



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ingeniería Industrial

Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

**Aplicación del modelo Servqual en los servicios de
transporte público urbano en el distrito de Lurigancho
para medir la calidad del servicio**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

AUTOR

Carlos Eduardo MARTINEZ LOZANO

ASESOR

Raquel Beatriz MALCA CHUQUIRUNA

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Martinez, C. (2018). *Aplicación del modelo Servqual en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ACTA N°039-VDAP-FII-2018

**SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL**

El Jurado designado por la Facultad de Ingeniería Industrial, reunido en acto público en el Auditorio de la Facultad de Ingeniería Industrial, el día **miércoles 07 de noviembre de 2018**, a las 10:00 horas, dio inicio a la sustentación de la tesis:

**“APLICACIÓN DEL MODELO SERVQUAL EN LOS SERVICIOS DE
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO EN EL DISTRITO DE LURIGANCHO
PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO”**

Que presenta el Bachiller:

MARTINEZ LOZANO CARLOS EDUARDO

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial en la Modalidad: Ordinaria.

Luego de la exposición, absueltas las preguntas del Jurado y siendo las 10:45..... horas se procedió a la evaluación secreta, habiendo sido APROBADO..... por UNANIMIDAD..... con la calificación promedio de Dieciocho (18), lo cual se comunicó públicamente.

Ciudad Universitaria, 07 de noviembre del 2018

MG. RUIZ LIZAMA EDGAR CRUZ
Presidente

MG. MAVILA HINOJOZA DANIEL HUMBERTO
Miembro

ING. MEDINA ESCUDERO ANA MARIA
Miembro

ING. MALCA CHUQURENA RAQUEL BEATRIZ
Asesor

DEDICATORIA

A aquellos que dejaron huella en mi camino, e hicieron que nunca dejara de soñar. Por los que me acompañaran en esta senda y me brindan su soporte para cuando piense que haya perdido el goce de disfrutar la vida. Y por el amor que tuve de mis abuelos (Rafael y Juana), padres (Doris y Luis), tíos (Marcelina, Rogelio, Walter, Abilia, Carlos, Raúl), primos (Rafael, Mijael, Liz y Cynthia), amigos y en especial a la persona que siempre me regañó cuando no avanzaba en escribir este documento, mi amada Geraldine (Sc), ¡Siempre recuerden que en mis sueños, triunfos y en cada momento están ustedes presente ¡

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir mi sueño, a mis abuelos, padres, hermana, tíos, primos, amigos y novia que cedieron su tiempo para completar este trabajo.

Agradezco a la Ing. Raquel Malca Chuquiruna, por su valiosa asesoría y tiempo dedicado al desarrollo de este trabajo; al Dr. Alfonso Ramon Chung por su valioso apoyo y aporte en la investigación; y a todos mis profesores por todas las enseñanzas recibidas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Descripción de la realidad del problema	2
1.2. Definición del problema.....	4
1.2.1. <i>Problema General</i>	4
1.2.2. <i>Problemas Específicos</i>	5
1.3. Justificación e importancia de la investigación.....	5
1.3.1. <i>Justificación Teórica</i>	5
1.3.2. <i>Justificación Práctica</i>	6
1.3.3. <i>Justificación metodológica</i>	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	6
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	6
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	6
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8

2.1.1.	<i>Antecedentes Internacionales</i>	8
2.1.2.	<i>Antecedentes Nacionales</i>	11
2.2.	Bases teóricas.....	14
2.2.1.	<i>Servicio</i>	14
2.2.2.	<i>Calidad</i>	18
2.2.3.	<i>Gestión de Calidad de los Servicios</i>	20
2.2.4.	<i>Conceptos de Calidad de Servicio y Satisfacción en el Servicio.</i> ..	20
2.2.5.	<i>Medición de Calidad de Servicio.</i>	23
2.2.6.	<i>Modelo SERVQUAL para la Medición de Calidad en Servicios.</i>	26
2.3.	Glosario de Términos	34
CAPÍTULO 3.	METODOLOGÍA	36
3.1.	FORMULACION DE HIPOTESIS.....	36
3.1.1.	<i>Hipótesis General</i>	36
3.1.2.	<i>Hipótesis Específicas</i>	36
3.1.3.	<i>Variables</i>	37
3.2.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2.1.	<i>Diseño de Investigación</i>	38
3.2.2.	<i>Tipo de la Investigación</i>	39
3.2.3.	<i>Población y Muestra</i>	40
3.2.4.	<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	41
3.2.5.	<i>Técnicas de procesamiento y análisis de datos</i>	43
	Fuente: Elaboración Propia	43
CAPÍTULO 4.	ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .	44
4.1.	Validación y confiabilidad del Instrumento de medición	44
4.2.	Análisis Estadísticos de los Datos.....	45
4.3.	Contrastación de Hipótesis	46
4.3.1.	<i>Resultado de la Hipótesis Especifica 1</i>	46
4.3.2.	<i>Resultado de la Hipótesis Especifica 2</i>	48

4.3.3.	<i>Resultado de la Hipótesis Específica 3</i>	50
4.3.4.	<i>Resultado de la Hipótesis Específica 4</i>	52
4.3.5.	<i>Resultado de la Hipótesis Específica 5</i>	54
4.3.6.	<i>Resultado de la Hipótesis General</i>	55
4.4.	Discusión de Resultados.....	57
CAPÍTULO 5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
5.1.	Conclusiones.....	59
5.2.	Recomendaciones.....	60
REFERENCIAS		61
ANEXOS		65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Nivel de Satisfacción por Año de Transporte Publico en Lima Este	4
Tabla 2.1: Categorización de Servicios como Complemento	17
Tabla 2.2: Dimensiones del Modelo Servqual (1985).....	27
Tabla 2.3:Dimensiones del Modelo SERVQUAL (Actual)	28
Tabla 2.4:Aplicaciones Basadas en el SERVQUAL	34
Tabla 3.1:Variables Basadas en el SERVQUAL	38
Tabla 3.2:Calificativo de Confiabilidad	42
Tabla 3.3:Matriz de Análisis De Datos	43
Tabla 4.1:Calificación por Expertos.....	44
Tabla 4.2: Escala de Calificación por Juicio de Expertos	44
Tabla 4.3:Estadísticas de Fiabilidad.....	45
Tabla 4.4:Estadística Descriptiva de Expectativas	45
Tabla 4.5: Estadística Descriptiva de Percepciones.....	46
Tabla 4.6:Cuestionario-Elementos Tangibles.....	47
Tabla 4.7:Frecuencia-Elementos Tangibles	47
Tabla 4.8:Nivel de Percepción de Elementos Tangibles.	48
Tabla 4.9:Cuestionario-Confiabilidad.	49
Tabla 4.10:Frecuencia-Confiabilidad.....	50
Tabla 4.11:Nivel de Percepción de Confiabilidad	50
Tabla 4.12:Cuestionario-Capacidad de Respuesta.	51
Tabla 4.13:Frecuencia-Capacidad de Respuesta.	51
Tabla 4.14:Nivel de Percepción de Capacidad de Respuesta	52
Tabla 4.15:Cuestionario-Seguridad.....	52
Tabla 4.16:Frecuencia-Seguridad	53
Tabla 4.17:Nivel de Percepción de Seguridad	53
Tabla 4.18:Cuestionario-Empatía.....	54
Tabla 4.19:Frecuencia-Empatía.	55
Tabla 4.20:Nivel de Percepción de Empatía	55
Tabla 4.21:Influencia individual por cada factor en la calidad del servicio de transporte público en Lurigancho-Chosica	56
Tabla 4.22:Nivel de Calidad del Servicio.....	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1:Tasa vehicular por cada mil habitantes en Lima (2013-2016)	2
Gráfico 1.2:Nivel de Satisfacción del Transporte Publico en Lima Este (2017).....	3
Gráfico 2.1: Clasificación por Sector de Servicios en la Economía.	18
Gráfico 2.2:Tridimensionalidad de la Calidad del Servicio.	24
Gráfico 2.3: Modelo de Desajustes o GAP	25
Gráfico 2.4:Comparativa de Dimensiones de Calidad del Servicio	28
Gráfico 2.5:Esquematización SERVQUAL	29
Gráfico 2.6:Modelo de Deficiencias y sus Causas	32
Gráfico 2.7:Cuestionario SERVQUAL	33

RESUMEN

El presente estudio tiene como principal objetivo aplicar el modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio. En busca de un estudio que identifique todos los problemas del transporte público, el cual es enfocado al tráfico vehicular sin tener en cuenta las percepciones de los usuarios, es por ello que se requiere un instrumento y modelo que permita identificar y analizar los factores pertinentes para tener el objetivo de mejora de la calidad del servicio.

Con este fin el presente estudio tiene una metodología correspondiente a una investigación del tipo no experimental, descriptiva y transversal. Este estudio se aplicó a una muestra poblacional de 384 usuarios de transporte público en Lurigancho entre las edades de 18 a 55 años. Esta muestra determinada como objeto de estudio se aplicó el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio del transporte público urbano.

