	.5	100.0
Total	202	100.0	100.0	

P1				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1.5	1.5
	Casi nunca	26	12.9	14.4

P1				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1.5	1.5
	Casi nunca	26	12.9	14.4
	A veces	93	46.0	60.4
	Casi siempre	49	24.3	84.7
	Siempre	31	15.3	100.0
Total	202	100.0	100.0	

P2				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	39	19.3	19.3
	Casi nunca	86	42.6	61.9
	A veces	30	14.9	76.7
	Casi siempre	30	14.9	91.6
	Siempre	17	8.4	100.0
Total	202	100.0	100.0	

P3				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1.0	1.0

P3				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1.0	1.0
	Casi nunca	20	9.9	10.9
	A veces	96	47.5	58.4
	Casi siempre	53	26.2	84.7
	Siempre	31	15.3	100.0
Total	202	100.0	100.0	

P4				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	9.9	9.9
	Casi nunca	100	49.5	59.4
	A veces	26	12.9	72.3
	Casi siempre	34	16.8	89.1
	Siempre	22	10.9	100.0
Total	202	100.0	100.0	

P5				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	5.0	5.0

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P6
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

Tabla de frecuencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Total		202	100,0	100,0	

P5

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		10	5,0	5,0	5,0
Casi nunca		102	50,5	50,5	55,4
A veces		44	21,8	21,8	77,2
Casi siempre		29	14,4	14,4	91,6
Siempre		17	8,4	8,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P6

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		1	,5	,5	,5
Casi nunca		45	22,3	22,3	22,8
A veces		109	54,0	54,0	76,7
Casi siempre		27	13,4	13,4	90,1
Siempre		20	9,9	9,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P7

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		2	1,0	1,0	1,0
Casi nunca		19	9,4	9,4	10,4
A veces		108	53,5	53,5	63,9
Casi siempre		50	24,8	24,8	88,6
Siempre		23	11,4	11,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P6
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

Tabla de frecuencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre		20	9,9	9,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P7

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		2	1,0	1,0	1,0
Casi nunca		19	9,4	9,4	10,4
A veces		108	53,5	53,5	63,9
Casi siempre		50	24,8	24,8	88,6
Siempre		23	11,4	11,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P8

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		22	10,9	10,9	10,9
Casi nunca		88	43,6	43,6	54,5
A veces		53	26,2	26,2	80,7
Casi siempre		26	12,9	12,9	93,6
Siempre		13	6,4	6,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P9

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		14	6,9	6,9	6,9
Casi nunca		116	57,4	57,4	64,4
A veces		23	11,4	11,4	75,7
Casi siempre		33	16,3	16,3	92,1
Siempre		16	7,9	7,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P6
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

Tabla de frecuencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre		13	6,4	6,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P9

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		14	6,9	6,9	6,9
Casi nunca		116	57,4	57,4	64,4
A veces		23	11,4	11,4	75,7
Casi siempre		33	16,3	16,3	92,1
Siempre		16	7,9	7,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P10

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		4	2,0	2,0	2,0
Casi nunca		27	13,4	13,4	15,3
A veces		125	61,9	61,9	77,2
Casi siempre		29	14,4	14,4	91,6
Siempre		17	8,4	8,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P11

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		4	2,0	2,0	2,0
Casi nunca		27	13,4	13,4	15,3
A veces		125	61,9	61,9	77,2
Casi siempre		29	14,4	14,4	91,6
Siempre		17	8,4	8,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	17	8,4	8,4	100,0
Siempre	17	8,4	8,4	100,0
Total	202	100,0	100,0	

P11

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		3	1,5	1,5	1,5
Casi nunca		19	9,4	9,4	10,9
A veces		115	56,9	56,9	67,8
Casi siempre		45	22,3	22,3	90,1
Siempre		20	9,9	9,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P12

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		1	,5	,5	,5
Casi nunca		19	9,4	9,4	9,9
A veces		118	58,4	58,4	68,3
Casi siempre		50	24,8	24,8	93,1
Siempre		14	6,9	6,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P13

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		5	2,5	2,5	2,5
Casi nunca		32	15,8	15,8	18,3
A veces		87	43,1	43,1	61,4
Casi siempre		71	35,1	35,1	96,5
Siempre		7	3,5	3,5	100,0
Total		202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

P13

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		5	2,5	2,5	2,5
Casi nunca		32	15,8	15,8	18,3
A veces		87	43,1	43,1	61,4
Casi siempre		71	35,1	35,1	96,5
Siempre		7	3,5	3,5	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P14

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		4	2,0	2,0	2,0
Casi nunca		30	14,9	14,9	16,8
A veces		104	51,5	51,5	68,3
Casi siempre		40	19,8	19,8	88,1
Siempre		24	11,9	11,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P15

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		21	10,4	10,4	10,4
Casi nunca		77	38,1	38,1	48,5
A veces		43	21,3	21,3	69,8
Casi siempre		36	17,8	17,8	87,6
Siempre		25	12,4	12,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

P15

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		21	10,4	10,4	10,4
Casi nunca		77	38,1	38,1	48,5
A veces		43	21,3	21,3	69,8
Casi siempre		36	17,8	17,8	87,6
Siempre		25	12,4	12,4	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P16

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca		1	,5	,5	,5
Casi nunca		28	13,9	13,9	14,4
A veces		123	60,9	60,9	75,2
Casi siempre		34	16,8	16,8	92,1
Siempre		16	7,9	7,9	100,0
Total		202	100,0	100,0	

P17

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca		28	13,9	13,9	13,9
A veces		121	59,9	59,9	73,8
Casi siempre		38	18,8	18,8	92,6

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

P17

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	28	13,9	13,9	13,9
	A veces	121	59,9	59,9	73,8
	Casi siempre	38	18,8	18,8	92,6
	Siempre	15	7,4	7,4	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

P18

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	24	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	99	49,0	49,0	60,9
	A veces	45	22,3	22,3	83,2
	Casi siempre	21	10,4	10,4	93,6
	Siempre	13	6,4	6,4	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

P19

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	27	13,4	13,4	13,4
	A veces	111	55,0	55,0	68,3
	Casi siempre	55	27,2	27,2	95,5
	Siempre	9	4,5	4,5	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

P19

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	27	13,4	13,4	13,4
	A veces	111	55,0	55,0	68,3
	Casi siempre	55	27,2	27,2	95,5
	Siempre	9	4,5	4,5	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

P20

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	21	10,4	10,4	10,4
	Casi nunca	96	47,5	47,5	57,9
	A veces	37	18,3	18,3	76,2
	Casi siempre	29	14,4	14,4	90,6
	Siempre	19	9,4	9,4	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

P21

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	4	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	23	11,4	11,4	13,4
	A veces	120	59,4	59,4	72,8
	Casi siempre	35	17,3	17,3	90,1
	Siempre	20	9,9	9,9	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Frecuencias
 - Título
 - Notas
 - Estadísticos
 - Tabla de frecuencias
 - Título
 - Genero
 - Edad
 - P1
 - P2
 - P3
 - P4
 - P5
 - P7
 - P8
 - P9
 - P10
 - P11
 - P12
 - P13
 - P14
 - P15
 - P16
 - P17
 - P18
 - P19
 - P20
 - P21
 - P22

Casi siempre 29 14,4 14,4 90,6

Siempre 19 9,4 9,4 100,0

Total 202 100,0 100,0

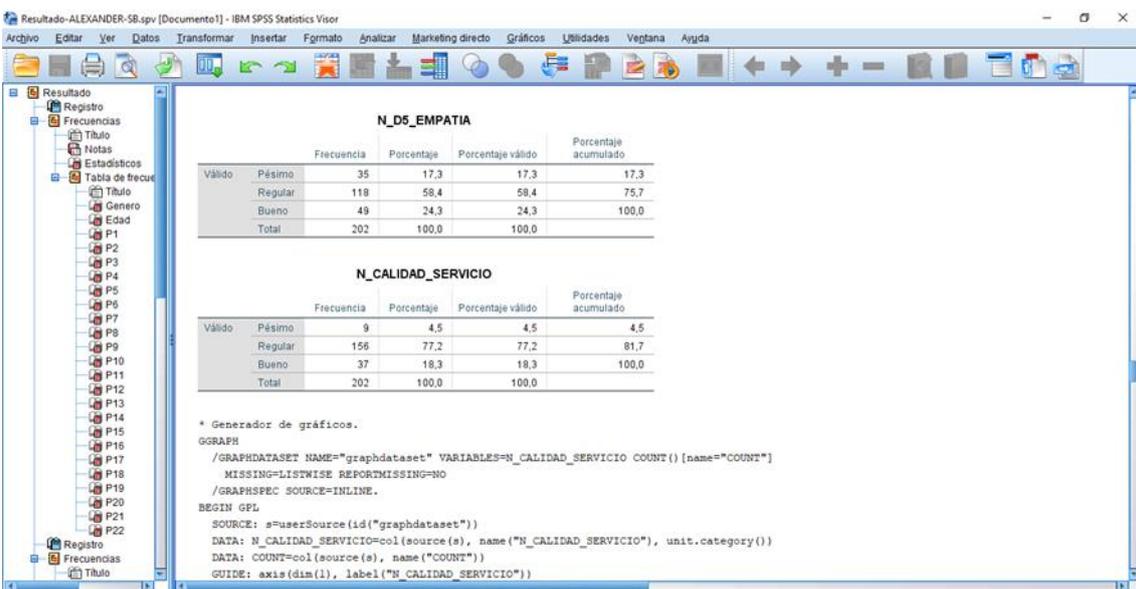
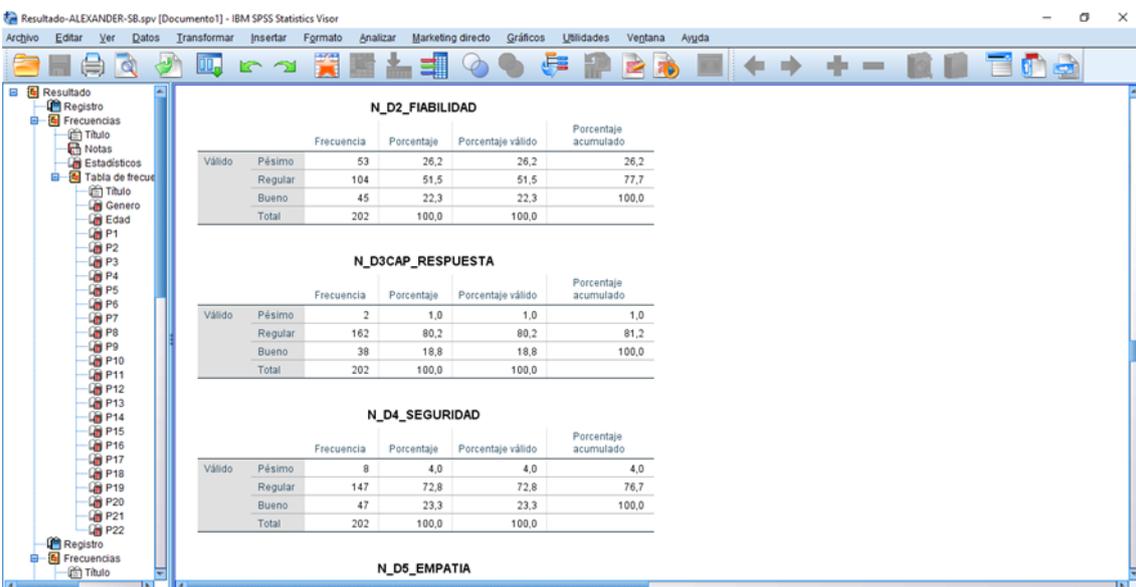
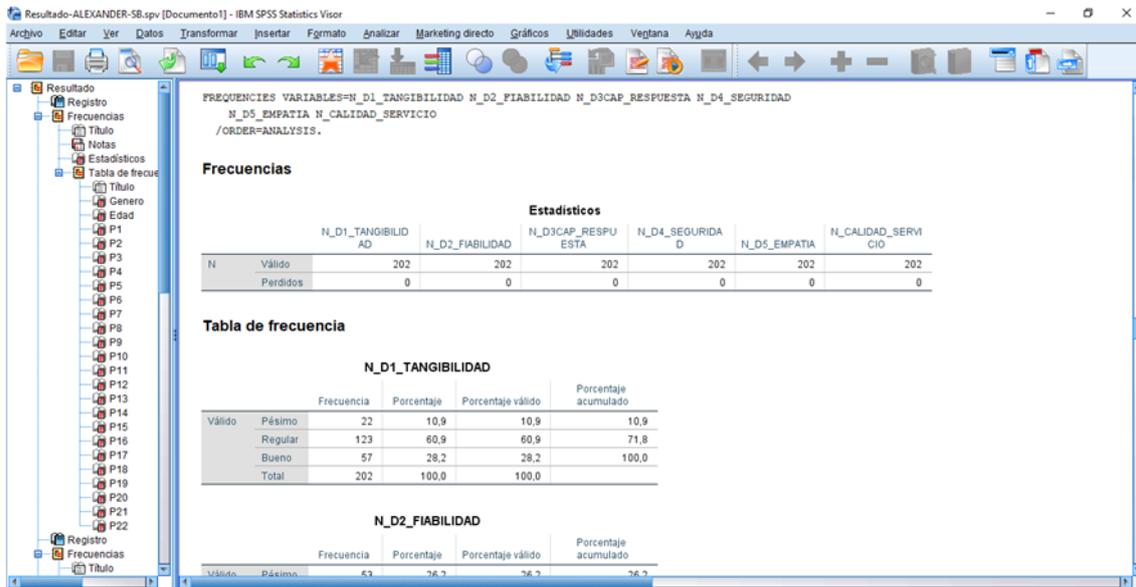
P21

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	4	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	23	11,4	11,4	13,4
	A veces	120	59,4	59,4	72,8
	Casi siempre	35	17,3	17,3	90,1
	Siempre	20	9,9	9,9	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

P22

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	3	1,5	1,5	1,5
	Casi nunca	57	28,2	28,2	29,7
	A veces	93	46,0	46,0	75,7
	Casi siempre	29	14,4	14,4	90,1
	Siempre	20	9,9	9,9	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

FRECUENCIAS VARIABLES=N_D1_TANGIBILIDAD N_D2_FIABILIDAD N_D3CAP_RESPUESTA N_D4_SEGURIDAD N_D5_EMPATIA N_CALIDAD_SERVICIO



Resultado-ALEXANDER-SB.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

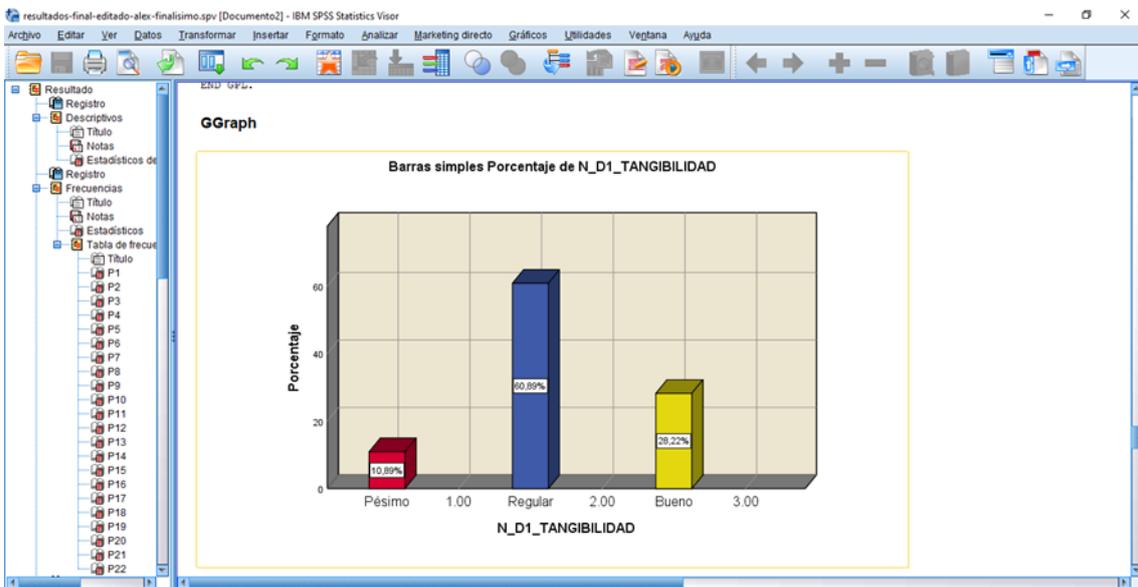
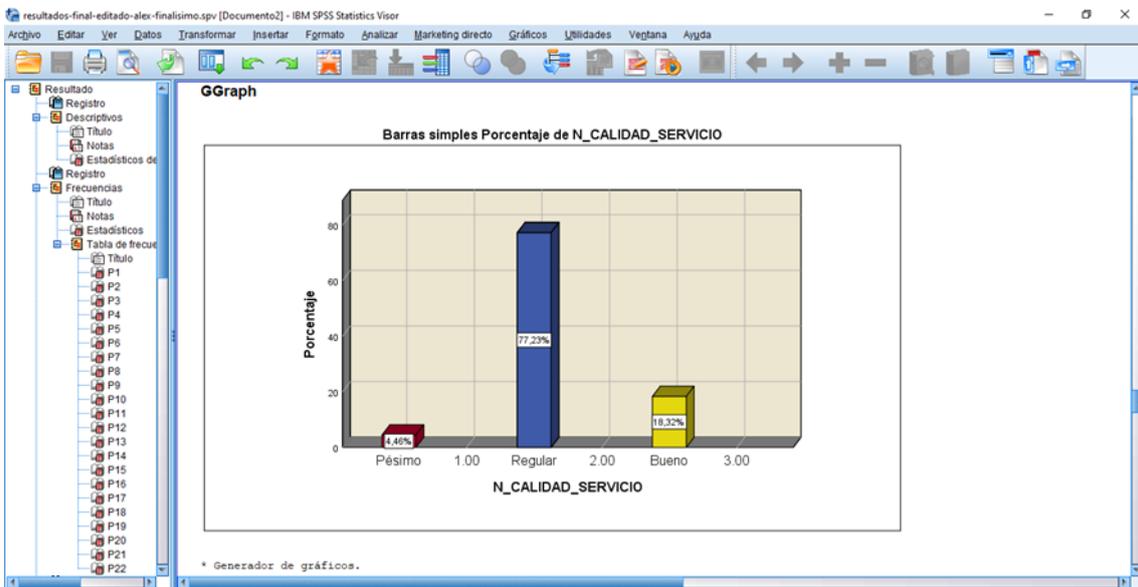
Válido	Pésimo	9	4,5	4,5	4,5
Regular	156	77,2	77,2	81,7	
Bueno	37	18,3	18,3	100,0	
Total	202	100,0	100,0		

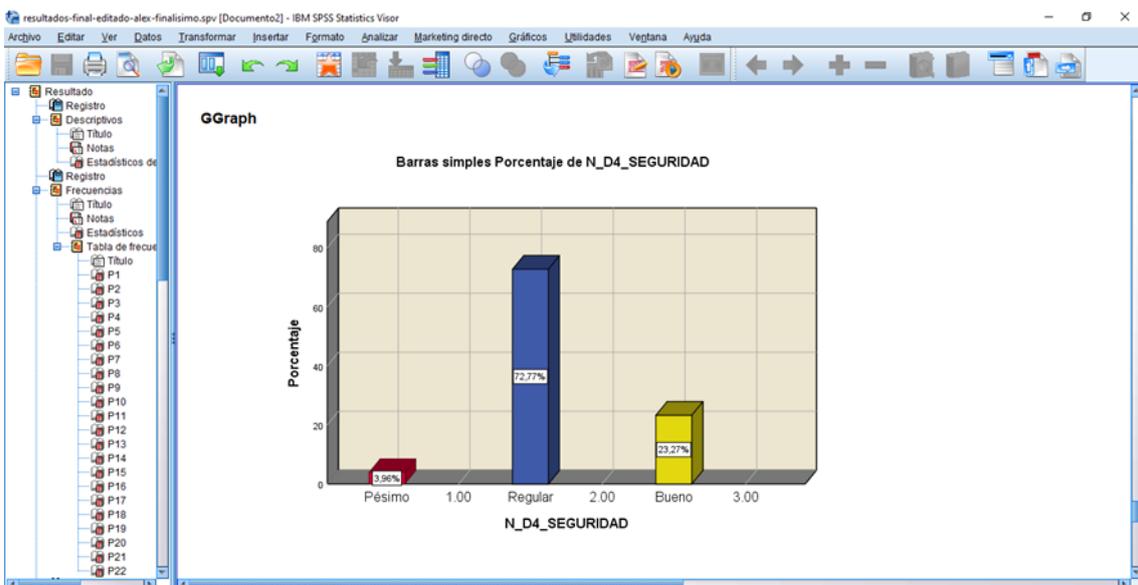
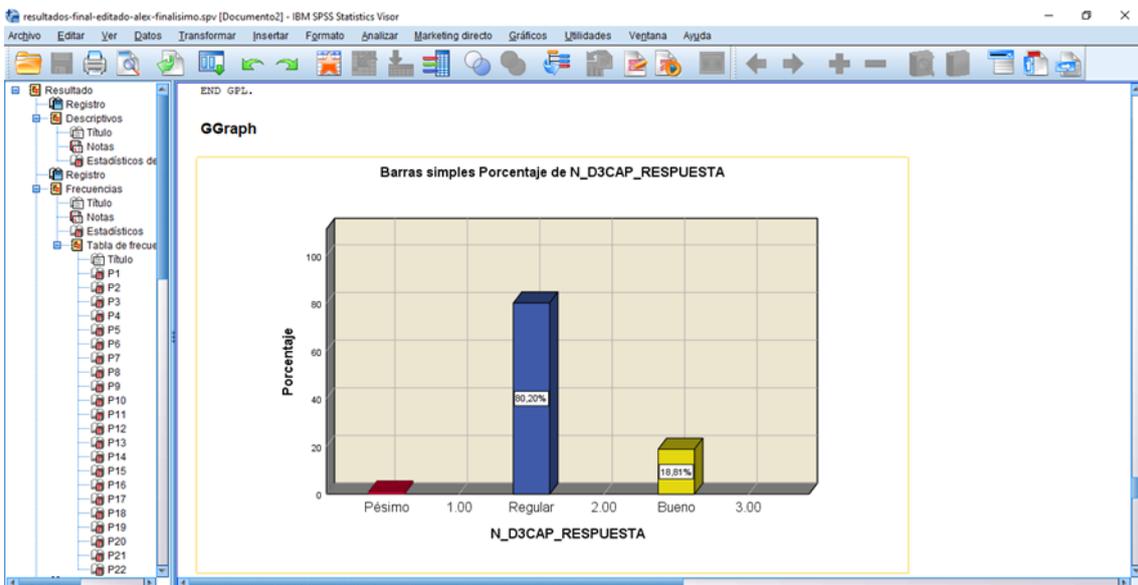
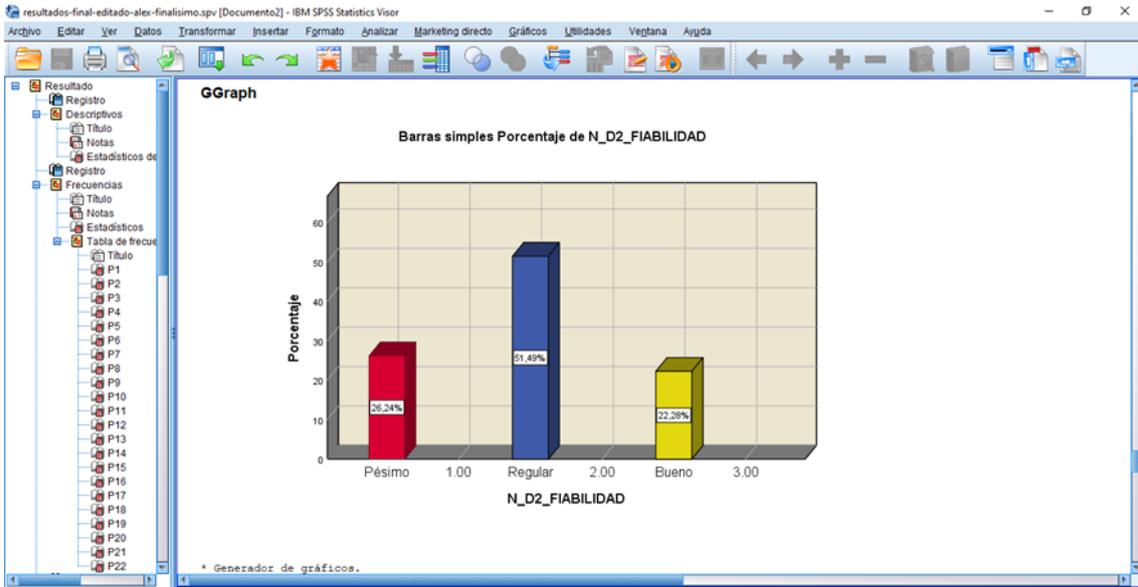
```

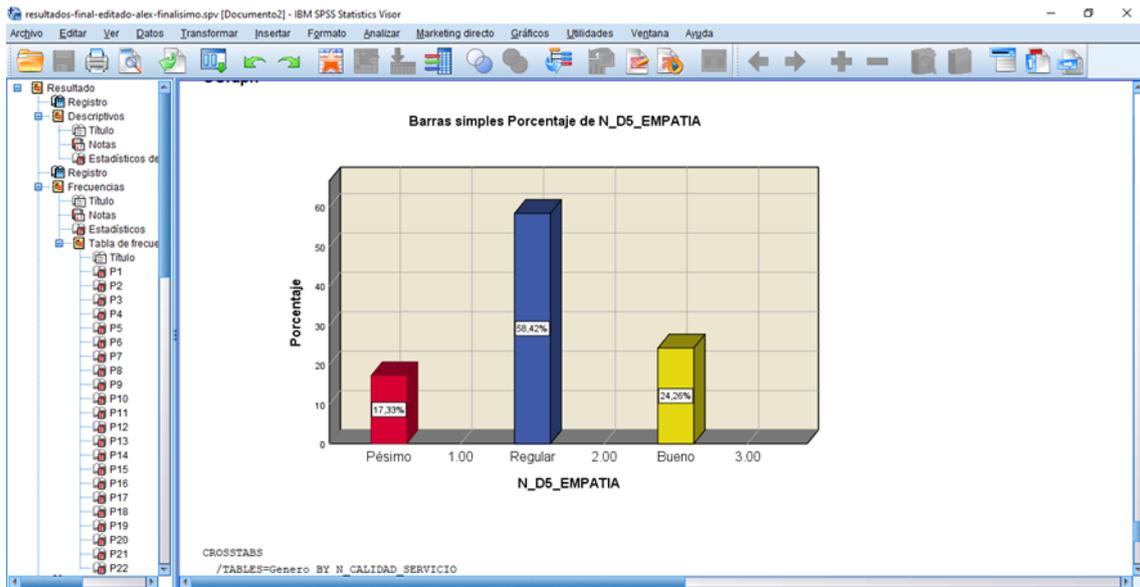
* Generador de gráficos.
GGRAPH
  /GRAPHDATASET NAME="graphdataset" VARIABLES=N_CALIDAD_SERVICIO COUNT([name="COUNT"])
  MISSING=LISTWISE REPORTMISSING=NO
  /GRAPHSPEC SOURCE=INLINE.
BEGIN GPL
  SOURCE: s=userSource(id("graphdataset"))
  DATA: N_CALIDAD_SERVICIO=col(source(s), name("N_CALIDAD_SERVICIO"), unit.category())
  DATA: COUNT=col(source(s), name("COUNT"))
  GUIDE: axis(dim(1), label("N_CALIDAD_SERVICIO"))
  GUIDE: axis(dim(2), label("Porcentaje"))
  GUIDE: text.title(label("Barras simples Porcentaje de N_CALIDAD_SERVICIO"))
  SCALE: cat(dim(1), include("1.00", "2.00", "3.00"))
  SCALE: linear(dim(2), include(0))
  ELEMENT: interval(position(summary.percent(N_CALIDAD_SERVICIO*COUNT, base.all(acrossPanels()))),
    shape.interior(shape.square))
END GPL.
  