Se obtuvo como resultado, la confirmación de la hipótesis general, que la aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público en el distrito de Lurigancho mide la calidad del servicio. Además, se confirmó en las hipótesis específicas que se identificaron los niveles de percepción respecto a los elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

ABSTRACT

The main objective of this study is to apply the SERVQUAL model in urban public transport services in the district of Lurigancho to measure the quality of service. In search of a study that identifies all the problems of public transport, which is focused on vehicular traffic without taking into account the perceptions of users, that is why an instrument and model is required to identify and analyze the relevant factors for have the objective of improving the quality of the service. To this end, the present study has a methodology corresponding to a non-experimental, descriptive and transversal investigation. This study was applied to a population sample of 384 public transport users in Lurigancho between the ages of 18 to 55 years. This sample determined as object of study was applied the SERVQUAL model to measure the quality of urban public transport service. It was obtained as a result, the confirmation of the general hypothesis, that the application of the SERVQUAL model in the public transport services in the Lurigancho district measures the quality of the service. In addition, it was confirmed in the specific hypotheses that the levels of perception regarding the tangible elements, reliability, safety, responsiveness and empathy of the urban public transport services in the district of Lurigancho were identified by applying the SERVQUAL model.

INTRODUCCIÓN

Las empresas de transporte público urbano, en la actualidad se encuentran con mala imagen por parte de los usuarios, debido al problema general en el sector; sin embargo, este problema arraigado por muchos años ha sido enfocada en solucionar el tránsito vehicular, para lo cual se ha realizado múltiples investigaciones y proyectos con este fin.

En ese contexto la mayoría de las empresas de transporte se encuentran con esa problemática, el cual tiene que ser enfocado al usuario quien recibe el servicio, es por ello que se necesita de un estudio basado en las opiniones de los usuarios, con el fin de mejorar la calidad del servicio que brindan.

La estrategia de toda organización y en el sector de transporte público es aumentar constantemente la calidad del servicio enfocando los recursos a solucionar verdaderamente donde se encuentra el problema, con esta finalidad las organizaciones deben tener claro el panorama, midiendo el nivel de calidad de servicio percibido e identificando los factores que engloba esta percepción en los clientes con una cierta frecuencia. De esta manera al tener identificado y teniendo claro este panorama de las necesidades y expectativas, así como las calificaciones de percepción del cliente por el servicio, se puede determinar cuáles han sido las deficiencias de cumplimiento que ha tenido el servicio ofrecido con la finalidad de enfocar los recursos para cubrir estas deficiencias y aumentar el nivel calidad.

En el presente documento, se desarrolla la aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad.

CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

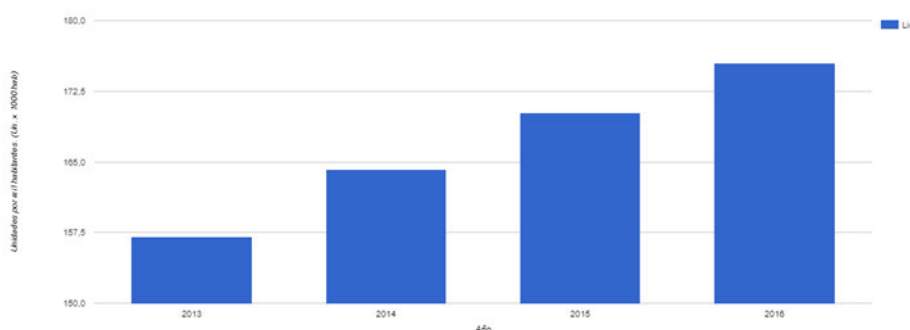
1.1. Descripción de la realidad del problema

En esta era de la globalización de los mercados, la competencia entre las organizaciones no solo abarca a nivel nacional sino a nivel mundial, es por ello que en busca de una ventaja competitiva se enfocan en brindar productos de mayor calidad, con este fin se realiza la evaluación y medición de la calidad, para el cual se han desarrollado múltiples modelos con sus herramientas, el cual se escoge dependiendo del tipo de producto que ofrece la organización.

En este contexto, el sector de transporte público urbano en el Perú, es uno de los sectores que tiene problemas y deficiencias con muchos años de existencia, para brindar servicios de calidad. Los estudios realizados a este, en su mayoría tienen el enfoque a solucionar la congestión vehicular.

En la ciudad de Lima, se determinó que una de las causas principales de la congestión vehicular, es el incremento desmedido del parque automotor y esto se observa en el **Gráfico 1.1**, donde los vehículos por cada mil habitantes para el año 2013 tenían un valor de 157.01 y en el año 2016 un valor de 175.48, reflejando un crecimiento del 11.70% (Sistema Nacional de Información Ambiental, 2016).

Gráfico 1.1: Tasa vehicular por cada mil habitantes en Lima (2013-2016)



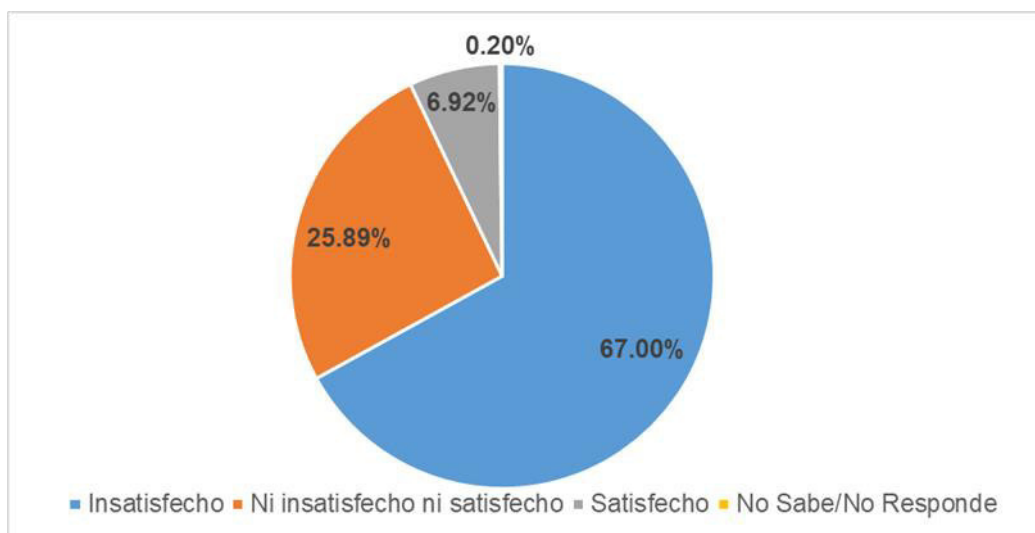
Fuente: Sistema Nacional de Información Ambiental (2016)

Se calcula que las pérdidas ocasionadas por este problema, en horas ascienden a 3mil millones y por el lado monetario esto representa alrededor de 6 mil millones de dólares anuales (TV Perú Noticias, 2017).

Sin embargo, el problema de transporte público no solo debe ser solucionado desde la perspectiva de la congestión vehicular, para ello se debe realizar un estudio de evaluación o medición de la calidad de dicho servicio donde se considere los factores o dimensiones pertinentes, el cual hasta el momento no se ha realizado.

Este problema de Lima Metropolitana, también se refleja en el servicio de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho (ubicado en la Zona Este de Lima Metropolitana), de acuerdo al **Gráfico 1.2**, se reportó en el 2017 que solo el 6.92% de la población de Lima Este (Chosica) se encuentra satisfecho con el servicio de transporte público urbano, este sería un indicador el cual refleja que hay deficiencias en el servicio de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho (Lima Como Vamos, 2017).

Gráfico 1.2: Nivel de Satisfacción del Transporte Publico en Lima Este (2017)



Fuente: Elaboración propia en base a la información de Lima Como Vamos (2017).

El indicador analizado en el **Gráfico 1.2**, solo se usa de referencia ya que el nivel de satisfacción nos brinda un indicio del nivel de calidad de servicios de transporte público en el distrito de Lurigancho, para poder recalcar la importancia de tener un estudio adecuado respecto a la calidad para realizar el diagnóstico y poder realizar la toma de decisiones estratégicamente.

Este problema del transporte público, ha provocado el aumento de las personas insatisfechas con estos servicios, teniendo un aumento promedio de 3.42% en el periodo del 2015 a 2017, como se observa en la **Tabla 1.1**.

Tabla 1.1: Nivel de Satisfacción por Año de Transporte Publico en Lima Este

Calificación	2017	2016	2015
Insatisfecho	67.00%	65.63%	60.16%
Ni insatisfecho ni satisfecho	25.89%	25.39%	31.64%
Satisfecho	6.92%	8.79%	8.01%
No Sabe/No Responde	0.20%	0.20%	0.20%

Fuente: Lima Como Vamos (2017)

Asumiendo que por año el aumento en promedio de personas insatisfechas es 3.42%, el aumento de la insatisfacción como pronóstico de 5 años sería de 17.10%, el cual provocaría mayores pérdidas monetarias por el tiempo de traslados y daños psicológicos por el estrés que ocasiona, provocando que el país no sea atractivo a la inversión y llevándonos a un estado de desarrollo precario.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema General

¿La aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho podrá medir la calidad del servicio?

1.2.2. Problemas Específicos

- I. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?
- II. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?
- III. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?
- IV. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?
- V. ¿Cómo es nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?

1.3. Justificación e importancia de la investigación

1.3.1. Justificación Teórica

La presente investigación realiza aporte de conocimiento sobre la aplicación del modelo SERVQUAL (o denominado el modelo de deficiencias), como instrumento para la medición y evaluación de la calidad en los servicios de Transporte Público urbano, los resultados de esta investigación generan conocimiento nuevo para la aplicación del Modelo SERVQUAL como instrumento de medición y evaluación de la calidad en el servicio en empresas del sector de servicios de Transporte Público Urbano.

1.3.2. Justificación Práctica

En la actualidad cada año aumenta la insatisfacción de los usuarios, sin tener algún estudio que mida o evalúe la calidad del servicio con todos sus factores.