```

GGraph

Barras simples Porcentaje de N_CALIDAD_SERVICIO







resultados-final-editado-alex-finalisimo.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
 Registro
 Descriptivos
 Título
 Notas
 Estadísticos de
 Registro
 Frecuencias
 Título
 Notas
 Estadísticos
 Tabla de frecu
 Título
 P1
 P2
 P3
 P4
 P5
 P6
 P7
 P8
 P9
 P10
 P11
 P12
 P13
 P14
 P15
 P16
 P17
 P18
 P19
 P20
 P21
 P22

/COUNT ROUND CELL.

→ **Tablas cruzadas**

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Genero * N_CALIDAD_SERVICIO	202	100.0%	0	0.0%	202	100.0%

Tabla cruzada Genero * N_CALIDAD_SERVICIO

		N_CALIDAD_SERVICIO				Total
		Pésimo	Regular	Bueno		
Genero	Masculino	Recuento	5	74	16	95
	% del total		2,5%	36,6%	7,9%	47,0%
Femenino	Recuento	4	82	21	107	
	% del total		2,0%	40,6%	10,4%	53,0%
Total	Recuento	9	156	37	202	
	% del total		4,5%	77,2%	18,3%	100,0%

DATASET ACTIVATE ConjuntoDatos1.

SAVE OUTFILE='c:\Users\LENOVO\Desktop\Alexander SB ESTADISTICAS.sav'
 /COMPRESSED.

Anexo 5: Matrices de trabajo

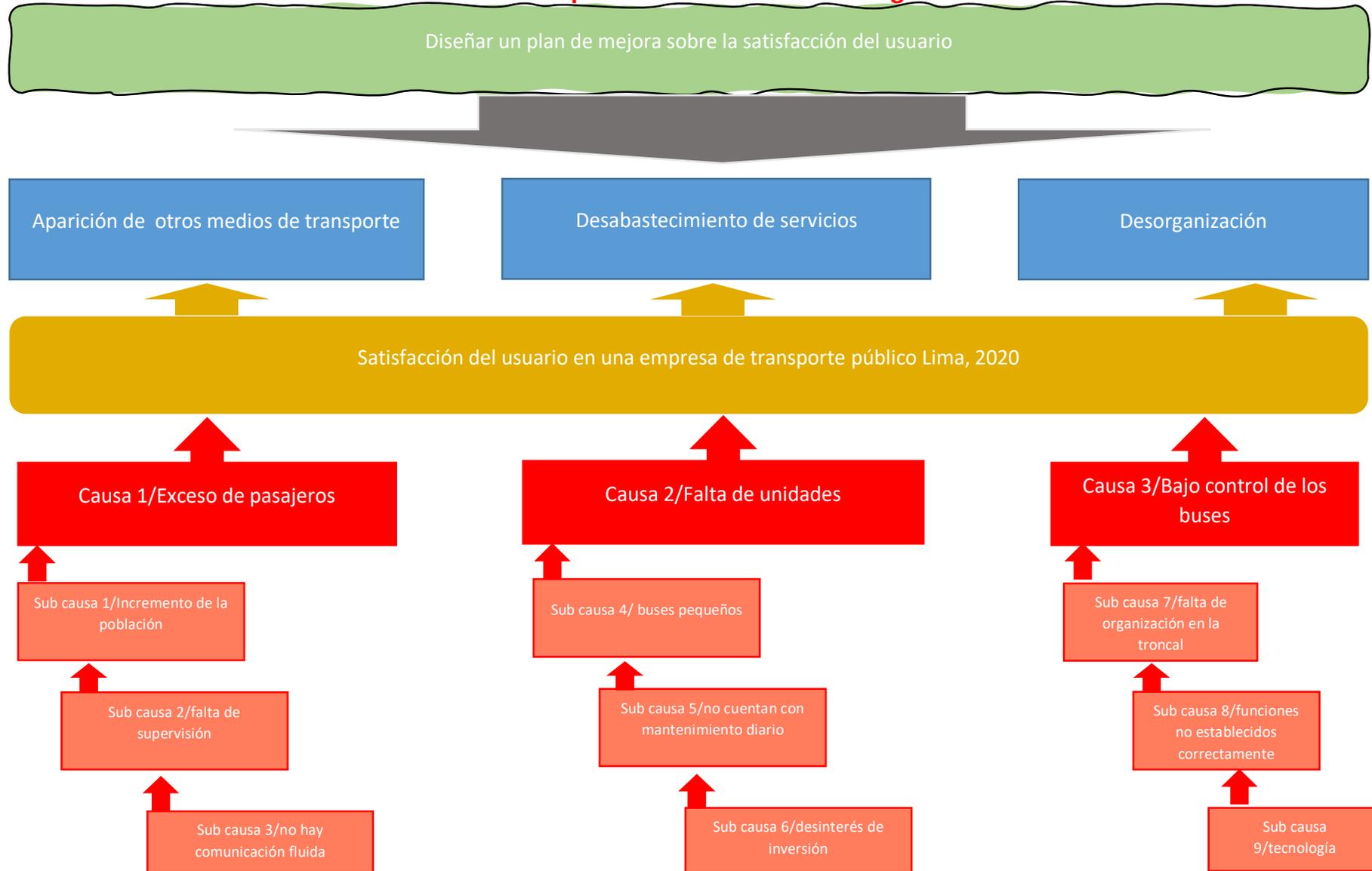
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema de investigación a nivel internacional	Informe mundial #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Factores que inciden en la satisfacción de los usuarios en Guayaquil	Se realizó un estudio de los factores que inciden en la satisfacción de los usuarios del sistema metro vía que se utiliza en la ciudad de Guayaquil, que desde sus inicios ha transportado más de 807 .835.920 millones de pasajeros.	Internacional
	Título del informe	Con el pasar del tiempo se han venido presentando diversos inconvenientes, que para los usuarios son problemas que no se resuelven y que solo realizan soluciones que duran un corto tiempo que para el futuro son obstáculos de crecimiento que perjudican al ciudadano (Moya, Carrillo, & Huerta, 2017).	Se realizó un estudio de los factores que inciden en la satisfacción de los usuarios del sistema metro vía que se utiliza en la ciudad de Guayaquil, que desde sus inicios ha transportado más de 807 .835.920 millones de pasajeros. Con el pasar del tiempo se han venido presentando diversos inconvenientes, que para los usuarios son problemas que no se resuelven y que solo realizan soluciones que duran un corto tiempo que para el futuro son obstáculos de crecimiento que perjudican al ciudadano (Moya, Carrillo, & Huerta, 2017).
	Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del sistema integrado transporte masivo urbano de Guayaquil metro vía, 2016		
	Referencia		
	(Moya, Carrillo, & Huerta, 2017)		
	Informe mundial #2	Esencia del problema	
	Inclusión de las mujeres en el transporte publico	Debido a las necesidades y la inclusion de las mujeres Mexicanas en distintas actividades laborales, ellas deben desplazarse para realizar, otras actividades, trabajos redituales, crianza de los hijos, atencion y cuidado de los integrantes de la familia, y en algunos casos como sosten economico. El transporte publico es la forma mas utilizada por las mujeres para realizar sus desplazamientos. Por lo que es necesario revizar las condiciones en que ellas efectuan sus viajes, cuya implementacion surgio para protegerlas de las agresiones sufridas durante sus viajes en el transporte publico (Romero , Gaspar, & Bautista , 2016).	Debido a las necesidades y la inclusion de las mujeres Mexicana en distintas actividades laborales, ellas deben desplazarse para realizar, otras actividades, trabajos redituales, crianza de los hijos, atencion y cuidado de los integrantes de la familia, y en algunos casos como sosten economico. El transporte publico es la forma mas utilizada por las mujeres para realizar sus desplazamientos. Por lo que es necesario revizar las condiciones en que ellas efectuan sus viajes, cuya implementacion surgio para protegerlas de las agresiones sufridas durante sus viajes en el transporte publico (Romero , Gaspar, & Bautista , 2016).
	Título del informe		
	Percepción de la satisfacción del servicio en el trasporte público solo para mujeres		
Referencia			
(Romero , Gaspar, & Bautista , 2016)			
Informe mundial #3	Esencia del problema		

	Prestación de los servicios de taxi en la ciudad de sucre	Al ser el transporte uno de los ejes mas dinamicos de nuestra ciudad y satisfacer la necesidad de las personas de trasladarse de un lugar a otro, se ha considerado determinar la calidad y los grados de satisfaccion de los usuarios, en la prestacion de los servicios de taxi en la ciudad de Sucre-Bolivia.El procedimiento utilizado para determinar la calidad y el grado de satisfaccion por el servicio de taxis fue el modelo servqual, que establece cinco dimensiones; tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Se obtuvo un indice de calidad, para cada una de las dimensiones y para el nivel global del servicio, establece resultados negativos. Por lo tanto la calidad del servicio presenta deficiencias significativas que no ayuda al modelo mencionado (Bayo , Valdez, & Bobarin , 2019).	Al ser el transporte uno de los ejes mas dinamicos de nuestra ciudad y satisfacer la necesidad de las personas de trasladarse de un lugar a otro, se ha considerado determinar la calidad y los grados de satisfaccion de los usuarios, en la prestacion de los servicios de taxi en la ciudad de Sucre-Bolivia El procedimiento utilizado para determinar la calidad y el grado de satisfaccion por el servicio de taxis fue el modelo servqual, que establece cinco dimensiones; tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatia Se obtuvo un indice de calidad, para cada una de las dimensiones y para el nivel global del servicio, establece resultados negativos. Por lo tanto la calidad del servicio presenta deficiencias significativas que no ayuda al modelo mencionado (Bayo , Valdez, & Bobarin , 2019).
	Título del informe		
	Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de sucre		
	Referencia		
	(Bayo , Valdez, & Bobarin , 2019)		
Problema de investigación a nivel	Informe nacional #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Asociación entre el número de rutas formales de transporte público urbano	La asociación entre el número de rutas formales de transporte público urbano y la situación de la tuberculosis (TB) en cada distrito de Lima, se realizó un análisis correlacionar y un modelo de regresión lineal entre ambas variables. A si mismo se determinó el número de rutas de transporte público de mayor probabilidad de transmisión de TB, las zonas de mayor circulación de dichas rutas y un mapeo de estas. Existe una correlación positiva entre el número de rutas formales que recorren cada distrito de la ciudad y la situación del TB. De las 404 rutas formales que recorren lima metropolitana, 147(36, 44%) son rutas de mayor probabilidad de transmisión. El transporte público debería ser considerado en la lucha actual contra la TB (Garaycochea & Ticona , 2015).	Nacional
	Título del informe		Con el objetivo de determinar la asociación entre el número de rutas formales de transporte público urbano y la situación de la tuberculosis (TB) en cada distrito de lima, se realizó un análisis correlacionar y un modelo de regresión lineal entre ambas variables. A si mismo se determinó el número de rutas de transporte público de mayor probabilidad de transmisión de TB, las zonas de mayor circulación de dichas rutas y un mapeo de estas. Existe una correlación positiva entre el número de rutas formales que recorren cada distrito de lima y la situación del TB. De las 404
	Rutas de transporte público y situación de la tuberculosis en lima Perú		
Referencia			

	(Garaycochea & Ticona , 2015)		
Informe nacional #2	Esencia del problema		
Síndrome burnout en un grupo de conductores de transporte publico	La relación entre los rasgos de personalidad y el síndrome burnout en un grupo de conductores de transporte público.		
Título del informe	La muestra estuvo conformada por 50 conductores, las variables principales fueron: rasgos de personalidad y síndrome burnout, medidas mediante el cuestionario factorial de la personalidad. Asimismo, los encuestados cuentan con escasos recursos de afronte y se muestran menos receptivos a la interacción social siendo más vulnerables frente al estrés y a desencadenar el SB. Se sugiere implementar programas preventivos sociales para contrarrestar los síntomas del estrés laboral en choferes de transporte público de Lima. (Santa Maria & Ceron, 2019).		
Rasgos de personalidad y síndrome burnout en un grupo de conductores de transporte de lima			
Referencia			
	(Santa Maria & Ceron, 2019)		
Informe nacional #3	Esencia del problema		
Frecuencia de somnolencia en conductores mayores de 18 años	La frecuencia de somnolencia y sus factores asociados en conductores de transporte público de Lima metropolitana ,un estudio realizado en conductores de entre 18 y 65 años que laboran en alguna empresa de transporte publico registrada en la municipalidad de lima		
Título del informe	Se incluyeron a 440 cuya edad fue 38 años todos varones del total de conductores 17 presentaron somnolencia diurna aproximadamente, uno de cada 5 conductores presenta sintomas de sueño en el dia la cual estuvo asociada con tener seis o menos horas de sueño al dia (Peña , Rey, & Talaverano, 2019).		
Factores asociados a somnolencia diurna en conductores de transporte público de Lima Metropolitana			
Referencia			
	(Peña , Rey, & Talaverano, 2019)		
			<p>rutas formales que recorren lima metropolitana, 147(36, 44%) son rutas de mayor probabilidad de transmisión. El transporte público debería ser considerado en la lucha actual contra la TB (Garaycochea & Ticona , 2015).</p> <p>Determinar la relacion entre rasgos de personalidad y el sindrome burnout en grupo de conductores de transporte publico. La muestra estuvo conformada por 50 conductores. Las variables principales fueron: rasgos de personalidad y síndrome burnout, medidas mediante el Cuestionario factorial de la personalidad. Los encuestados cuentan con escasos recursos de afronte y se muestran menos receptivos a la interacción social siendo más vulnerables frente al estrés y a desencadenar el SB. Se sugiere implementar programas preventivos sociales para contrarrestar los síntomas del estrés laboral en choferes de transporte público de Lima. (Santa Maria & Ceron, 2019).</p> <p>Determinar la frecuencia de somnolencia y sus factores asociados en conductores de transporte publico de lima metropolitana un estudio realizado en conductores de entre 18 y 65 años que laboran en alguna empresa de transporte publico registrada en la municipalidad de lima</p> <p>Se incluyeron a 440 cuya edad fue 38 años todos varones del total de conductores 17 presentaron somnolencia diurna aproximadamente, uno de cada 5 conductores presenta sintomas de sueño en el dia la cual estuvo asociada con tener seis o menos horas de sueño al dia (Peña , Rey, & Talaverano, 2019).</p>