Es así que la presente investigación se realiza por que existe la necesidad de evaluar el nivel de calidad de los servicios, realizando propuestas para mejorar el nivel de calidad de servicios, usando el modelo SERVQUAL.

1.3.3. Justificación metodológica

En referencia a los objetivos de la presente investigación, se realiza la aplicación del modelo SERVQUAL como instrumento para la medición de la calidad en los servicios de Transporte Público urbano en el distrito de Lurigancho.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

OG. Aplicar el modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio.

1.4.2. Objetivos Específicos

Oe1. Identificar el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

Oe2. Identificar el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

Oe3. Identificar el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

Oe4. Identificar el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

Oe5. Identificar el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

En el estudio denominado “The SERVQUAL model in measuring service quality of public transportation: Evidence from Russia”, el cual es llevado a cabo en la ciudad de Kaliningrado, la región más occidental de Rusia (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015). Aplicando el modelo SERVQUAL para descubrir la brecha de calidad de las expectativas y percepciones de los clientes sobre los servicios de transporte público (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015). La metodología de este estudio aseguró el 95% intervalo de confianza que toda la población de la ciudad de Kaliningrado comparte la opinión de los encuestados, mientras minimiza resultados ocasionales a solo 5 por ciento (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015). En las conclusiones, mencionan que con el modelo SERVQUAL se pudo evaluar la calidad general de los servicios de transporte público de Kaliningrado región de Rusia, así como los principales cuellos de botella de la prestación de estos servicios. Los resultados de la investigación, sugieren que el entorno del servicio, que incluye la dimensión tangible, recibió la mayor brecha de expectativas-percepciones, mientras que los atributos de resultado y proceso son de satisfacción moderada (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015). Aunque los factores dentro de la dimensión de seguridad también influyen negativamente en la evaluación de la calidad del servicio de transporte público en la ciudad de Kaliningrado (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015).

En la investigación titulada “SERVQUAL analysis of public bus transport services in Kumasi metropolis, Ghana: Core user perspectives”, utilizando la metodología SERVQUAL, este estudio buscó analizar las expectativas, percepciones de calidad y su efecto en la satisfacción general del servicio básico de usuarios de transporte público de autobuses en Kumasi (Sam, Hamidu, & Daniels, 2017). Encuestando a más de 100 usuarios de transporte público, los

resultados del estudio se ilustran en el caso de Kumasi y se discuten para guiar las posibles mejoras en la calidad del servicio de autobús en la ciudad (Sam, Hamidu, & Daniels, 2017). Los datos fueron analizados usando muestras pareadas t-test y técnicas estándar de regresión múltiple, los hallazgos del estudio revelaron grandes diferencias entre las expectativas en comparación con las percepciones de la calidad del servicio de transporte público en autobús y una insatisfacción general con la entrega de servicio de autobús en la ciudad (Sam, Hamidu, & Daniels, 2017). Sobre la base de los resultados del estudio y las mejores prácticas internacionales, se hicieron algunas recomendaciones para los operadores de transporte y los funcionarios de la ciudad (Sam, Hamidu, & Daniels, 2017).

En la investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena”, tiene como objetivo analizar la calidad del servicio del transporte intermunicipal de pasajeros ofrecido en la Terminal de Transporte de Cartagena, según interpretación de los usuarios del servicio, contrastando expectativas y percepciones, para ello se elaboró un cuestionario en base al SERVQUAL a una muestra de 100 usuarios del servicio de transporte intermunicipal de buses en la terminal de transporte de Cartagena mayores de 18 años (Leon & Pitalua, 2011). Dentro de las conclusiones principales, se determinó como un elemento positivo en la satisfacción del servicio al cliente, la calificación promedio de las percepciones es 3,77 (conceptualmente la mayoría percibe ligeramente de acuerdo en la mayoría de los enunciados) y el promedio general de las expectativas es 3,75 (Leon & Pitalua, 2011). Esto nos dice que se equipara cuantitativamente para efectos de establecer diferencias o que existen elementos que la Terminal de Transporte ha cuidado en ofrecer para satisfacer un buen servicio (Leon & Pitalua, 2011).

En el estudio denominado “Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY”, tiene como objetivo elaborar un modelo de gestión SERVQUAL para facilitar la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de los establecimientos públicos en la empresa SYRY de la parroquia Chongon del cantón Guayaquil, provincia de Guayas, con este fin se utilizó los métodos descriptivo, cuantitativo y deductivo (Valencia, 2015). Para dicho

objetivo, se elaboró un cuestionario basado en el SERVQUAL, el cual fue aplicado a 355 miembros de la comunidad educativa de docentes y padres de familia, así como a 14 trabajadores operativos de SYRY y mediante entrevistas a 8 directores de los planteles en estudio, obteniendo como resultado más relevante que el 79% ha mantenido discusión con los conserjes y en el 60% de los casos fueron impuntuales en la llegada a la escuela, detectándose déficit en la limpieza de baños y exteriores, pudiendo ocasiona que los directores pidan la no continuidad de esta organización en los planteles, por ello se planteó medir la calidad del servicio y optimizar el proceso de toma de decisión en SYRY, la elaboración y ejecución del modelo de gestión SERVQUAL, para mejorar continuamente la calidad del servicio de limpieza (Valencia, 2015).

En la investigación denominada “Measuring service quality in management education in select institutions affiliated to GBTU (formerly UPTU)”, tiene como objetivo principal examinar la expectativa y percepción de los estudiantes hacia la calidad del servicio en la educación gerencial y también comprender cómo perciben los estudiantes el servicio de calidad prestado en los institutos de gestión seleccionados afiliados a GBTU (Sharma, 2014). Para los fines de este estudio, se adopta un enfoque mejorado del SERVQUAL para medir la calidad del servicio en la educación de gestión. La metodología ha sido aplicada en selectos institutos de gestión afiliados a GBTU (Sharma, 2014). El instrumento propuesto fue probado en cinco institutos de gestión de GBTU, basados en el muestreo de conveniencia en 500 estudiantes que emplean instrumentos de encuesta que miden cinco dimensiones de atributos de calidad (Sharma, 2014). Un análisis demuestra la utilidad del enfoque para reunir la percepción de los estudiantes, analizarlos y sugerencias ha sido presentar a los institutos de gestión de GBTU. Se identifican cinco dimensiones de calidad, a saber, enseñanza, cooperación y apoyo, instalaciones, conveniencia y confiabilidad basadas en el análisis de factores principales componentes (Sharma, 2014).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

En su trabajo de investigación denominada “Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa GECHISA de Sullana – 2015”, tiene como objetivo conocer de qué forma la calidad de servicio influye en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa GECHISA de Sullana utilizando el modelo SERVQUAL; para ello dicho estudio tuvo un diseño no experimental y transversal del tipo correlacional y descriptiva (Hermoza, 2015). Elaborando un cuestionario basado en el SERVQUAL, para la aplicación de dicho se tomó una muestra de 196 clientes de la empresa de transportes GECHISA, obteniendo como conclusiones, la influencia de la calidad de servicio en forma directa con la satisfacción del cliente de la Empresa GECIDSA, respecto a la calidad de servicio que la empresa GECIDSA ofrece es deficiente y no cumple con las expectativas del cliente debido a diversos aspectos y puntos débiles, como por ejemplo el desorden en las colas, la falta de una boletería, la falta de seguridad al usuario, buses en mal estado y desaseados y el llenado sobrecargado de pasajeros en los buses sobre todo por las noches que causan malestar en los usuarios (Hermoza, 2015). Así también, se concluye que el cliente de la empresa GECHISA experimenta un nivel de satisfacción aceptable al hacer uso del servicio que ésta ofrece y optan por el servicio de esta empresa más por la accesibilidad de los buses que salen a cada momento (Hermoza, 2015).

En el estudio denominado “Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú”, tiene como objetivo principal validar la utilización de la escala SERVQUAL en el sector de transporte terrestre interprovincial en el Perú (Chavez, Quezada, & Tello, 2017). Además de validar el impacto de las cinco dimensiones de la escala SERVQUAL en la calidad del sector de transporte terrestre interprovincial en el Perú. Con este fin, dicho estudio tuvo un diseño no experimental del tipo transversal, correlacional y descriptiva (Chavez, Quezada, & Tello, 2017).

Se elaboró un cuestionario aplicando las cinco dimensiones de la escala SERVQUAL, la aplicación de dicho instrumento a modo piloto fue llevado a cabo a 60 personas, quienes validaron el entendimiento y dificultad de dicho instrumento

(Chavez, Quezada, & Tello, 2017). Luego, para la aplicación de dicha encuesta, se consideró un universo de 79 millones de personas, obteniendo una muestra de 384 personas entrevistadas, obteniendo como resultado la validez de la escala SERVQUAL para el sector de servicios de transporte interprovincial en el Perú y se validó que todas las dimensiones tuvieron impacto respecto a la calidad del servicio global (Chavez, Quezada, & Tello, 2017).

En el estudio llamado “Evaluación de los niveles de calidad de la empresa de transportes línea en el área de carga y encomiendas - Chiclayo 2014”, el cual tiene como objetivo el objetivo de la siguiente tesis, que es la evaluar los niveles de calidad de los clientes de la empresa de transportes Línea respecto al de servicio que ofrece en el área de Carga y Encomiendas. Para ello se aplicó un cuestionario basado en el SERVQUAL a una muestra de 384 personas mayores de 25 a 50 años de nacionalidad peruana. En las conclusiones, se menciona que la aplicación práctica del modelo SERVQUAL permitió identificar las ventajas y desventajas del servicio que otorga la empresa de transportes Línea en el área de Carga y Encomiendas en la ciudad de Chiclayo. En el comparativo realizado entre las percepciones y expectativas, las percepciones obtuvieron menor ponderación ya que los clientes tienen una expectativa sumamente mayor en todos los servicios, logrando así obtener las brechas por cada dimensión (Delgado & Carrasco, 2015).

En la investigación denominada “Calidad en el Servicio en el Sector de Cadenas de Farmacias en Lima”, se busca validar este modelo en el sector de las cadenas de farmacias de Lima Metropolitana. Para esto, se utilizó el modelo SERVQUAL, con el cual se obtuvo una puntuación, que indicó la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio en el sector, posteriormente, y para validar el modelo, se realizaron los contrastes de hipótesis analizando la relación entre las variables independientes, las dimensiones de la escala, y la variable dependiente, la calidad percibida del servicio (Feldmuth, Hablutzel, & Vásquez, 2017). A partir de un análisis correlacional, se buscó establecer la relación que existe entre las variables de esta investigación, y mediante un análisis de regresión, se determinó la causalidad que existe entre estas, todo lo mencionado desarrollado en una plataforma estadística (Feldmuth,

Hablutzel, & Vásquez, 2017). La investigación brinda información aplicada al sector farmacéutico y, aún más importante, valida el modelo SERVQUAL en el ámbito de las cadenas de farmacias de Lima Metropolitana. Los resultados de este estudio comprueban la validez del modelo SERVQUAL en el sector, realiza la descripción del mismo desde el punto de vista de la calidad de los servicios y finalmente, establece contribuciones y recomendaciones tanto teóricas como prácticas para un mejor desempeño de las cadenas de farmacias en Lima Metropolitana desde el punto de vista de la dirección del *marketing* (Feldmuth, Hablutzel, & Vásquez, 2017).

En la investigación denominada “Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel Los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones”, tiene como objetivo principal dar a conocer la escala SERVQUAL, una metodología nueva para medir la calidad de servicio; muy aplicado en el mundo, pero poco aplicada en el contexto nacional (Cueva, 2015). En este sentido se eligió como modelo la medición de la calidad del servicio en el Hotel Lo Portales de Piura (Cueva, 2015). Con este fin, el estudio tuvo un tipo no experimental de corte transversal y cuantitativo (Cueva, 2015). Se elaboró un cuestionario aplicando las 5 dimensiones mencionada en el SERVQUAL, la aplicación de la encuesta se llevó a cabo en noviembre del 2012, para el cual se consideró un universo de 87 personas que representaba a una persona por habitación, debido a la estacionalidad se consideró una muestra representativa de al menos 40% de respuesta por parte de los huéspedes, es por ello que en la aplicaciones se obtuvo resultados completos de 48 habitaciones, siendo este una muestra aceptable puesto que era mayor al 40% determinado en la muestra mínima (Cueva, 2015).

Dentro de las conclusiones, menciona la utilidad de la metodología SERVQUAL puesto que se enfoca en brindar una herramienta eficiente que permite medir continuamente la calidad del servicio, analizando las expectativas y percepciones de los clientes, permitiendo armar un mejor diagnóstico de la situación (Cueva, 2015). Respecto al caso de estudio, se obtuvo una alta aceptación de la calidad del servicio brindado, dentro de los cuales resalta un mayor grado de satisfacción del servicio es la seguridad que el cliente tiene al ingresar al

hotel; sin embargo, también se observó que hay una brecha muy importante respecto a las expectativas del cliente, en las reservas por internet, puesto que no cuentan con una adecuada página web (Cueva, 2015).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Servicio.

El servicio al igual que los bienes y/o materiales físicos, son el resultado de una cadena de procesos realizada por una organización, pero entre estos conceptos se tiene algunas diferencias. Es por ello que podríamos decir que servicio es el resultado de una actividad o actividades la cual una organización o individuo puede ofrecer a otro, el cual se caracteriza por ser esencialmente intangible y no implica tener propiedad sobre algo (Kotler & Keller, 2012). También se define “Los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” (Stanton, Etzel, & Walter, 2007).

La definición respecto a servicios según la UNE en la ISO 9000:2015, es la siguiente:

“Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil).
- Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos).
- La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento).
- La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurantes)”. (2015, pág. 22)

De lo revisado, se puede afirmar que los servicios son un resultado o producto de las actividades dentro de una organización o un individuo, en la cual, a diferencia de un bien, este producto es de esencia intangible y en algunos casos su realización está diseñado con el objeto de obtener una mayor ventaja sobre la venta de un bien, para obtener una mayor satisfacción del cliente, como un complemento.

En los servicios, el cliente tiende a tener un mayor riesgo porque el producto a adquirir que se brinda, no se visualiza totalmente previo a la adquisición, sino que para juzgar de su calidad es necesario haberlo recibido o adquirido. Es por ello que en su mayoría de casos el cliente consumidor de servicios tiende a tener en cuenta algunos aspectos para su adquisición con un determinado proveedor. Referente a los aspectos como primer aspecto tenemos a las recomendaciones de boca a boca, en segundo aspecto, los precios y los indicios físicos para juzgar la calidad, en tercer aspecto, tiene en cuenta una lealtad con sus proveedores de servicio alta y por último; debido a que los costos de proveedor son altos, es difícil la atracción de los clientes de la competencia (Kotler & Keller, 2012).

Características

El resultado o producto de una organización el cual ofrece al mercado son los bienes y servicios, al respecto de los servicios dentro de las características que más resaltan son la intangibilidad de ellos y el consumo de ellos es simultáneo a la adquisición. Es por ello que Parasuraman, Zeithaml & Berry, mencionan que los servicios son intangibles, heterogéneos, percederos y de consumo simultaneo inmediatamente posterior a su producción (1985). En las siguientes líneas, se dará un mayor detalle de las características de los servicios, según Kotler y Keller:

- Intangibilidad

Esta es una de las características más distintivas de los servicios, a diferencia de los bienes los cuales pueden visualizarse, saborearse, sentirse, escucharse u olerse al comprarlos. Es por esta característica la causa de la

incertidumbre de los resultados posterior a la compra. Es por ello que los compradores para reducir esta incertidumbre, buscan evidencias del nivel de calidad, esto refiere que hace inferencias a partir de las instalaciones y todos los recursos que involucra el servicio, de esta manera la gestión del proveedor para la atracción de nuevos clientes debe estar dirección de manejar las evidencias que infieren a la calidad del servicio (Kotler & Keller, 2012).

- Inseparabilidad

En la producción de bienes de grandes empresas en los rubros de alimentos, automotriz y etc., se tiene que disponer de un espacio determinado para el almacenamiento del producto terminado o bien final para la disposición en los mercados, teniendo en su mayoría costos por inventario. En el caso de los servicios generalmente se producen y son consumidos simultáneamente. Cabe resaltar, puesto que el cliente tiene una mayor interacción con el proveedor, esta interacción forma parte de las características especiales del marketing de servicios (Kotler & Keller, 2012).

- Variabilidad o Heterogeneidad

Esta característica hace referencia que todos los servicios que se han ofrecido no son iguales, sino que de alguna manera dependerá de quien es el proveedor, cuando, donde y a quien, la calidad en los servicios es muy variable (Kotler & Keller, 2012).

Los compradores de los servicios, tienen conocimiento de esto y para reducir esta incertidumbre, realiza consultas a otras personas antes de elegir un proveedor. Algunos proveedores de servicio, para contribuir a la reducción de esta incertidumbre ofrecen garantías de servicio (Kotler & Keller, 2012).

- Caducidad o perecibilidad

Los servicios no se almacenan, y la caducidad de ellos puede ser un problema cuando la variabilidad de la demanda es grande. Un ejemplo de ello es en el transporte, puesto que se tiene que tener una capacidad para poder atender a la demanda en horas de mayor tráfico y a su vez cuando no tenga mucha demanda (Kotler & Keller, 2012).

La planificación de la producción respecto a la demanda es muy importante, respecto a los servicios. La gestión de la demanda, ofreciendo un servicio oportuno a los precios adecuados maximizara la rentabilidad (Kotler & Keller, 2012).

Clasificación

Según las definiciones y características, podemos tener varias clasificaciones o categorizaciones referentes. De acuerdo a la **Tabla 2.1**, una categorización desde la perspectiva como complemento a la oferta de algún bien.

Tabla 2.1: Categorización de Servicios como Complemento

N°	Categoría	Característica
1	Servicio complemento a producto	El servicio es una forma complementaria de dar valor agregado al bien adquirido. El comprador, más que adquirir el servicio está pagando por el bien adquirido.
2	Hibrido	Los bienes se acompañan de los servicios, el comprador tiene las expectativas de recibir tanto el servicio como el bien, y de estos dos dependerá la calidad y su satisfacción. Esto se puede observar en el restaurante.
3	Servicio principal con bienes y servicios secundarios	El servicio es la expectativa principal que tiene el cliente y e valor agregado son los bienes que se ofrecen, en este caso la satisfacción y su calidad dependerá del servicio. Esto se puede observar en los servicios de turismo o viajes en avión.
4	Servicio puro	El servicio sin ningún complemento de algún bien asumido, es el que tiene más incertidumbre de todas las categorías por el comprador, puesto que las evidencias de la calidad son menos. Esto se puede observar en servicios como las sesiones de masajes.