Matriz 1. Árbol de problemas a nivel local – organización



Causa	Sub causa	¿Por qué?	Consolidación parcial del problema	Consolidación del problema Local
C1. Exceso de pasajeros	1. Incremento de la población	1. Aumento migratorio de extranjeros	La calidad del transporte urbano se vería afectado si no hay control en las fronteras ya que al aumento de extranjeros podría ocasionar un desajuste económico y colapso vehicular si no se realiza un plan de seguimiento en los procesos productivos de los servicios mencionados ocasionando pérdidas	La calidad de satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020. De acuerdo a estos aspectos encontrados no se puede brindar un servicio de calidad por falta de innovación, compromiso de los colaboradores y planificación es por ello que muestra un grado de insatisfacción en los usuarios que día a día adquieren estos servicios tanto en su traslado laboral o centro de estudios la falta de orientación muchas veces ocasiona problemas en el sistema de atención al público en general así mismo la aglomeración de los buses en los paraderos causan desorden generando molestias en los usuarios, por ello la falta de compromiso de las autoridades se ve reflejado en estos incidentes que se ocasionan a diario en el servicio público
		2. Control ineficiente en las fronteras		
	2. falta de supervisión	3. Remuneración económica baja		
		4. Desajuste entre los empleados y sus funciones		
	3. Poca comunicación fluida	5. Inexistencia de capacitaciones		
		6. No hay un plan de seguimiento hacia los colaboradores		
C2. Falta de unidades	4. Buses pequeños	7. La municipalidad no cuenta con unidades propios	La productividad se vería estancada ya que las unidades no son propios: mayormente son vehículos alquilados que por mal gasto de fondos municipales y falta de compromiso no se puede implementar unidades modernos que ofrezcan la ,misma calidad que los países avanzados	
		8. Mayormente son vehículos alquilados		
	5. No cuentan con mantenimiento diario	9. Mal gasto de fondos por parte la municipalidad		
		10. Falta de compromiso con el área administrativa		
	6. Desinterés de inversión	11. El estado peruano no prioriza el transporte urbano		
		12. Los presupuestos destinados para la implementación son usados en otros gastos		
	7. Falta de organización en la troncal	13. Cuentan con vehículos de segunda prácticamente unidades reconstruidas	El transporte público se ve afectado por que los	

C3. Bajo control de los buses		14. Al momento de abordar el bus te encuentras con aglomeración de usuarios	procesos tecnológicos no se acomoda a la exigencia de los usuarios los puntos de acceso a las tarjetas no se encuentra en todo los paraderos, son pocas las personas encargadas de realizar las recargas trabajan con un sistema inadecuado para el cobro de los pasajes trayendo como consecuencia fastidio y molestia en los usuarios que a diario usan este tipo de transporte	
	8. Funciones no establecidos correctamente	15. Los puntos de acceso a las tarjetas no están disponibles casi en todo los paraderos		
		16. Las personas que realizan la recarga de las tarjetas no llegan a todo los puntos autorizados		
	9. Tecnología obsoleta	17. Son buses que no cuentan con ventilación de aire acondicionado		
18. Trabajan con un sistema inadecuado para el cobro de los pasajes				
C4.	10.	19.		
		20.		
	11.	21.		
		22.		
	12.	23.		
		24.		

Teoría 1: Sistemas					
Autor de la teoría	Año	Cita	Parfraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Ludwig Von Bertalanffy	1950	La teoría de sistemas surgió con los trabajos del biólogo alemán Ludwig Von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. “La teoría general de sistemas afirma que las propiedades de los sistemas no pueden separar sus elementos, ya que la comprensión de un sistema se da sólo cuando se estudian globalmente, involucrando todas las interdependencias de sus partes” (Chiavenato , 2011, p723)	De acuerdo con Bertalanffy (1950), la teoría general de Sistemas se estudia de una forma global incluyendo todas las partes que vendría ser los subsistemas, es decir que cada sistema está dividido por subsistema, sí un subsistema falla, afecta a todo el sistema en general, por eso es importante saber las relaciones entre los diversos elementos del mismo; puede existir un conjunto de objetos, pero si estos no están relacionados no constituyen un sistema.	En esta investigación, nos enfocaremos en el subsistema, que el área de ventas, el cual tema principal de la investigación, está área no tiene un rendimiento óptimo en su funcionamiento, en tanto afecta al resto de la empresa, como resultado una baja rentabilidad.	Desde la perspectiva de Bertalanffy (1950), Anderson y Warkow (1961) sostuvieron que la teoría de sistemas se vincula. Con el factor administrativo de las organizaciones porque el trabajo se puede realizar en diferentes puntos a medida que crece la organización. Por ello es importante conocer las áreas establecidas por la empresa para tener un control total de todas las partes involucradas de acuerdo a las políticas establecidas por la gerencia. Analizando estos dos puntos podemos decir que se tiene que considerar el proceso admirativo de las áreas para calificar y verificar el rendimiento de las partes involucradas en la empresa mejorando la rentabilidad, aumentado la retroalimentación y obteniendo la calidad productiva de las partes mencionadas, por ello es importante establecer un control que nos facilite la identificación de
Referencia:	(Chiavenato I. , 2011)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Anderson y Warkow	1961	Consideraron el factor de la dispersión espacial al examinar el tamaño del componente administrativo en las organizaciones. Uno	Anderson y warkow (1961) El factor espacial ayuda examinar el componente administrativo en las organizaciones el punto principal fue hallar el	Con esta investigación podemos considerar y examinar los procesos administrativos dentro de la empresa para identificar los puntos de debilidad para	

		de sus principales hallazgos fue que el "tamaño relativo del componente administrativo aumenta a medida que crece el número de lugares en los cuales se realiza el trabajo"(Hall,1985, p.27)	tamaño relativo del componente mencionado que esto se eleva objetivamente de acuerdo al escenario planteado	aumentar la eficiencia usando la retroalimentación	cada área y sus respectivas funciones.
Referencia:	(Hall R. , 1895)				

Teoría 2: Organizacional					
Autor de la teoría	Año	Cita	Parfraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Blau y Scott	1962	La organización social es el conjunto, más amplio, de relaciones y procesos de las cuales las organizaciones son una parte. El análisis de la organización social puede hacerse al nivel macro, o de todo el conglomerado social o al micro, o interpersonal o intergrupala (Hall,1985, p.4)	Blau y Scott (1962) Las organizaciones son una parte esencial de la sociedad ya que originan procesos relacionales a nivel macro o micro dependiendo el análisis social	Se puede observar que hoy en día las relaciones que se da entre el trabajador y la empresa son más afectivas es por ello que el análisis organizacional nos lleva a aplicar que si el colaborador tiene dificultades en cualquier proceso de la empresa esto se podrá manejar directamente con el gerente sin ningún inconveniente	Blau & Scott (1962) , Hall (1973) Consideraron que la organización y la sociedad originan procesos importantes donde la materia prima son los factores fundamentales ya que son características esenciales para el uso tecnológico y desarrollo óptimo de cada trabajo por ello la estructura organizacional es un factor básico para el uso de la tecnología empleándose para un desarrollo eficiente en la empresa. Se puede observar hoy en día que las relaciones que se da entre el trabajador y la empresa son afectivas por que muestra el nivel de interés hacia ellos valorando y respetando la importancia de la materia prima en la empresa, porque de ellos depende que el trabajo se obtenga eficientemente.
Referencia:	(Hall, Organizaciones Estructura y Proceso , 1985)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Richard H. Hall	1973	Teoría organizacional la naturaleza de la materia prima tiene efecto sobre la forma en la cual se estructura y opera la organización. De acuerdo con Perrow, los factores críticos en la naturaleza de la materia prima y, por consiguiente, las características de la tecnología empleada para trabajarla, son el número de "casos excepcionales que se encuentran en el trabajo" (Hall, 1985, p.64)	Hall (1973) La materia prima en las organizaciones son factores importantes ya que son características esenciales para el uso de la tecnología por lo tanto se emplea para desarrollar de manera eficiente cada trabajo	Con esta teoría podremos identificar la importancia de la materia prima en la empresa ya que de ello depende que el trabajo se obtenga eficiente desarrollando las esencias estructurales que se emplearan el futuro	
Referencia:	(Chiavenato I. , Introduccion a la teoria Gneral de la Administracion, 2006)				

Teoría 3: De la contingencia					
Autor de la teoría	Año	Cita	Parfraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Fred E. Fiedler	1950	La teoría de contingencia enfatiza que el liderazgo debe ser bastante flexible y adaptable a las circunstancias y la situación. En consecuencia, estudia al liderazgo desde un ángulo amplio y vasto en función de número de variables implicadas. El líder debe leer e interpretar cada situación y definir el estilo más adecuado para poder alcanzar las expectativas, los objetivos y los resultados ofrecidos, no solo para lograr para la organización, sino también para los involucrados y para él mismo (Chiavenato, 2007, p.21)	Según Fiedler (1950) contingencia se basa en la forma en que se obtiene la efectividad de un grupo u organización mediante la personalidad de un líder, es decir que el líder tiene mayor influencia en sus seguidores, siendo una de sus características e control situacional y la efectividad del líder.	El corredor azul tiene un servicio de calidad baja, en tanto esto demuestra que no hay efectividad del líder que conduce a la empresa de transporte, si nosotros como grupo de investigación aplicamos la teoría de la contingencia, esto nos permitirá tener mayor control, un líder que sea capaz de influenciar en los trabajadores de la empresa que; el líder sea efectivo con sus decisiones.	Fiedler (1950) Etzioni (1967). Consideran que la teoría de la contingencia y organizacional enfatizan que el liderazgo debe ser bastante flexible y adaptable a las circunstancias y la situación organizacional. Sim embargo la sociedad moderna tiene más organizaciones, que satisfacen una mayor cantidad de necesidades afectando a una mayor proporción de la población. Analizando estos dos puntos observamos que no hay efectividad del líder que conduce a la empresa de transporte. Con esta teoría buscamos que la organización capacite a sus colaboradores usando la tecnología trabajando más cronológicamente respetando los procesos administrativos
Referencia:	(Chiavenato I. , 2007)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	

Amitai Etzioni	1967	Teoría organizacional organización no es un invento moderno. Sin embargo la sociedad moderna tiene más organizaciones, que satisfacen una mayor cantidad de necesidades, de una mayor cantidad de personas y afectan a una mayor proporción de la población (Etzioni, 1967,p.51)	Amitai y Etzioni (1967) Hoy en día las organizaciones son una sociedad moderna ya que satisfacen las necesidades de los clientes realizando estudios de percepción que ayuden al análisis de identificar la carencias de la población que a diario se vuelve más exigente	Con esta teoría buscamos que las organizaciones capaciten a sus colaboradores usando la tecnología trabajando más cronológicamente respetando los procesos administrativos realizando estudios de percepción identificando las carencias diarias	
Referencia:	(Chiavenato I. , Introduccion a la Teoria General de la Administracion, 2006)				

Ficha de trabajo 1. *Matriz de teorías*

Datos del antecedente xx: Internacional			
Título	Sistema inteligente para el monitoreo automatizado del transporte público en tiempo real	Metodología	
Autor	Yadira Quiñonez, Carmen Lizarraga, Juan Peraza, Oscar Zatarain.	Tipo	Cualitativo
Año	2019	Enfoque	
Objetivo	Este artículo propone un prototipo totalmente funcional para el monitoreo del transporte público, el principal objetivo es proporcionar información en tiempo real a los usuarios que utilizan los autobuses como medio de transporte, y al mismo tiempo, proporcionar datos históricos de cada unidad para conocer la información relacionada con los horarios y retrasos de las rutas realizadas en los diferentes circuitos	Diseño	Experimental
Resultados	Para conseguir el correcto funcionamiento del sistema y visualizar la información del trayecto en tiempo real del autobús, así como velocidad y frecuencia aproximada; se han realizado diversos experimentos para evaluar estabilidad del algoritmo implementado la respuesta del servidor a las aplicaciones que consumen sus servicios.	Método	
		Población	
		Muestra	
		Unidades informantes	
		Técnicas	Pruebas
		Instrumentos	Pruebas piloto
Conclusiones	Con este sistema de monitoreo automatizado se intenta contribuir a llevar un control sobre cada unidad activa con el fin de poder brindar un mejor servicio. Con la finalidad de optimizar los largos periodos de espera de los usuarios, donde los principales beneficiarios serán todas aquellas personas que utilizan los autobuses públicos como medio de transporte.	Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo	Quiñonez, Lizarraga, Peraza, & Zatarain, (2019) El objetivo principal de esta investigación fue brindar información a cada usuario que usa el transporte publico, proporcionando datos de cada unidad para conocer la información relacionada como horarios, retrasos de las unidades en diferentes puntos de la ciudad mejorando de esa forma la calidad de servicio y satisfaciendo las necesidades de los usuarios.		