Fuente: Elaboración propia y basado en el libro de kotler y keller (2012)

La clasificación debido al sector de servicios en la economía, de acuerdo al **Gráfico 2.1.**

Gráfico 2.1: Clasificación por Sector de Servicios en la Economía.

Transporte y servicios públicos Transporte ferroviario Transporte de pasajeros local e interurbano Transporte marítimo Transporte aéreo Transporte de carga Comunicaciones Telefonía y telégrafos Transmisiones de radio y televisión Servicios de energía eléctrica Financieros, de seguros y bienes raíces Instituciones Bancarias Corredores de valores, mercancías y servicios Agentes de seguros Bienes raíces	Servicios de Gobierno y Municipales Otros servicios Servicios empresariales Hoteles y otros sitios de alojamiento Servicios personales Servicios de salud Servicios legales Servicios educativos Servicios sociales Organizaciones y asociaciones Servicios diversos de reparación Servicios domésticos privados Servicios de recreación y esparcimiento
---	--

Fuente: Zeithaml V. A., Bitner, M. J. (2002, pp 4)

2.2.2. Calidad

En la actualidad existe diversas definiciones de calidad; las cuales fueron cambiando en conjunto con las etapas importantes de la industria en la historia. En la actualidad las personas, aún conservan la asociación de calidad con excelencia sobre un producto determinado. Crosby, menciona que la calidad es malentendida y es por ello que se tiene que tener claro la definición de calidad, el cual define como el cumplimiento de los requisitos y esta se puede medir con total exactitud (1987).

Entre otras definiciones importantes sobre calidad, tenemos a lo mencionado por Deming, en donde afirma que la calidad solo puede definirse en función del sujeto, quien juzgue la calidad (1986). Las personas tienen diferentes conceptos sobre lo que es, en su mayoría las personas le dan un enfoque diferente dependiendo del entorno y su contexto. Respecto a lo anterior Summer, resume la definición del doctor Deming, en términos de sistemas conformes, lo cual es aquello

que permite a las organizaciones ofrecer sus productos sin defectos a sus clientes, el cual tiene clientes satisfechos (2006).

Según la UNE ISO 9000, es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (2015, pág. 19).

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos definir calidad como el cumplimiento de sus necesidades o requerimientos de la persona quien adquiera un determinado producto de alguna organización, la calidad no cuesta sino todo lo contrario, pues tener calidad en los productos significa menos reproceso y productos defectuosos, con el cual obtenemos una mayor aceptación respecto al cliente sobre el producto comprado y una mayor rentabilidad.

Importancia de calidad

En la actualidad, la globalización y la creciente presión de elevar estándares de competitividad en las organizaciones, es una de las causas por lo cual se reconoce la importancia de la calidad y su papel estratégico, es así como Tarí, afirma que: “El reto de la empresa es adquirir una competitividad a través de productos de alta calidad a bajo coste”. (2000, pág. 8)

Referente a lo anterior, las normas y estándares actuales se basan en que el cliente es quien define la calidad y no la empresa como en la administración tradicional. Es por ello que Roberto Carro y Daniel González, mencionan la importancia de la evaluación con exactitud de los requerimientos del cliente y desarrollar una definición operativa de la calidad. (2012)

Dentro de los beneficios específicos en que la calidad afecta, se puede describir de la siguiente manera:

1. Mayor ahorro en costos y participación en el mercado.
2. Buena opinión de los clientes obteniendo mayor prestigio.
3. Mayor responsabilidad por los productos, disminuyendo las implicancias en gastos legales
4. Una mayor competitividad global, cumpliendo con las expectativas de calidad y precio. (Carro & González, 2012, págs. 2-3)

2.2.3. Gestión de Calidad de los Servicios

La gestión de calidad de los servicios, refiere a la dirección o el enfoque de recursos administrados de forma estratégica para obtener un alto nivel de calidad en los servicios.

Referente a la administración moderna, Camisón, Cruz y González menciona que la gestión de calidad, es considerada como un paradigma el cual propugna los principios de enfoque sistémico considerando la interacción de todas las actividades de la organización y que para poder asimilarse a un paradigma de la dirección deberá aportar una metodología y una teoría descriptiva de como dirigir con éxito (2006). Es por ello que resaltan a la gestión de calidad es tanto una estrategia como un proceso.

Según Vargas y Aldana, “el servicio no puede ser una campaña publicitaria o de motivación, ni un método de enseñar a sonreír a la gente, ni tampoco son escudos, botones o himnos. Es en cambio una estrategia gerencial que permite sobrevivir en el futuro y permanecer en el mercado, es reto de crear una cultura: la del servicio “. (2006, pág. 71)

Según lo comentado anteriormente, mencionan que la gerencia de servicios es una estrategia por parte de las organizaciones en donde la gestión de calidad es parte fundamental de esta estrategia e incluso se concibe como un paradigma de la dirección. La gestión de calidad, tiene un conjunto de herramientas y metodologías, el cual da soporte a la dirección del enfoque de calidad en los servicios o productos, destinando así los recursos óptimos y necesarios en búsqueda de la mejora continua de estos.

2.2.4. Conceptos de Calidad de Servicio y Satisfacción en el Servicio.

Los conceptos de calidad y satisfacción, son centrados a la evaluación del cliente referente a un producto. La similitud conceptual que tienen ambas variables a contribuido que algunos profesionales no logren diferenciarlas, según Dabholkar, 1995, citado por Alen Gonzales y Fraiz Brea (2006, pág. 252). Dada esta similitud, no es sorprendente que ambos constructos están altamente correlacionados, según Bansal y Taylor, 1999; Cronin et al., 2000; Cronin y Taylor 1992; Gottlieb et

al., 1994; Spreng y Mackoy, 1996; Taylor, 1997; Taylor y Baer, 1994, citados por Alen y Fraiz (2006, pág. 252). Entre algunas de las diferencias resaltantes se tiene que la satisfacción del cliente es más emocional y es referente al desempeño con las expectativas del comprador en una determinada adquisición; mientras que la calidad de servicio percibida es una evaluación actitudinal y global respecto a un producto, es por ello que se puede afirmar que la calidad del servicio es un concepto más amplio que la satisfacción (Camisón, Cruz, & González, 2006).

Ambos conceptos se pueden diferenciar fácilmente, para ello se realizan una revisión de ambos conceptos.

➤ *Calidad de servicio*

El concepto de calidad se define anteriormente como el cumplimiento de los requerimientos, necesidades o expectativas del cliente. “La determinación de la calidad en el servicio debe estar basada fundamentalmente en las percepciones de los clientes que tienen del servicio (Grönroos, 1994; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985; Steenkamp, 1990), y así se introduce el concepto de calidad percibida de los servicios” (Camisón, Cruz, & González, 2006, pág. 895).

Por lo mencionado, se puede concluir que el cliente o consumidor es quien juzga la calidad de un servicio. Parasuraman, Zeithaml y Berry, mencionan “la calidad de servicio es el juicio global del consumidor acerca de la excelencia o superioridad global del producto”. (1988, pág. 16)

➤ *Satisfacción del cliente*

La satisfacción de un cliente y el grado de él, está en función al desempeño de cumplimiento de sus expectativas respecto a una compra de un determinado producto. Kotler y Keller, definen a satisfacción como “El conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en el cliente, en cuanto a la comparación de sus expectativas con el valor percibido en el uso de un producto”. (2012, pág. 128)

Lovelock & Wirtz, afirma que:

“La satisfacción se puede definir como un juicio de actitud después de una acción de compra o una serie de interacciones entre consumidor y producto.” (2009, pág. 58)

Según ISO 9000, tenemos la siguiente definición:

“Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus expectativas”. (2015, pág. 26)

Como se puede apreciar en las definiciones anteriores, se incide en que la satisfacción dependerá de la percepción del cliente quien adquiera un producto y la aceptación de él, teniendo como criterio de evaluación, las expectativas en la compra, dependiendo de esto el cliente queda insatisfecho cuando lo que percibe es menor a la expectativa del cliente, el cliente queda satisfecho cuando la expectativa y lo que percibe es igual y altamente satisfecho cuando lo percibido sea mayor a la expectativa.

En ambos conceptos y sus definiciones comprobamos que están enfocadas al cliente en donde la satisfacción tiene como característica ser emocional y se enfoca a la última percepción en una compra o adquisición mientras que la calidad es algo más general, el cual nos permite analizar incluso la tendencia de compras y la fidelidad del cliente, ya que según los varios estudios realizados tienen un alto grado de correlación positiva. (Roldan, Balbuena, & Muñoz, 2010)

Para poder resumir en una forma más algebraica o tal vez una representación más resumida de lo que se aborda en estos párrafos, se menciona que la calidad es una categoría relativa, en cuanto a que esta con correspondencia de dos variables; se ha llamado a esta relación funcional como la ecuación de la calidad. (Larrea, 1991)

$$C = DP - E$$

Donde:

C: Calidad

DP: Desempeño percibido.

E: Expectativa.

La satisfacción está en un alto grado de correlación de manera positiva con la calidad, e incluso se menciona que esta deriva de él. (Larrea, 1991)

$$S = f(C)$$

Donde:

S: Satisfacción

F(C): Función de Calidad

2.2.5. Medición de Calidad de Servicio.

Debido a la importancia de fidelizar y atraer clientes, surge la necesidad en las organizaciones de conocer como los atributos del producto que ofrecen cumple con las expectativas del consumidor final, es por ello que se tiene que analizar el instrumento adecuado para la recolección de la información.