Datos del antecedente xx: Internacional			
Título	Engenharia urbana aplicada: um estudo sobre a qualidade do transporte público em cidades médias	Metodología	Escolha dos atributos
Autor	Antunes Eloísa, Simões, Fernanda	Tipo	
Año	2013	Enfoque	
Objetivo	O presente trabalho mede o nível de satisfação dos usuários em relação ao sistema de transporte coletivo. Os atributos avaliados foram acessibilidade, tempo de viagem, lotação, pontualidade, sistema de informação, características dos veículos, comportamentos dos funcionários, segurança, confiabilidade, características das paradas de ônibus e satisfação geral e nos horários de pico	Diseño	Interna do próprio teste Pasquali (2003).
Resultados	O nível de satisfação do atributo tempo de viagem foi medido pelo ítem 3, o objetivo era saber se os usuários consideram rápido o deslocamento do bairro até o centro. O resultado indica que os usuários de todas as cidades estão satisfeitos de forma média. Com exceção do público de Cascavel com idade acima de 51 anos apresenta nível de insatisfação (1,71) diferenciando-se em outras faixas etárias.	Método	Interna do próprio teste Pasquali (2003).
		Población	1206
		Muestra	
		Unidades informantes	
		Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	um questionário composto por 19 ítems que avaliaram os atributos já citados
Conclusiones	Durante a pesquisa, observou-se o deslocamento dos deficientes físicos e sensoriais, de uma forma geral. Quando foram entrevistados, concordavam que o sistema de transporte público é acessível para eles, apesar de suas limitações óbvias. Em todas as cidades estudadas existem alguns ônibus que disponibilizam espaço para cadeirantes.	Método de análisis de datos	extração dos componentes principais

Redacción final al estilo artículo	Antunes & Simões, (2013) El objetivo principal de este estudio fue evaluar el nivel de satisfacción del usuario en relación con el sistema de transporte urbano en tres ciudades medianas. Obteniendo insatisfacción de los usuarios en todas las ciudades estudiadas.
------------------------------------	--

Datos del antecedente xx: Internacional

Título	Quality of the bicycle transportation service in small and intermediate cities in Colombia	Metodología	exploratoria
Autor	Pacheco Alfonso, Sánchez Yajaira	Tipo	experimental
Año	2018	Enfoque	
Objetivo	This study aimed to discover the reasons for the low use of bicycles as means of transportation in Colombian, by formulating a method to analyze the service quality of the Bicycle Transportation System (BTS) in small and intermediate cities of the country.	Diseño	
Resultados	The results derived from this method make possible to manage operational actions that improve efficiency in bicycle mobility, with its corresponding economic, environmental and social benefits, to ultimately improve the quality of life of its users.	Método	
		Población	
		Muestra	
		Unidades informantes	
		Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	Encuestas
Conclusiones	the quality of service in the BTS allowed us to conclude that, in Rionegro, users give great importance to safety in terms of adequate infrastructure for bicycles	Método de análisis de datos	Regresión lineal
Redacción final al estilo artículo	Pacheco & Sanchez, (2018) La calidad de servicio en un sistema de transporte como es la bicicleta es una asignacion que cada usuario esta tomando como parte de un medio de transporte en base a la relación de aceptación por ende este es un factor determinante para adoptar la bicicleta como medio de transporte diario.		

Datos del antecedente xx: Internacional

Título	Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico	Metodología	modelo SERVQUAL
Autor	Valenzo Marco, Lázaro Daniel, Martínez Jaime	Tipo	
Año	2019	Enfoque	cuantitativo

Objetivo	The objective of this paper is to evaluate the quality of the public transportation system service in the city of Morelia, Mexico.	Diseño	
Resultados	According to the obtained data, most users are in an age range of 21 to 30 years, representing about 50% of the cases analyzed.	Método	descriptivo
		Población	784
		Muestra	392
		Unidades informantes	
		Técnicas	
		Instrumentos	Encuestas
Conclusiones	The purpose of the study was to evaluate the perceived quality of the public transportation system of city of Morelia, Mexico, with the application of the original SERVQUAL model that consists of both users' expectations and perceptions. Findings show medium level of perceived quality and a high gap between the expected and the received service.	Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo	Valenzo, Lazaro, & Matinez, (2019) hoy en día el concepto de calidad se ha adoptado como estándar para la prestación de servicios de alta calidad. Por ende las asociaciones encargadas de brindar transporte público aún no han llegado a ese punto, y de hecho, parece que muchas de ellas solo buscan sus propios beneficios dejando de lado a los usuarios que usan el transporte publico		

Datos del antecedente xx: Internacional			
Título	Framework for urban freight transport analysis in medium-sized cities	Metodología	UFT test automático
Autor	Flora, Mariana, Ewbank, Henrique	Tipo	
Año	2019	Enfoque	
Objetivo	This paper deals with behaviour of UFT in medium-sized cities. Here we will identify the attributes that characterize the Medium-sized Cities (MC), as well as the influence factors in UFT. In addition, a survey among specialists and public agents of medium-sized cities is presented, about the level of interaction between attributes that characterize MC and the factors that influence UFT. For analysis and validation of the opinion survey is performed non-parametric statistical test, and an analysis of the confidence interval to define the level of interaction between attributes and UFT factors.	Diseño	
Resultados	The “Knowledge, Innovation and Technological Advancement” factor has a high degree of interaction with the attribute “Position of cities in the urban hierarchy”, and medium degree of interaction with the others. This indicates the importance that the technological advance represents in the evolution of the cities within the hierarchy of the MC.	Método	Paramétrico
		Población	78,984
		Muestra	10 especialistas
		Unidades informantes	
		Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	Evaluaciones
Conclusiones	The literature review places medium-sized cities as a potential laboratory for studies aiming to improve the flow of goods in urban centers. As MC have the same problems of the great urban centers, the mid-size arrangements present more opportunities for reversal of the problems compared to the large cities.	Método de análisis de datos	Análisis de varianza
Redacción final al estilo artículo	Flora & Ewbank (2019) Este avance puede identificarse mediante la adopción de tecnologías y el uso de sistemas de información geográfica.		

	Este marco sirve como punto de partida para futuros estudios e investigaciones en la planificación del transporte urbano de carga, y puede ayudar a los tomadores de decisiones en sus acciones y políticas con respecto al flujo de mercancías en estos centros urbanos.
--	---

Datos del antecedente xx: Nacional			
Título	Calidad en el Servicio al Cliente en el Transporte Público Urbano en la Provincia del Cusco	Metodología	
Autor	Valdez Molina, Elsa Paola	Tipo	No experimental
Año	2018	Enfoque	
Objetivo	Determinar la relación que existe entre las dimensiones del modelo SERVQUAL y la calidad del servicio de Transporte Público Urbano en la provincia de Cusco.	Diseño	Enfoque cuantitativo, puesto que los investigadores utilizaron sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un determinado contexto
Resultados	El levantamiento de la información se desarrolló sobre la base de una muestra estratificada simple proporcional de 389 usuarios del servicio de transporte público de la provincia de Cusco, para tal fin se realizaron 399 encuestas de las mismas, sin embargo 10 encuestas fueron eliminadas puesto al presentar omisiones en el llenado, no tener las respuestas completas ni filtros indicados previamente para asegurar la validez y confiabilidad del presente estudio	Método	
		Población	389 participantes
		Muestra	Aleatoria simple
		Unidades informantes	
		Técnicas	entrevista, encuesta y muestreo
		Instrumentos	guía de entrevista, cuestionario, tamaño de muestra
Conclusiones	Los modelos de medición de la calidad del servicio resaltaron dos importantes factores en la organización para lograr la satisfacción del cliente: el ambiente interno, integrado por los factores que brinda el entorno de trabajo para clientes internos o colaboradores, y el ambiente externo, enfocado en generar valor y la satisfacción del cliente. El modelo SERVQUAL presentó una evolución, inicialmente se presentaron diez dimensiones, pero con ayuda de la estadística se logró vincular y reducir a cinco dimensiones, que es lo que actualmente se utiliza	Método de análisis de datos	Análisis de regresión lineal
Redacción final al estilo artículo	Valdez Molina (2018) El objetivo del estudio fue determinar la relación que existe entre las dimensiones del modelo SERVQUAL, en tal sentido las hipótesis fueron sometidas a un diseño de investigación correlacionar que buscó establecer la relación existente entre las variables independientes.		

	Todas las dimensiones conjuntas de la escala SERVQUAL generan impacto en la Calidad Total percibida del servicio de Transporte Público Urbano en la provincia de Cusco.
--	---

Datos del antecedente xx: Nacionales			
Título	La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte de pasajero interprovincial de la ciudad de Abancay	Metodología	Prueba de Chi-cuadrado
Autor	Cosío Peña, Rosmery; Taipe Cruz, Fanny Yanira	Tipo	Básica porque no tiene propósito aplicativo inmediato
Año	2017	Enfoque	
Objetivo	Determinar el grado de relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte de pasajeros interprovincial de la ciudad de Abancay, 2014	Diseño	No experimental, transaccional o transversal, Correlacionales.
Resultados	Las empresas de transporte de pasajeros realizan sus servicios en la red vial de nacional que condicionan la calidad del servicio en base a la red vial nacional y departamental	Método	hipotéticos deductivo, como los más indicados para una descripción ordenada
		Población	Es de 355,759 personas
		Muestra	257 personas
		Unidades informantes	
		Técnicas	Entrevista, encuesta y muestreo
		Instrumentos	Cuestionario, guía de revisión documental
Conclusiones	La calidad del servicio y satisfacción del cliente, en las Empresa de Transporte Interprovincial de pasajeros manifiestan que existe una brecha de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con una relación directa entre las dos variables, mostrándose una brecha de 24.9 % es regular y seguido con el 12.45 % hay una mala satisfacción del cliente	Método de análisis de datos	Análisis de regresión lineal
Redacción final al estilo artículo	Cosío Peña & Taipe Cruz (2017) Promover la competitividad y seguridad de los servicios de transportes, a través de la logística asociada al transporte, uso de tecnologías modernas y preservación del medio ambiente.		

	El contexto que se aprecia en la calidad de servicio de las empresas de transporte interprovincial de pasajeros, está supervisado a las condiciones de la Red Vial Nacional.
--	--

Datos del antecedente xx: Nacionales			
Título	Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú	Metodología	las cinco dimensiones del SERVQUAL
Autor	Chávez Montoya, Claudia Quezada Barreto, Roberto	Tipo	
Año	2017	Enfoque	
Objetivo	Validar que las cinco dimensiones de la escala SERVQUAL impactan a la calidad en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú.	Diseño	cuantitativo de corte transversal
Resultados	La muestra de 399 encuestados estuvo conformada por el 51% de mujeres y el 49% de hombres, como se muestra en la Figura 2. Con respecto a las edades, en la Figura 3 se observa que el 48% de la muestra estuvo compuesta por personas de 18 a 29 años y el 38%, por entrevistados de 30 a 39 años. En cuanto al estado civil, en la Figura 4 se aprecia que el 52% de participantes eran casados y el 40% solteros.	Método	
		Población	
		Muestra	399
		Unidades informantes	
		Técnicas	Entrevista, encuestas
		Instrumentos	Cuestionarios de 22 preguntas
Conclusiones	El presente estudio representa la realidad del sector transporte terrestre interprovincial y, por ende, la relación encontrada entre la calidad total y las dimensiones de la escala SERVQUAL sirve para predecir el comportamiento de los consumidores del sector.	Método de análisis de datos	Análisis de regresión lineal
Redacción final al estilo artículo	Chavez & Quesada (2017) La hipótesis 1 indica que todas las dimensiones de la escala SERVQUAL tienen impacto en la calidad en el servicio de transporte terrestre interprovincial. Para analizar el impacto de cada dimensión, se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, el cual fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 20. No basta con tener un servicio de buena calidad, las empresas deben apuntar a la excelencia. Las brechas deben subsanarse mediante una oferta de servicio inesperada, que supere las expectativas.		

Datos del antecedente xx: Nacionales			
Título	“Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte huapaya s.a. - 2018”	Metodología	
Autor	Flores Chuctayo Joan Sebastián	Tipo	No experimental
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A. - 2018.	Diseño	Descriptivo transversal
Resultados	En la presente tabla y figura observamos que veintitrés clientes que corresponden al 21.30% del universo en estudio perciben tener un nivel bajo respecto a la dimensión seguridad, de la misma manera sesenta clientes representados por el 55.56% de la población en estudio presenta un nivel medio y finalmente veinticinco clientes que representan el 23.15% de la población señalan tener un nivel alto respecto a esta dimensión de seguridad.	Método	Cuantitativo
		Población	384 clientes
		Muestra	Probabilístico 108 clientes
		Unidades informantes	
		Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	El primer instrumento se ha denominado cuestionario de la calidad del servicio; el segundo instrumento denominado cuestionario de satisfacción de los clientes de la empresa de transporte Huapaya S.A. 2018.
Conclusiones	Se encontró una correlación al 0.785 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor p valor al $0.000 < 0.05$, con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transporte Huapaya S.A. – 2018.	Método de análisis de datos	método cuantitativo, puesto que el mismo permite analizar y comprobar información sobre los datos obtenidos, a través de preguntas específicas a todos los posibles participantes
Redacción final al estilo artículo	Flores Chuctayo (2018) El 23.15% de la población señalan tener un nivel alto respecto a esta dimensión de seguridad.		