En referencia a los estudios realizados, se resalta la diferencia entre las investigaciones de gestión de calidad, los cuales hacen referencia a la implantación de certificaciones tales como la ISO 9001 y la medición de la calidad del servicio, los cuales son importantes para el presente estudio puesto que tiene como objetivo la medición de la calidad de servicio y analizar el factor o atributo que tiene una mayor afectación en la perspectiva del cliente sobre la calidad del servicio.

La calidad del servicio no es más que el “Juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto” (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pág. 16). Por lo mencionado anteriormente, la calidad de servicio percibida es subjetiva, el cual tiene un nivel de incertidumbre alto y es por ello que para medir demanda un mayor análisis.

En la literatura académica acerca de la medición de calidad del servicio y sus dimensiones, entre las más representativas tenemos a la escala basada en el modelo de escuela nórdica planteada por Grönroos y la escala basada en el modelo de escuela americana planteada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, las cuales se revisará en las próximas líneas, puesto que ambos modelos han servido como base para la medición de calidad del servicio en distintos rubros.

1. Escuela Nórdica

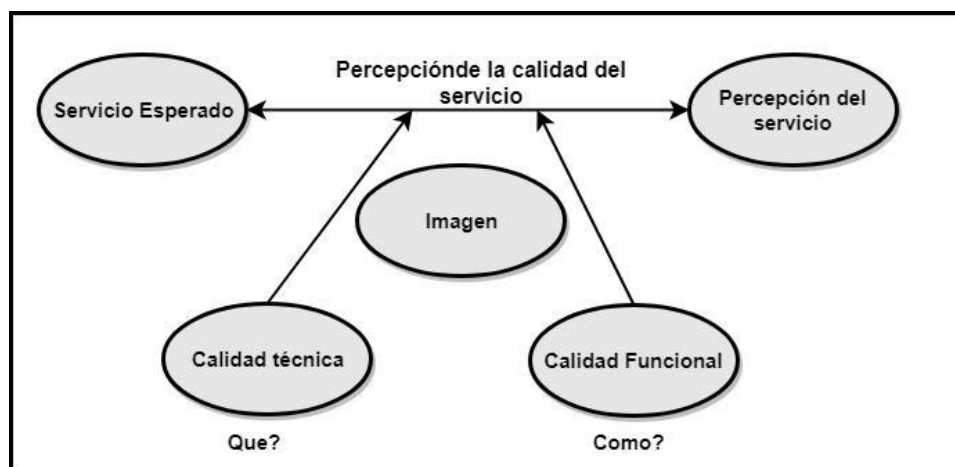
Duque comenta que el modelo planteado por la escuela nórdica, tiene como principal representante a Grönroos (1988, 1994), con su modelo denominado como el “Modelo de la Imagen”, en el cual relaciona la calidad con la imagen, en una tridimensionalidad donde la calidad técnica y la calidad funcional se relacionan con la imagen corporativa, de acuerdo al **Gráfico 2.2**, obteniendo la imagen corporativa

,el cual es considerado como un elemento básico para medir la calidad percibida, se puede determinar que se espera del servicio ofrecido por la organización. (2005)

A continuación, definimos los conceptos de las dimensiones que se mencionan en este modelo:

- Calidad Técnica (Que): Es aquella que se enfoca en los aspectos técnicos y los procesos del servicio. En esta dimensión se puede atribuir a mencionar sobre la importancia del soporte físico, materiales e infraestructura organizacional (Santomá & Costa, 2007).
- Calidad Funcional (Como): Se enfoca en la manera en que el consumidor experimenta el servicio y es parte de su desarrollo. Refiere principalmente a la atención del personal a los clientes (Santomá & Costa, 2007).
- Imagen de la Organización: Es la forma en que los consumidores perciben a la empresa, ya sea por experiencias previas. Esta es como una dimensión que alinea a las dos anteriores y por ende tiene efecto sobre la percepción global del servicio (Santomá & Costa, 2007).

Gráfico 2.2: Tridimensionalidad de la Calidad del Servicio.



Fuente: Duque (2005, pág. 71)

Referente a esta escuela, Santomá & Costa mencionan:

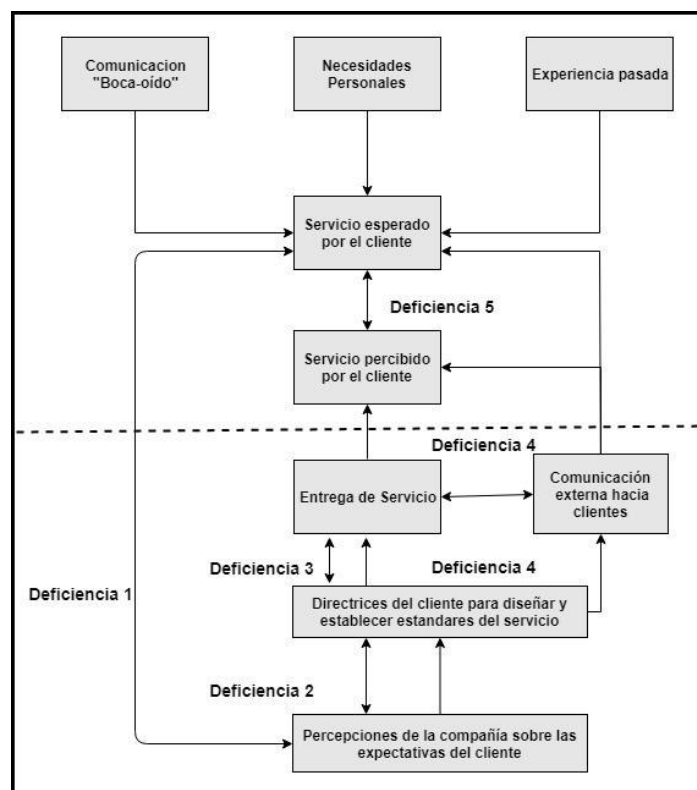
“Esta escuela se ha focalizado principalmente en el concepto de calidad de servicio sin entrar a buscar evidencias empíricas que lo soporten. Esta ha sido la principal razón por la que no ha sido muy aplicada por los investigadores”. (2007, pág. 33)

II. Escuela Norte Americana

Santomá y Costa, refieren que el modelo planteado en esta escuela tiene como principales representantes a S. Parasuraman, Valerie Zeithaml y Berry (1985,1988), quienes plantearon el modelo denominado como SERVQUAL, de acuerdo al **Gráfico 2.3**, este modelo define a la calidad del servicio como un desajuste entre las expectativas previas a la compra y lo percibido en el servicio, en este caso se mide en base a las diferencias que hay entre ambas apreciaciones, de acuerdo al **Gráfico 2.3**, en este modelo se observa un desajuste general denominado como el “GAP5”, el cual es consecuencia de cuatro desajustes “GAP1, GAP2, GAP3 y GAP4” (2007).

Este modelo se caracteriza por tener 5 criterios o también llamadas dimensiones: los elementos tangibles, la fiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad, estos criterios generales son utilizados por los compradores o consumidores para poder evaluar la calidad en los múltiples sectores de servicio.

Gráfico 2.3: Modelo de Desajustes o GAP



Fuente: Duque (2005, pág. 73)

Este modelo ha sido utilizado como base para muchas investigaciones de calidad de servicios en varios sectores, obteniendo instrumentos más especializados para algunos sectores empresariales.

2.2.6. Modelo SERVQUAL para la Medición de Calidad en Servicios.

El modelo Service Quality denominado comúnmente como SERVQUAL, es un modelo propuesto por los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry. Este modelo, es uno de los más reconocidos y que en la literatura académica es muy usada cuando se quiere realizar medición de la calidad en servicio, la cual nos sirve para el propósito de la presente investigación.

En este modelo los autores centraron su investigación en las siguientes preguntas ¿Cuándo un servicio es percibido de calidad? ¿Qué dimensiones integran calidad? y ¿Qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad?. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Esta investigación trajo consigo las respuestas a cada una de ellas, referente a la primera pregunta se hace mención a lo que es la gestión de las expectativas, el cual radica que todo comprador o cliente tiene expectativas antes de la compra de un producto determinado, y que estos deben gestionarse y tener claro para que lo percibido después del consumo tenga una diferencia que superen positivamente a estos, y de esta manera el cliente pueda percibir a un producto de calidad. Camisón, Cruz & González, afirma: “Sin esta diferencia la calidad de servicio no se puede medir correctamente”. Es por ello que se hace muy importante resaltar la labor de dirección de la organización, el cual debe entender las expectativas y los factores que contribuyen a su formación. (2006, pág. 918)

En la segunda respuesta, En su primera investigación al respecto de estas dimensiones, Parasuraman et al. (1985) identificaron 10 dimensiones o criterios que influyen en la calidad del servicio percibido, de acuerdo a la **Tabla 2.2.**

Tabla 2.2: Dimensiones del Modelo Servqual (1985).

Dimensión	Descripción
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación
Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
Capacidad de Respuesta	Es la disposición para atender a los clientes a proporcionar un servicio oportuno
Profesionalidad	Refiere a las actitudes y aptitudes necesarias para la correcta prestación del servicio.
Cortesía	Refiere a la amabilidad, atención, consideración y respeto de los empleados con el cliente.
Credibilidad	La veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Accesibilidad	Facilidad del contacto.
Comunicación	Habilidad para escuchar al cliente y mantenerlo informado utilizando un mismo lenguaje.
Empatía	Esfuerzo en conocer al cliente y sus necesidades.