	Se encontró una correlación al 0.501 con el coeficiente de Rho Spearman con un p valor al $0.000 < 0.05$, con el cual se concluye que existe relación significativa positiva media entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa de transporte Huapaya S.A. – 2018.
--	--

Datos del antecedente xx: Nacionales			
Título	Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana	Metodología	Servqual
Autor	Acosta López, Alexander Astudillo Rodríguez, Christian Jesús	Tipo	No experimental
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Validar que las dimensiones del modelo SERVQUAL impactan en la calidad de servicio al usuario del sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana	Diseño	Enfoque cuantitativo: se utilizó la medición numérica y el análisis estadístico para probar las hipótesis planteadas
Resultados	La primera hipótesis señala que todas las dimensiones de la escala SERVQUAL para el transporte urbano moderno tienen impacto en la calidad de servicio total. Para evaluar el impacto por dimensión usamos el coeficiente de correlación de Pearson, y para obtenerlo usamos el programa SPSS Statistics versión 22	Método	Probabilístico
		Población	100 000 unidades
		Muestra	511 personas
		Unidades informantes	La revisión de la literatura se basó en investigaciones y textos arbitrados encontrados en las bases de datos de CENTRUM Católica
		Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	Parasuraman
Conclusiones	En esta investigación buscamos validar el modelo SERVQUAL como instrumento para evaluar la calidad de servicio en el transporte público moderno en Lima Metropolitana a través de sus cinco dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía	Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo	Acosta Lopez & Rodriguez (2018) Los resultados de la tabla 8 también muestran que las dimensiones impactan de modo distinto en la calidad de servicio total, siendo las dimensiones de Fiabilidad y Empatía las que más impacto tienen con un coeficiente de 0.86 cada una. Todas las dimensiones del modelo SERVQUAL tienen un impacto significativo positivo sobre la calidad del servicio al		

usuario en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana. También se usó el modelo citado como herramienta para diagnosticar el nivel de la calidad del servicio en este sector.
--

Variable o categoría 1: satisfacción del usuario					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Philip Kotler	2003	El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 2003, p.40-41)	El autor habla que la satisfacción al cliente se divide tres: rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción. Se puede decir que la persona satisfecha es cuando tiene satisfecha sus necesidades además que sobrepasan sus expectativas. Así como, el cliente realiza un pago por el producto o servicio recibido.	Los elementos nos permitirán medir la satisfacción al cliente desde dichas perspectivas. Es por ello, que se nos permitirá plantear indicadores de mejora.	Kotler (2003) afirmó que la satisfacción corresponde al estado de ánimo de una persona, depende de tres factores como son: a) rendimiento percibido; b) expectativas; c) nivel de satisfacción. De este modo, es importante que los servicios sean identificables para lograr la satisfacción de los clientes
Referencia:	(Kotler , 2003)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Stanton, Walker y Etzel	2007	“Los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los	El autor menciona que la principal actividad es la transacción y descartan a los servicios complementarios que llegan a apoyar la venta de bienes y servicios, y	Nos permitirá distinguir la actividad de venta y actividades de apoyo complementarios que apoyan la venta de bienes o servicios.	Stanton Walker y Etzel (2007) mencionan que la principal actividad es la transacción y descartan a los servicios complementarios que llegan a apoyar la venta de bienes y servicios

		clientes satisfacción de los deseos o necesidades (Stanton, 2007, p.333-334)	sin minimizar lo primordial que es. El servicio		y sin minimizar lo primordial que es el servicio.
Referencia:	(Stanton, Etzel, & Walker, 2007)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (5)	Aplicación en su tesis (6)	
Christopher Lovelock	2009	“El servicio es una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad (Lovelock, 2009, p.12)	Según el autor el servicio es una actividad económica que implica distintos factores para su ejecución como el tiempo, dinero y esfuerzo de la empresa para entregar el servicio. La contratación del servicio no tiene que ver con la transferencia de propiedad y únicamente la prestación del mismo.	Se analizará los distintos factores que nos ayudaran para que la prestación de servicios logre ser entregado sin impedimento. Los indicadores mencionados son el tiempo, dinero y esfuerzo.	Lovelock (2009) entiende que el servicio tiene algo más que valor monetario si no que otorga al otro. Castillón (2014) nos dice que el comportamiento humano es el conjunto de actos exhibidos por él se humano y está determinado por absolutamente todo el entorno en que se vive.
Referencia:	(Lovelock & Wirtz, 2009)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (7)	Aplicación en su tesis (8)	
Adriana Castrillón	2014	Se entiende todo comportamiento humano orientado hacia la organización y	Según el autor el comportamiento humano orientado hacia la organización	Podremos estudiar el comportamiento de cada colaborador de la empresa ya que estos se encuentran involucrados a diario con los clientes es por	Robbins (2013) hace mención que la toma de decisión suele

		<p>coordinación de actividades de trabajo, con arreglo a fines por los cuales se ha procurado el bienestar y el progreso de las sociedades a través de la historia de la humanidad como, por ejemplo, las realizadas para la construcción de las grandes obras de ingeniería en la antigüedad (Castrillón, 2014, p, 13)</p>	<p>Es el conjunto de actos exhibidos por el ser humano y está determinado por absolutamente todo el entorno en que se vive, tiene influencias sociales, puesto que desde sus inicios el ser humano ha demostrado su interés de aprender sobre lo que lo rodea y aprovecharlo para su beneficio y comodidad</p>	<p>ello que se realizara capacitaciones para determinar el nivel de capacidad de manejo de emociones en cualquier tipo de evento que se pueda presentar</p>	<p>describirse como una elección, pero esto a la vez se torna en algo simple la toma de decisiones es un proceso planificado que tiene valor.</p> <p>De acuerdo a los autores en estudio las citas en mención ayudan a mejorar la satisfacción del cliente desde dichas perspectivas permitiendo distinguir la actividad de venta y actividades de apoyo, analizando los distintos factores permitirá que la prestación de servicios sea entregado sin impedimento, estudiando el comportamiento de cada colaborador tomaremos medidas que sean convenientes para lograr el objetivo de la organización y para uno mismo por ello es muy importante reconocer el perfil de cada trabajador dentro de la empresa.</p>
Referencia:	(Castrillon , 2014)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (9)	Aplicación en su tesis (10)	
Stephenp.Robbins	2013	<p>La toma de decisiones suele describirse como una elección entre alternativas, pero esta concepción es demasiado simplista. ¿Por qué? Porque la toma de decisiones es un proceso más que</p>	<p>La toma de decisiones según el autor suele describirse como una elección, pero esto a la vez se torna en algo simple la toma de decisiones es un proceso planificado que tiene valor más que un simple acto de elegir entre alternativas que</p>	<p>Se tomaran medidas analizando el tipo de situación esto quiere decir que para realizar cambios en los procesos administrativos, contratación de personal de la empresa se debe elegir entre alternativas que sean convenientes para la organización y para uno mismo</p>	

	un simple acto de elegir entre alternativas (Robbins,2013,p, 72)	sean convenientes para uno mismo		
Referencia:	(ROBBINS, 2013)			

Matriz 8. Construcción de la variable

Variable: -----					
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3	Fuente 4	Fuente 5
Cita textual	El nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 2003, p.40-41).	“Los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de los deseos o necesidades (Stanton, 2007, p.333-334).	“El servicio es una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad (Lovelock, 2009, p.12).	Se entiende todo comportamiento humano orientado hacia la organización y coordinación de actividades de trabajo, con arreglo a fines por los cuales se ha procurado el bienestar y el progreso de las sociedades a través de la historia de la humanidad como, por ejemplo, las realizadas para la construcción de las grandes obras de ingeniería en la antigüedad (Castrillón, 2014, p, 13).	La toma de decisiones suele describirse como una elección entre alternativas, pero esta concepción es demasiado simplista. ¿Por qué? Porque la toma de de-cisiones es un proceso más que un simple acto de elegir entre alternativas (Robbins,2013,p, 72)
Redacción final					

Fuente de mayor relevancia para el estudio (cuantitativo)	El logro de la calidad en productos y servicios se ha convertido en una preocupación fundamental de la década de 1980. Si bien la calidad de los bienes tangibles ha sido descrita y medida por los especialistas en marketing, la calidad de los servicios es en gran medida indefinida y sin investigación. Los autores intentan rectificar esta situación informando los conocimientos obtenidos en una extensa investigación exploratoria de calidad en cuatro empresas de servicios y desarrollando un modelo de calidad de servicio. Se ofrecen propuestas y recomendaciones para estimular la investigación futura sobre la calidad del servicio								
Construcción de las dimensiones									
Construcción de las dimensiones según la fuente elegida	Dimensión 1:		Dimensión 2:		Dimensión 3:		Dimensión 4:		Dimensión 5:
	Tangibilidad		Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía
Construcción de los indicadores	I1	Moderna	I5	Promete	I9	Comunica	I13	Confianza	Atención
	I2	Atractivas	I6	Interés	I10	Rápido	I14	Seguro	Comprende
	I3	Pulcra	I7	Realiza	I11	Ayudar	I15	Amables	Ofrece
	I4	Materiales	I8	Tiempo	I12	Responder	I16	Conocimientos	Preocupa
Cita textual de la dimensión	Según Matsumoto (2014, p.4) la tangibilidad es todo aquello que se puede tocar percibir y sentir de manera precisa y clara, sobre todo se demuestra con evidencias: Como la infraestructura,		Según Prieto & Delgado (2010, p.2) La fiabilidad se concibe como la consistencia o estabilidad de las medidas cuando el proceso de medición se repite. Por ejemplo, si las lecturas del peso de una cesta de manzanas varían mucho en sucesivas mediciones efectuadas en las mismas condiciones,		Según Tigani (2006, p.33) la capacidad de respuesta es el grado de preparación que se tiene para entrar en acción ante cualquier suceso. Si la lentitud del servicio, es algo que difícilmente agregue valor para el cliente se tiene que ser ágil y preciso para dar una respuesta concreta a los clientes por ende es		Según montero (2013, p.3) la seguridad es un concepto que nace junto al liberalismo, y se refiere a una forma de gobernar con el objetivo de garantizar que los individuos estén expuestos lo menos posible a los peligros, lo que lleva a la implementación de		Según Carpena (2016, p.156) la empatía es la que incluye a la vez cogniciones y emociones. Aunque tengamos que provocar el trabajarlas por separado las mejores ocasiones para detenerse son aquellas que nos

	equipos, materiales y personas.	se considerará que las medidas son inestables, inconsistentes y poco fiables.	importante valorar su tiempo.	procedimientos de control, coacción y coerción en torno a la salud (control de enfermedades e higiene), el crimen, así como el combate a las conductas "antisociales".	ofrecen la posibilidad de profundizar en la empatía global.
	Según Romero & Romero (2006, p.9) la tangibilidad está hecho generalmente para obtener grandes ventajas sobre los competidores, por ende trae consigo la preferencia de los clientes para dar mayor credibilidad de la empresa y a sus productos o servicios.	Según loza (2013, p.1) la fiabilidad es una manera de expresar o reflejar las funciones a realizar, por ello se define adecuadamente durante un determinado periodo bajo condiciones operativas garantizando el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.	Según Márquez & Mejías (2013, p.2) la capacidad de respuesta es la voluntad de ayudar a los clientes, prestando el servicio oportuno así en términos generales el tema tocado es un sistema de ayuda, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable.	Según Anaya (2017, p.1) la seguridad es fundamental para lograr una vida plena, un mejor desempeño laboral y el desarrollo de potencialidades en diferentes aspectos y ámbitos de nuestra vida. Por ello, y para protegerlas, existen convenios internacionales y marcos jurídicos nacionales que recuperan los avances científicos y tecnológicos en materia de salud, seguridad e higiene en el trabajo, cuidado del ambiente y protección civil.	Según López, Filippetti & Richaud (2014, p.38) la empatía es la capacidad de comprender los sentimientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar. Es una habilidad indispensable para los seres humanos, teniendo en cuenta que toda nuestra vida transcurre en contextos sociales complejos Esta naturaleza social hace que el reconocimiento

					y la comprensión de los estados mentales de los demás, así como la capacidad de compartir esos estados mentales y responder a ellos de modo adecuado, sean tanto o más importantes que la capacidad de comprender y responder adecuadamente a los contextos naturales no sociales.
	Según Atencio & González (2007, p.10) los elementos tangibles incluyen varios factores como son: los elementos y artefactos que intervienen en el servicio: instalaciones, infraestructura, equipos, procesos y por último la apariencia del personal, aspectos positivos y de	Según Barry (2009, p.1-2) la fiabilidad se utiliza para determinar el grado de rendimiento de un equipo, también se puede usar para identificar la productividad de las actividades en una empresa si cumple o realiza sus funciones de acuerdo a lo ofrecido.	Según Clemenza, Gotera & Araujo (2010, p.5) la capacidad de respuesta se define como la disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud. La responsabilidad es la voluntad de colaborar con los clientes y de prestar el servicio con dedicación. Esta dimensión destaca la atención y la preocupación para hacerle frente a las solicitudes, preguntas, las	Según Céspedes & Martínez (2016, p.3) la seguridad en el trabajo han sido abordadas en nuestro país de diferente arista, siendo así los aspectos más trascendentales a lo concerniente; como: exposición a riesgos laborales, esto nos permitió comprender que estas investigaciones precedentes realizaron importantes aportes a la	Según Goleman, (1999, p.153) la empatía asume diferentes grados que van desde la capacidad de captar e interpretar adecuadamente las emociones ajenas hasta percibir y responder a sus preocupaciones o sentimientos inexpresados y comprender los

	relevancia para los usuarios.		reclamaciones y los problemas de los clientes.	seguridad y salud ocupacional convirtiéndose en objeto al análisis de los sistemas de gestión de la seguridad.	problemas que se ocultan detrás de otros sentimientos.
Parafraseo	<p>La tangibilidad es la es la acción misma de sentir ya sea con la vista, tacto, olfato y todos los sentidos del ser humano, pues éstos nos dan la fiabilidad de percibir con precisión la existencia de algún objeto o elemento que está a nuestro alrededor. (Matsumoto, 2014)</p>	<p>La fiabilidad argumenta que esta será aceptada y avalada cuando se demuestre que se tenga resultados constantes, poco variables cuando se realicen cuantiosas pruebas de la misma acción, eso garantizara la calidad de las pruebas realizas.</p> <p>En caso contrario, y se obtengan diferentes resultados con variaciones considerables hará que el trabajo del que lo realice y la prueba no sea fiable. (Prieto & Delgado, 2010)</p>	<p>Todo individuo se caracteriza por el trato y la capacidad de atención, esto variara según la prudencia que se tenga y la capacitación previa, eso ayudará a evaluar mejor la situación en la que se encuentre para comprender las expectativas y necesidades del cliente, saber la importancia del trato al asiduo será esencial, siempre pensando en él y para él para así poder brindarle lo mejor, estas capacidades de respuesta del asistente tienen que ir en sintonía a la del usuario. La meta del servidor es comprender profundamente la naturaleza del cliente para así ofrecer un mejor servicio. (Tigani, 2006)</p>	<p>La seguridad es una idea que se origina juntamente con el liberalismo, refiriéndose a una forma de dirigir un objeto garantizando a que los individuos estén propenso lo menos posible a los riesgos existentes, por ello la implementación de métodos de control ayudan a combatir, previniendo de epidemias, crímenes o conductas antisociales. (Montero, 2013).</p>	<p>La empatía son sentimientos que un individuo intenta interpretar de forma objetiva, sin embargo la posibilidad de indagar o analizar este contexto conduce a identificar lo que siente el otro, es decir buscan ayudarse entre sí desde cada punto de vista. (Carpena, 2016)</p>