Fuente: Propia y basado en la publicación de la revista INNOVAR por Duque (2005)

En posteriores estudios, los mismos autores de este modelo revisando el grado de dependencia de la dimensión. Redujeron de estas diez dimensiones a cinco dimensiones de la calidad del servicio, de acuerdo a la **Tabla 2.3**.

Tabla 2.3: Dimensiones del Modelo SERVQUAL (Actual)

Dimensión	Descripción
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación
Confiabilidad	Capacidad para realizar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
Capacidad de Respuesta	La buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionar un servicio oportuno
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Fuente: Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)

Como se observa en este modelo tenemos que algunas dimensiones que refieren a la calidad del resultado y otras se enfocan al proceso de atención del servicio (Camisón, Cruz, & González, 2006). De acuerdo al **Gráfico 2.4**, se encuentra las dimensiones originales y actuales, las cuales fueron reemplazadas debido a su correlación directa.

Gráfico 2.4: Comparativa de Dimensiones de Calidad del Servicio

ORIGINALES	ACTUALES
Elementos tangibles	Elementos tangibles
Fiabilidad	Fiabilidad
Capacidad de respuesta	Capacidad de respuesta
Profesionalidad Cortesía Credibilidad Seguridad	Seguridad
Accesibilidad Comunicación Comprensión del usuario	Empatía

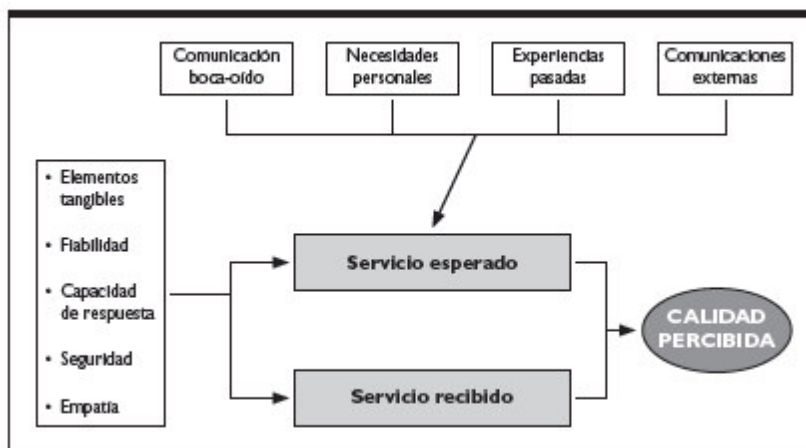
En gris: dimensiones que se refieren a la calidad del proceso de prestación del servicio.
En negro: dimensiones que se refieren a la calidad del resultado del servicio prestado.

Fuente: Camisón, Cruz & González (2006, pág. 902)

Referente a la última pregunta, desarrollaron un instrumento para la medición de la calidad percibida denominado SERVQUAL, en el cual la calidad del servicio está definida como el grado en que se ajustan las expectativas del servicio y la percepción final del resultado del servicio por el cliente, este instrumento considera a 5 dimensiones las cuales se subdividen en 22 ítems, con este instrumento es el cliente quien evalúa la calidad percibida del servicio. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Tal y como se comentó, la calidad es el ajuste de las expectativas y lo percibido del servicio, partiendo de este punto utilizaron este modelo a partir de las discrepancias y diferencias entre ambos, de acuerdo al **Gráfico 2.5.**, donde se considera a las 5 dimensiones de la calidad del servicio y los factores que contribuye a la formación de expectativas. Es por ello que también a este modelo lo denominan como el “Modelo de Deficiencias”.

Gráfico 2.5: Esquematización SERVQUAL



Fuente: Camisón, Cruz, & González (2006, pág. 919)

Brechas del modelo

El modelo SERVQUAL, basa su medición al grado de desajuste o brechas de las expectativas previos al consumo del servicio con la percepción final del cliente respecto al servicio, es por ello su denominación como “Modelo de las Deficiencias”, o de los Gaps el cual significa brechas en inglés, en el cual se trata

de identificar las causas de un servicio deficiente o de calidad inaceptable por el cliente.

De acuerdo al **Gráfico 2.6.**, el GAP 5 o también llamado la brecha global es la diferencia entre la calidad esperada y la percibida, el cual depende de las otras cuatro brechas. Es así que las organizaciones gestionan sus recursos para ser más eficientes y disminuir los gaps o brechas del 1 al 4, con la finalidad que el GAP 5 no se evidencie.

El análisis de las deficiencias en los servicios brindados por una organización, es algo muy valioso puesto que esto sirve para mejorar. Los orígenes o causas de estas deficiencias son varias que dependen de toda la estructura organizacional, para un mayor detalle, resumimos lo mencionado por Camisón, Cruz & González, respecto a las causas de las deficiencias del 1 al 4, a continuación, cada una de las diferencias y sus causas:

- *Deficiencia 1*

Definido como la diferencia entre lo que los usuarios esperan del servicio y la percepción de la compañía sobre lo que espera los usuarios. Esta deficiencia surge por la equivocada identificación de las expectativas de los clientes por parte de la compañía. Camisón, Cruz & González, menciona que entre los orígenes de esta deficiencia tenemos a la inexistencia de una cultura orientada a la investigación de marketing, inadecuada comunicación vertical ascendente y excesivos niveles jerárquicos de mando. (2006)

- *Deficiencia 2*

Definido como la diferencia entre las percepciones de la compañía sobre las expectativas de los usuarios y las directrices del cliente para establecer los estándares del servicio. Camisón, Cruz & González, menciona que entre los factores de esta deficiencia tenemos a las deficiencias en el compromiso que se asume respecto a la calidad del servicio, percepción de inviabilidad, errores en el establecimiento de las normas o estándares para la ejecución de las tareas y ausencia de objetivos. (2006)

- *Deficiencia 3*

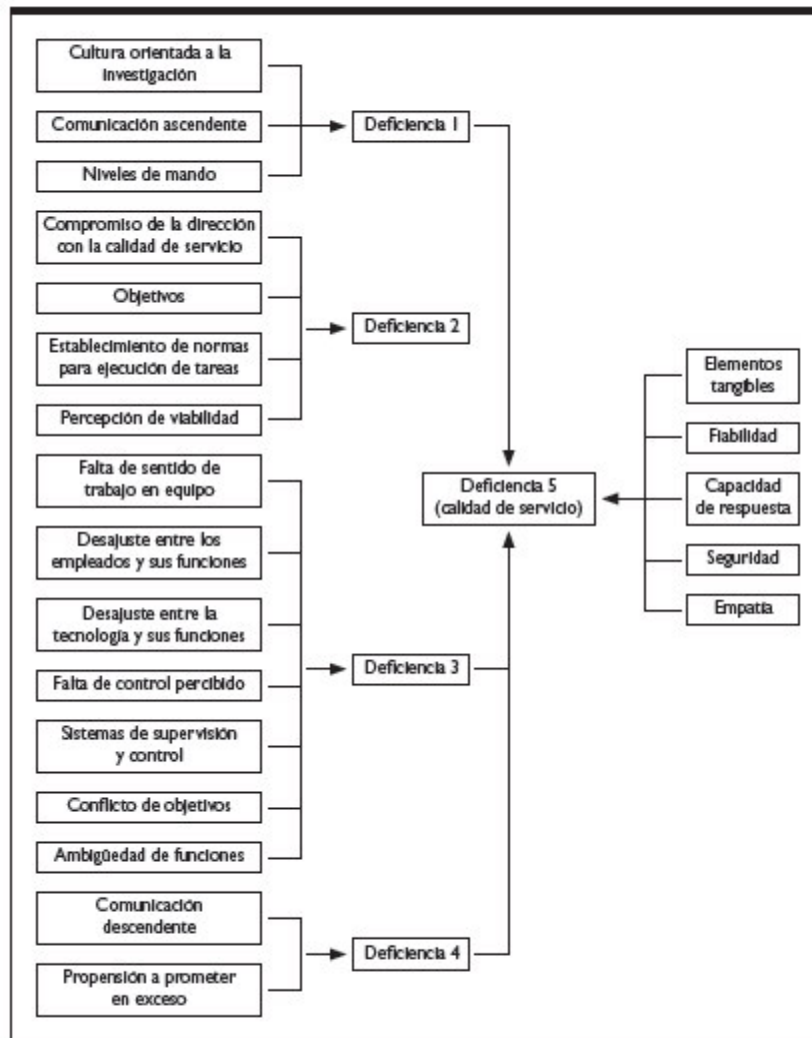
Definido como la diferencia entre las directrices del cliente para establecer los estándares del servicio y la entrega del servicio. Esta deficiencia surge cuando los estándares o directrices del servicio no se cumplen en la entrega del servicio. Camisón, Cruz & González, menciona que entre los factores causales que contribuyen a la aparición de esta deficiencia tenemos a la ambigüedad en las funciones, conflicto de objetivos, desajuste entre los empleados y sus funciones, desajuste entre la tecnología y las funciones, sistemas inadecuados de supervisión y control, ausencia de control percibido por parte de los empleados y ausencia de sentido de trabajo en equipo. (2006)

- *Deficiencia 4*

Definido como la diferencia entre la entrega del servicio y la comunicación externa hacia los clientes. Esta diferencia refiere a la decepción de los usuarios al percibir la diferencia entre lo que se oferta o publicita y la entrega o realización del servicio. Camisón, Cruz & González, menciona que entre las causas de esta deficiencia tenemos a las deficiencias en la comunicación horizontal y la tendencia a prometer en exceso en las comunicaciones externa. (2006)

Las brechas o deficiencias del 1 al 4 antes descritas se interrelacionan en la deficiencia o brecha global también denominado como GAP 5, de acuerdo al **Gráfico 2.6**, se muestra las deficiencias y sus causas en un modelo ampliado del “Modelo de Deficiencias”.