	<p>La tangibilidad genera ventajas en el ámbito lucrativo o comercial con respecto a los contendientes, pues mientras más presenten sus servicios de calidad al cliente, la notoriedad en la sociedad será más, entendiendo eso como la gran oportunidad de atraer a más clientes, haciendo que la empresa obtenga mayores incrementos económicos. (Romero & Romero, 2006)</p>	<p>La fiabilidad es el cumplimiento preciso de las promesas hechas, esta será comprobado a través del acatamiento de las labores establecidas, además se llevarán a cabo de la forma más minuciosa garantizando así la calidad de su trabajo, certificando el cumplimiento del trabajo en el tiempo estipulado y con los requerimientos previos. Al cumplirse eso resaltará la fiabilidad del trabajo y del trabajador. (Loza, 2013)</p>	<p>La capacidad de respuesta se ve enfocada básicamente en brindar ayuda al cliente basado en aspectos importantes: tiempo, calidad, costo y la comunicación. Dándole así un servicio de calidad, prontitud y ofreciendo precios admisibles, estos puntos harán que el servicio mejore, también será un factor de comparación con otras empresas, pues eso es indispensables para evaluar la capacidad de respuesta. (Márquez & Mejías, 2013)</p>	<p>La seguridad es primordial para obtener una vida sin riesgos por ello en el ámbito laboral se desarrollan diferentes aspectos, como el control, pues mediante esto se previene accidentes y daños en el trabajo, dando importancia a la protección civil, al mismo tiempo cuidando del ambiente que nos rodea. (Anaya, 2017)</p>	<p>La empatía es la facultad de entender los afectos y sensaciones de los demás, a la vez es una destreza esencial para los seres humanos, pues ayudan a comprender los estados mentales de las personas, así como la capacidad de responder debidamente a los contextos naturales no sociales. (López, Filippetti & Richaud, 2014)</p>
	<p>Los elementos tangibles implican todo un conjunto de factores como equipo, artefactos, infraestructura entre otros que ayudan a que la empresa se vea y se sienta más sofisticada para los clientes, así generar que la empresa</p>	<p>La fiabilidad es un aspecto importante para realizar los servicios que se brinda, se expresa con el óptimo rendimiento de los trabajos hecho y el cuidado en su realización. Obteniendo resultado de acuerdo a lo prometido, logrando efectuar todo lo</p>	<p>La capacidad de respuesta, en el ámbito comercial pues este responde a la forma de atención al usuario, mantenerlos contentos es la clave para asegurar la continuación de uso del servicio. Para ello el empleado o servidor tiene que estar preparado y dispuesto en ayudar con</p>	<p>La seguridad es un tema esencial en los trabajos por lo que actualmente se le presta más interés en las organizaciones, permitiendo comprender que tan importante es la seguridad y salud ocupacional, así mismo ayudando a integrar un sistema que controle la</p>	<p>La empatía es una técnica de percibir los sentimientos y emociones de las personas, así mismo esto ayuda a identificar la angustia que un individuo estuviera ocultando, por ello es muy importante conocer el</p>

	tenga notoriedad entre los usuarios y que prefieran sus servicios o productos que ofrezcan, también es necesario que se tenga un especial cuidado en todo lo que respecta al servicio que se ofrezca y a como se ve, pues esto es un esfuerzo más relacionado a la estrategia de ventas. (Atencio & González, 2007)	propuesto, considerándose a si fiable. (Barry, 2009)	entrega al cliente en todo lo que necesite, dándole respuestas exactas, y adelantándose a hechos que satisfagan al cliente. (Clemenza, Gotera, & Araujo, 2010)	exposición y riesgos laborales. (Céspedes & Martínez, 2016).	grado de conducta de una persona empática la cual garantiza una interacción prospera. (Goleman, 1999).
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Matsumoto, 2014)	(Prieto & Delgado, 2010)	(Tigani, 2006)	(Montero, 2013)	(Carpena, 2016)
	(Romero & Romero, 2006)	(Loza, 2013)	(Márquez & Mejías, 2013)	(Anaya, 2017)	(López, Filippetti, & Richaud, 2014)
	(Atencio & González, 2007)	(Barry, 2009)	(Clemenza, Gotera, & Araujo, 2010)	(Céspedes & Martínez, 2016)	(Goleman, 1999)
Redacción final	Según la postura de los autores los elementos tangibles implican todo un conjunto de factores como equipo, artefactos, infraestructura, entre otros ayudando a los sentidos del ser	Tal y como los autores aseveran acerca de la fiabilidad, es el cumplimiento preciso de las promesas hechas, por ende esta será comprobado a través de la ejecución de los labores predeterminados,	Para los autores la capacidad de respuesta se ve enfocada básicamente en brindar ayuda al cliente basado en aspectos importantes: tiempo, calidad, costo y comunicación. En el ámbito comercial pues este	El estudio realizado nos permite dar a conocer como la seguridad influencia mucho en la vida humana, de esta forma los autores citados hacen mención que el individuo siempre estará propenso a riesgos	El tema estudiado nos permite conocer la perspectiva de cada autor sobre cómo califica o determina la empatía, de tal manera que las citas mencionadas buscan enfocar el tipo de

	<p>humano, Entendiendo todo eso como una gran oportunidad de atraer a clientes y haciendo que las empresas obtengan mayores incrementos económicos por ende prefiriendo más sus servicios con frecuencia.</p> <p>Matsumoto (2014), Romero & Romero (2006), Atencio & González (2007).</p>	<p>obteniendo resultado de acuerdo a lo prometido logrando efectuar todo lo propuesto considerándose a si fiable, en resumen eso resaltará la fiabilidad del trabajo y del trabajador.</p> <p>Prieto & Delgado (2010), Loza (2013), Barry (2009).</p>	<p>responde a la forma de atención al usuario mantenerlos contentos es la clave para asegurar la continuación de uso del servicio, siempre pensando en él y para él así poder brindarle lo mejor, estas capacidades de respuesta del asistente tienen que ir en sintonía a la del usuario, finalizando la meta del servidor es comprender profundamente la naturaleza del cliente.</p> <p>Tigani (2006), Márquez & Mejías (2013), Clemenza, Gotera, & Araujo (2010).</p>	<p>emergentes, por ello en el ámbito laboral se desarrollan diferentes aspectos que controlen accidentes en el trabajo, dando así la importancia a la protección civil. Actualmente las empresas muestran interés comprendiendo que tan conveniente es la seguridad y salud ocupacional, de esta manera ellos brindaran tranquilidad a sus trabajadores.</p> <p>Montero (2013), Anaya (2017), Céspedes & Martínez (2016)</p>	<p>conductas de las personas ante un evento fortuito dentro de un contexto social, sin embargo la posibilidad de indagar o analizar este entorno conduce a identificar lo que siente cada individuo garantizando una interacción prospera.</p> <p>Carpena (2016), López, Filippetti, & Richaud (2014), Goleman (1999).</p>
--	---	---	--	--	--

Matriz 10. Justificación

Justificación teórica	
¿Qué teorías sustentan la investigación?	¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?
<ol style="list-style-type: none"> 1. .teoría de sistemas 2. .teoría de contingencia del liderazgo 3. .teoría del comportamiento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nos permitirá conocer los problemas en las diferentes áreas establecidas por la empresa 2. Ayudará a analizar las decisiones que tome el líder dentro de la empresa de esta forma se podrá mejorar la satisfacción y calidad de servicio 3. . Nos permite identificar el comportamiento de los usuarios para mejorar la atención
Redacción final	<p>El presente estudio tiene justificación teórica porque se sustenta en la teoría de sistemas donde involucra a todas las áreas de la organización, así mismo en la teoría de contingencia podemos ver las decisiones que toma el líder ante los casos que se van presentando y la teoría del comportamiento permitirá identificar la conducta tanto del usuario, como de los colaboradores. La importancia de estas tres teorías son esenciales en las investigaciones porque nos faculta analizar, identificar y comprender los aspectos mencionados en este estudio.</p>

Justificación práctica	
¿Por qué realizar el trabajo de investigación?	¿Cómo el estudio aporta a la organización?
<ol style="list-style-type: none"> 1. Para poder analizar la problemática en cuanto al servicio de calidad usando métodos y estrategias que nos permitirá tener un mayor resultado. 2. Para implementar una propuesta que nos lleve una mejora continua en cuanto al servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aportará brindando un análisis, por qué tiene información veraz sobre la problemática en el servicio respecto a la tangibilidad 2. Permitirá tener información respecto a los factores sobre el comportamiento de los usuarios

3. Nos permite identificar las falencias que se tiene en el servicio del corredor azul	3. Permitirá identificara los puntos críticos de cada problema para una inmediata solución
Redacción final	El presente estudio práctico busca analizar la problemática en cuanto a la satisfacción del usuario usando métodos, estrategias que nos permitirá tener un mayor resultado y así poder implementar propuestas que ayuden a llevar una mejora continua en cuanto al servicio. De esta forma se identificará cada problema existente, donde serán tomados, analizados y posteriormente estudiados de acuerdo a la situación en que se encuentre los factores de comportamiento de la organización.

Justificación metodológica	
¿Por qué realizar la investigación bajo el enfoque cuantitativo?	¿Cómo las técnicas e instrumentos permitieron realizar el diagnóstico y la propuesta?
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nos permitirá a nosotros como investigadores a determinar, las ventajas y comprender las limitaciones del estudio realizado. 2. Además nos facilitara reunir información de un grupo poblacional extenso de forma rápida y sencilla 3. Nos permitirá realizar análisis estadísticos prediciendo los resultados 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Se hizo uso de la encuesta que nos permitio recopilar datos a una muestra poblacional por medio de preguntas con opciones en escala 5. Nos permitio realizar los análisis estadísticos para asi obtener los resultados y conclusiones
Redacción final	El estudio realizado tiene justificación metodológica por que nos permite a nosotros como investigadores a determinar, las ventajas y comprender las limitaciones del estudio realizado. Además nos facilito reunir información de un grupo poblacional extenso de forma rápida y sencilla, se hizo uso de la encuesta que nos permitio recopilar datos a una muestra poblacional por medio de preguntas con opciones en escala por ende se realizó los análisis estadísticos para obtener los resultados y conclusiones

Matriz 11. Matriz de problemas y objetivos

Satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020

Problema general	Objetivo general
¿Cuál es el nivel que predomina en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia en la satisfacción del usuario en una empresa de transporte público, Lima 2020
Problemas específicos	Objetivos específicos
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la tangibilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020.
¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020?	Determinar el nivel de mayor predominancia respecto a la fiabilidad en una empresa de transporte público, Lima 2020.

<p>¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020?</p>	<p>Determinar el nivel de predominancia respecto a la capacidad de respuesta en una empresa de transporte público, Lima 2020.</p>
<p>¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020?</p>	<p>Determinar el nivel de predominancia respecto a la seguridad en una empresa de transporte público, Lima 2020.</p>
<p>¿Cuál es el nivel de predominancia respecto a la relación con la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020?</p>	<p>Determinar el nivel de predominancia respecto a la empatía en una empresa de transporte público, Lima 2020.</p>

Matriz 12. Método - cuantitativo

Enfoque de investigación cuantitativo			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Monje (2011, p.11) la investigación cuantitativa se inspira en el positivismo. Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales.	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	El enfoque de investigación cuantitativo está inspirado en la metodología del positivismo, es decir es una ciencia literalmente precisa y natural, que va enfocado con el análisis estadístico que a su vez sirve para probar teorías. (Monje, 2011)	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Monje, 2011)		
Utilidad/ aporte del concepto	Este enfoque nos permite conocer sobre el estudio de la investigación cuantitativo, al mismo tiempo nos ayuda a realizar un análisis estadístico para probar las hipótesis y teorías estudiadas, por ultimo son analizadas para obtener los resultados.		
Redacción final	El estudio de investigación cuantitativo está inspirado en la metodología del positivismo, es decir es una ciencia literalmente precisa y natural, al mismo tiempo nos ayuda a realizar un análisis estadístico para probar las hipótesis y teorías estudiadas, finalmente son analizadas para obtener los resultados (Monje, 2011).		

Tipo de investigación sustantivo			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Sánchez (2016, p.20) la investigación sustantiva es un tipo de estudio “que trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos, en tal sentido, está orientada a describir, orientar, predecir o retro decir la realidad, con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permitan organizar una teoría científica”.	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	La investigación sustantivo es una forma de análisis que busca contestar los incertidumbres teóricos o sustanciales, por lo tanto está orientada a trazar y pronosticar la realidad existente, resumiendo lo planteado la búsqueda de principios y leyes generales permitiendo reformar una teoría científica. (Sánchez, 2016)	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Sánchez, 2016)		
Utilidad/ aporte del concepto	El tipo de investigación sustantivo nos permite resolver problemas teóricos, por lo tanto podemos afirmar que el análisis sustantiva nos ayuda a perseguir la verdad hacia la investigación básica o pura por ende se concretiza la teoría científica		
Redacción final	La investigación sustantiva se desarrolló como una forma de análisis que busca contestar las incertidumbres teóricos o sustanciales por lo tanto está orientada a trazar y pronosticar la realidad existente, por ello podemos afirmar que el análisis sustantiva nos ayuda a perseguir la verdad hacia la investigación básica o pura, resumiendo lo planteado la búsqueda de principios y leyes generales permiten reformar una teoría científica (Sánchez, 2016).		

Diseño de investigación descriptivo simple

Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Sánchez (2016, p.20) la investigación Descriptiva simple responde a preguntas vinculadas al fenómeno o hecho estudiado objeto de la investigación, así como sus características, formas y cualidades, escenarios donde ocurre, tiempo y espacio determinados. Por ejemplo, en el área de investigación correspondiente a los negocios internacionales, se trata de describir las relaciones comerciales entre el Perú y los países pertenecientes a Asia – Pacífico, considerando los perfiles económicos de los países miembros, las características de los mercados, sus protecciones y barreras, indicando cada tipo y la manera en que estas afectan o favorecen el intercambio comercial en productos y servicios específicos.	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	El diseño de investigación descriptiva simple es un método que implica observar y describir la conducta de un sujeto así como su particularidad, formas y dotes dentro de un estrado donde ocurre el tiempo y espacio definido en otras palabras no se hace mención del objeto estudiado. (Sánchez, 2016)	Parafraseo 2	Parafraseo 3

Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Sánchez, 2016)		
Utilidad/ aporte del concepto	El diseño de investigación descriptiva simple nos ayuda a comprender el propósito de identificar, la conducta y el comportamiento de un sujeto con particularidades definidos que permitan obtener información para nuestro estudio		
Redacción final	El diseño de investigación descriptiva simple implica observar y describir la conducta de un sujeto así como su particularidad, formas y dotes dentro de un estrado donde ocurre el tiempo y espacio definido en otras palabras esto nos permitirá obtener información para nuestro estudio (Sánchez, 2016).		

Método de investigación descriptivo			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Sánchez (2016, p.22) el método descriptivo consiste en desarrollar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica de la realidad (problema, caso, estudio) que se investiga. El objetivo de este método es contar con un primer conocimiento de la realidad proveniente de la observación directa que realiza el investigador, así como del conocimiento que ha adquirido a través de la lectura, estudio y análisis del cúmulo de la información aportada por otros autores	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	El método de investigación descriptivo consta en ampliar una definición narrativa o numérica graficando la realidad como un caso, problema y un estudio que se indaga. El objetivo principal de esta metodología es cuantificar el discernimiento observando a lo que realiza el	Parafraseo 2	Parafraseo 3

	investigador y finalmente saber sobre los conocimientos adquiridos mediante el análisis. (Sánchez, 2016)		
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Sánchez, 2016)		
Utilidad/ aporte del concepto	Este método de análisis nos permite observar la realidad de los estudios investigados, en pocas palabras esta metodología busca investigar los conocimientos adquiridos por parte del inquisidor		
Redacción final	El método de investigación descriptivo consta en ampliar una definición narrativa o numérica graficando la realidad de un caso, permitiendo observar la realidad de los estudios investigados, por ende esta metodología busca investigar los conocimientos logrados por parte del inquisidor, en conclusión el objetivo principal de esta metodología es cuantificar el discernimiento observando a lo que realiza el investigador y finalmente saber sobre los conocimientos adquiridos mediante el análisis (Sánchez, 2016).		

Operacionalización de la variable (ver matriz 8)			
Dimensión	Indicador	Ítem	Escala
D1. Tangibilidad	Moderna Atractivas Pulcra Materiales	1-5	Likert
D2. Fiabilidad	Promete Interés Realiza Tiempo	6-9	Likert
D3. Capacidad de respuesta	Comunica Rápido Ayudar Responder	10-13	Likert
D4. Seguridad	Confianza Seguro Amables Conocimientos	14-17	Likert
D5. Empatía	Atención Comprende	18-22	Likert

	Ofrece		
	Preocupa		

Población – muestra - muestreo			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Artigas & Robles (2010, p.10) la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación. Por lo cual, recomienda delimitarla con claridad y precisión, siendo preferiblemente finitas tomando en cuenta el tiempo y recursos limitados, sin dejar de lado que, si el número de elementos que la conforman resulta accesible, puede llevarse a cabo un censo poblacional	Cita 2	Cita 3
Parfraseo	La población es un contiguo limitado o inmenso de elementos, con peculiaridades comunes por ello las conclusiones investigadas serán extensivas por lo que es importante delimitarla con franqueza y exactitud, así realizar y llevar a cabo un recuento poblacional finalizando con los resultados obtenidos. (Artigas & Robles, 2010)	Parfraseo 2	Parfraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Artigas & Robles, 2010)		

Indicar el tamaño de la población de estudio	34,000 pasajeros por día															
Indicar el método de muestreo, pegar la fórmula	$n = \frac{NZ^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$ <table border="1" data-bbox="996 438 1310 526"> <tr> <td>N</td> <td>34000</td> <td>Población</td> </tr> <tr> <td>q</td> <td>0.950</td> <td>Nivel de confianza</td> </tr> <tr> <td>e</td> <td>0.030</td> <td>Precisión o error</td> </tr> <tr> <td>p</td> <td>0.05</td> <td>Nivel de significancia</td> </tr> <tr> <td>Z</td> <td>1.96</td> <td>Valor Z bajo la curva de la normal</td> </tr> </table> $n = \frac{34000 * 3.8416 * 0.05 * 0.950}{[0.0009 * 33999] * [3.842 * 0.05 * 0.950]}$ $n = \frac{6204.184}{30.781576}$ $n = 202$	N	34000	Población	q	0.950	Nivel de confianza	e	0.030	Precisión o error	p	0.05	Nivel de significancia	Z	1.96	Valor Z bajo la curva de la normal
N	34000	Población														
q	0.950	Nivel de confianza														
e	0.030	Precisión o error														
p	0.05	Nivel de significancia														
Z	1.96	Valor Z bajo la curva de la normal														
Tamaño de la muestra	202 personas															
Redacción final	Según el autor la población implica la caracterización de los elementos con peculiaridades comunes por ello las conclusiones investigadas serán extensivas por lo que es importante delimitarla con franqueza y exactitud, realizando un censo que nos permita saber la realidad poblacional dando como tamaño estimado de 34,000 pasajeros por día sabiendo que el método utilizado fue el muestreo simple se llega a la conclusión del resultado con una muestra de 202 personas.															

Técnica de recopilación de datos encuesta			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Hurtado (2000, p.469) la encuesta es una técnica donde “la información debe ser obtenida a través de preguntas a otras personas. Se diferencian, porque en la encuesta no se establece un diálogo con el entrevistado y el grado de interacción es menor”	Cita 2	Cita 3
Parfraseo	La encuesta en un método que ayuda a recopilar información a través de preguntas asía los individuos diferenciándose así de un diálogo porque en un sondeo no está permitido la interacción con la persona encuestada. (Hurtado, 2000)	Parfraseo 2	Parfraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Hurtado, 2000)		
Utilidad/ aporte del concepto	Este método de análisis nos permite recopilar información de lo que queremos saber o analizar, es decir nos ayuda conocer las opiniones del publico acerca de un tema planteado o estudiado integrando así a nuestra investigación		
Redacción final	El estudio de encuesta se refiere en recopilar información a través de preguntas asía los individuos diferenciándose así de un diálogo, porque en un sondeo no está permitido la interacción con la persona encuestada conforme a esto se busca saber las opiniones del publico acerca de un tema planteado o estudiado integrando así a nuestra investigación (Hurtado, 2000).		

Instrumento de recopilación de datos cuestionario			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Hurtado (2000, p.469) el cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información. Es conveniente que el cuestionario no sea demasiado largo; en la medida que sea más largo, el porcentaje de quienes lo llenen será más bajo, por lo tanto, se deben evitar preguntas que no sean estrictamente necesarias para la investigación	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	El cuestionario es una herramienta que sirve para reunir preguntas relativas a un evento, puede ser un emplazamiento o tema particular donde el investigador obtendrá informaciones esenciales que ayuden conocer el tema estudiado por lo que es recomendable que el cuestionario no sea muy extenso evitando así preguntas innecesarias para la investigación (Hurtado, 2000)	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Hurtado, 2000)		
Utilidad/ aporte del concepto	El cuestionario nos permitirá agrupar o reunir preguntas acerca de una investigación en estudio, y las informaciones obtenidas serán una ayuda para la lograr el objetivo de estudio		
Redacción final	El cuestionario es una herramienta importante que sirve para reunir preguntas relativas a un evento, puede ser un emplazamiento o tema particular donde el investigador obtendrá informaciones esenciales siendo así de gran ayuda para la lograr el objetivo de estudio, por		

Lo que es recomendable que el cuestionario no sea muy extenso evitando así preguntas innecesarias para la investigación (Hurtado, 2000).

Nombre: Calidad de servicio

Autor: Parasuraman, Zeitman Y Berry

Año: 1994

Dimensiones – ítems: Tangibilidad (5) Fiabilidad (4) Capacidad de respuesta (4) Seguridad (4) Empatía (5)

Niveles - Baremos:

Ficha técnica del instrumento

Variable	Nro de Preguntas	Escala		Puntaje		Rango	Número de niveles	Intervalo	Nivel 1: Bajo		Nivel 2: Medio		Nivel 3: Alto	
		Min	Max	Min	Max				Min	Max	Min	Max		
Variable : Calidad de servicio	22	1	5	22	110	88.00	3	29	22	50	51	80	81	110
Dimensión 1 : Tangibilidad	4			4	20	16.00		5	4	8	9	14	15	20
Dimensión 2 : Fiabilidad	5			5	25	20.00		7	5	11	12	17	18	25
Dimensión 3 : Capacidad de respuesta	4			4	20	16.00	Nivel 1: Bajo	5	4	8	9	14	15	20
Dimensión 4 : Seguridad	4			4	20	16.00	Nivel 2: Medio	5	4	8	9	14	15	20
Dimensión 5 : Empatía	5	5	25	20.00	Nivel 3: Alto	7	5	11	12	17	18	25		

Procedimiento	
Paso 1:	Construir la revisión teórica
Paso 2:	Revisión del instrumento
Paso 3:	Aplicar el instrumento a nuestra muestra de estudio
Paso 4:	Diseño de la base de datos
Paso 5:	Descripción de los resultados con la aplicación de la estadística descriptiva
Paso 6:	Redacción del informe final

Método de análisis de datos Estadística descriptiva, frecuencias y porcentajes			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según Hurtado (2000, p.518) la estadística descriptiva se basa en la comparación de medidas y varianzas entre géneros. Un mismo procedimiento de comparación entre grupos tendrá un significado diferente según el fundamento teórico y los objetivos de la investigación. Cuando se requiere evaluar los efectos de un determinado tratamiento o intervención, podrán compararse los datos de un grupo antes de la intervención; cuando se requiere determinar cómo cambia un evento a lo largo del tiempo, se compararan los datos obtenidos de cada grupo por medio de varias mediciones realizadas en distintos momentos, según el lapso que se pretende estudiar	Cita 2	Cita 3

Parafraseo	La estadística descriptiva, frecuencias y porcentaje se basada en paridad de varianzas entre sectores teniendo un significado distinto según el origen teórico buscando determinar como un evento cambia a lo largo del periodo se hace una comparación de los datos obtenidos para medir porcentajes y objetivos. (Hurtado, 2000)	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Hurtado, 2000)		
Utilidad/ aporte del concepto	Este método de análisis descriptivo nos permite ver los distintos informes estadísticos que hacen las varianzas entre grupos para poder ser medidas de formas distintas según el fundamento teórico en cada intervención realizada se podrán comparar datos para estudiarlos		
Redacción final	Para la investigación de los resultados se aplico la estadística descriptiva, las frecuencias y porcentaje se basada en paridad de varianzas entre sectores teniendo un significado distinto según el origen teórico buscando determinar como un evento cambia a lo largo del periodo es decir este método de análisis descriptivo nos permite ver los distintos informes estadísticos que hacen las varianzas entre grupos para poder ser medidas de formas distintas según el fundamento teórico en cada intervención realizada se podrán comparar datos para estudiarlos (Hurtado, 2000).		

Aspectos éticos	
APA	Todos los autores que se han considerado en la investigación han sido citados y referenciados.
Muestra	La muestra ha sido considerado se ha determinado de forma aleatoria simple y se ha tenido la autorización de cada persona para que pueda contestar el cuestionario.
Data	La data no ha sido manipulada tergiversada, si no que los datos obtenidos se han considerado tal cual