Gráfico 2.6: Modelo de Deficiencias y sus Causas



Fuente: Camisón, Cruz & González (2006, pág. 906)

Cuestionario SERVQUAL

El cuestionario elaborado por los autores de este modelo, toma en consideración las 5 dimensiones que conforman el modelo y a algunos aspectos valorados y agrupados en cada una de estas dimensiones. Los autores mencionaron que la aplicabilidad de esta encuesta no está referida a un solo sector o rubro industrial, sino que puede ser aplicado a cualquier tipo de organización para poder medir la calidad del servicio de esta.

En las investigaciones realizadas para la medición de calidad del servicio utilizando como instrumento el SERVQUAL, se ha demostrado la confiabilidad y consiste de este. Sin embargo, algunos investigadores han cuestionado la aplicabilidad de este instrumento a todos los sectores sin ninguna clase de ajuste, es por ello que algunos investigadores realizaron ajustes teniendo como resultado el LOGQUAL, HOTELQUAL, RESORTQUAL y otros, de acuerdo a la **Tabla 2.4**.

Parasuraman, Zeithaml y Berry, respecto al cuestionario SERVQUAL, concluyeron en su diseño consta de 22 ítems y las 5 dimensiones en que se basan, de acuerdo a la **Gráfico 2.7**, para la aplicación de esta se necesita identificar la expectativa y la percepción de los clientes, es por ello que se calcula en unos 44 ítems, adicionando 5 ítems que comprende a la jerarquización según las 5 dimensiones. (1988)

La generalidad de este tipo de cuestionario sirve a la organización para la identificación de problemas generales de calidad, debiendo ser complementado con estudios posteriores de carácter más conciso que profundicen en aquellos aspectos en lo que se ha identificado falta de cumplimiento de los requisitos del cliente.

Gráfico 2.7: Cuestionario SERVQUAL

Dimensión	Ítem	Aspecto valorado	Expectativa (E)	Percepción (P)	Importancia de la dimensión (reparto de 100 puntos)
ELEMENTOS TANGIBLES	1	Equipamiento de aspecto moderno	1 a 7	1 a 7	%
	2	Instalaciones físicas visualmente atractivas			
	3	Apariencia pulcra de los colaboradores			
	4	Elementos tangibles atractivos			
FIABILIDAD	5	Cumplimiento de las promesas	1 a 7	1 a 7	%
	6	Interés en la resolución de problemas			
	7	Realizar el servicio a la primera			
	8	Concluir en el plazo prometido			
CAPACIDAD DE RESPUESTA	9	No cometer errores	1 a 7	1 a 7	%
	10	Colaboradores comunicativos			
	11	Colaboradores rápidos			
SEGURIDAD	12	Colaboradores dispuestos a ayudar	1 a 7	1 a 7	%
	13	Colaboradores que responden			
	14	Colaboradores que transmiten confianza			
	15	Cientes seguros con su proveedor			
EMPATÍA	16	Colaboradores amables	1 a 7	1 a 7	%
	17	Colaboradores bien formados			
	18	Atención individualizada al cliente			
	19	Horario conveniente			
	20	Atención personalizada de los colaboradores			
21	Preocupación por los intereses de los clientes	1 a 7	1 a 7	%	
22	Comprensión por las necesidades de los clientes				

Fuente: Camisón, Cruz, & González (2006, pág. 920)

Tabla 2.4: Aplicaciones Basadas en el SERVQUAL

Modelo	Descripción
Hotelqual	Planteado por los investigadores Sierra, Falces, Briñol & Becerra (1999), en este definen tres dimensiones de la calidad los cuales son: Evaluación de Personal, organización del servicio e Infraestructura y funcionamiento. Este modelo se caracteriza por tener una mayor fiabilidad, en la medición de la calidad para este sector.
Logqual	Planteado por Getty y Thompson (1994), en este modelo se enfoca la forma de mensurar la calidad en el sector hotelero a través de las percepciones de los clientes que hacen contacto con entidades.
Resortqual	Planteado por Becerra (1988), en este modelo se destaca su eficiencia a nivel estratégico, y los elementos que lo componen: tours operadores y cadenas que operan.

Fuente: Begazo (2006)

2.3. Glosario de Términos

- a) Cliente. - Aquellas personas quienes reciben el producto de las actividades de una organización (Camisón, Cruz, & González, 2006, pág. 309).
- b) Percepción. - Proceso en el que un individuo elige, organiza e interpreta entradas de información para hacerse una imagen coherente del mundo (Shiffman & Lazar, 2010, pág. G9).
- c) Expectativas. - La expectativa es el resultado que espera una persona o ente sobre un determinado producto, en base a la información de fuentes personales y comerciales, en promesas hechas por el proveedor del producto ofertado y en la experiencia obtenida con productos similares (Stanton, Etzel, & Walter, 2007).

- d) Estrategia. - Plan de acción amplio por el cual una organización trata de alcanzar sus objetivos (Stanton, Etzel, & Walter, 2007, pág. 720)
- e) Objetivos. - Resultado deseado (Stanton, Etzel, & Walter, 2007, pág. 725)
- f) Proceso. - Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto (ISO 9000, 2015, pág. 19).
- g) Producto. - Cualquier cosa que pueda ser ofrecida al mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organización, información e ideas (Kotler & Keller, 2012, pág. G8).
- h) Imagen corporativa. - La forma en que los clientes perciben a una organización (Duque, 2005).
- i) Desajuste (GAP). - Este concepto se le atribuye a la deficiencia o brecha que se tiene respecto al cumplimiento de lo esperado confrontado con lo percibido (Camisón, Cruz, & González, 2006).

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. FORMULACION DE HIPOTESIS

3.1.1. Hipótesis General

HG: La aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho medirá la calidad del servicio

HG0: La aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho no medirá la calidad del servicio

3.1.2. Hipótesis Específicas

He1: Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He10: Aplicando el modelo SERVQUAL no se identificará el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He2 Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He20 Aplicando el modelo SERVQUAL no se identificará el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He3 Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He30 Aplicando el modelo SERVQUAL no se identificará el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He4 Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He40 Aplicando el modelo SERVQUAL no se identificará el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He5 Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

He50 Aplicando el modelo SERVQUAL no se identificará el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.

3.1.3. Variables

De acuerdo a la **Tabla 3.1**, se muestran las variables independientes y dependientes de la presente investigación.

Tabla 3.1: Variables Basadas en el SERVQUAL

HIPÓTESIS ESPECÍFICO	VARIABLES	INDICADORES
Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Elementos tangibles (X1)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas
	Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio
Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Confiabilidad (X2)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas
	Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio
Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Capacidad de Respuesta (X3)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas
	Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio
Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Seguridad (X4)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas
	Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio
Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Empatía (X5)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas
	Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio

Fuente: Elaboración propia

3.2. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Diseño de Investigación

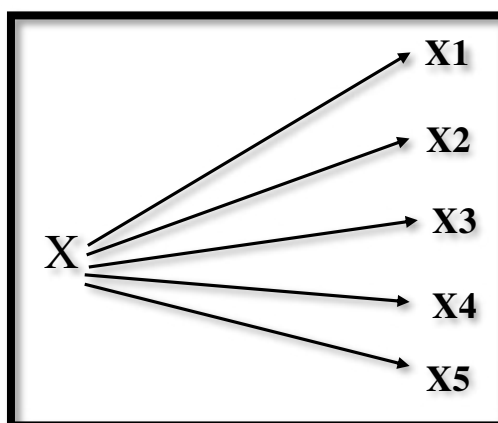
El presente estudio es de diseño no experimental, dado que no se hace uso del algún estímulo en las variables que son objeto de estudio. Según Hernandez, Fernandez y Baptista, en las investigaciones con diseño no experimental, se

observan situaciones ya existentes, la cuales no han sido provocadas intencionalmente por quien realiza la investigación. (2014)

3.2.2. Tipo de la Investigación

El presente estudio es del tipo transversal - descriptivo con el objetivo de describir el estado del problema propuesto en un tiempo determinado. Según Hernandez, Fernandez y Baptista, los estudios descriptivos miden, evalúan o recolectan datos sobre el objeto y sus componentes o dimensiones que está sometiendo a análisis y los transversales son aquellos estudios que recolectan la información en un solo momento (2014). Estos enfoques nos permitirán tener un estudio del estado sobre la calidad de los servicios de transporte público urbano, el cual se podrá utilizar como información base o diagnóstico, ante cualquier iniciativa o proyecto de mejora en estos servicios. Con este fin, se tomará en cuenta el modelo SERVQUAL, en donde se detalla 5 subvariables independientes las cuales alimentan a una variable independiente, de acuerdo al **Gráfico 3.1**.

Gráfico 3.1: Relación entre Variables



Fuente: Elaboración Propia

$$X = F(X1, X2, X3, X4, X5)$$

Se muestra la dependencia funcional, referente a la variable de SERVQUAL.

$X1, X2, X3, X4, X5$ = Cada una de las 5 dimensiones que refieren a la variable dependiente funcionalmente.

- X1: Elementos Tangibles
- X2: Confiabilidad
- X3: Capacidad de Respuesta
- X4: Seguridad
- X5: Empatía

3.2.3. Población y Muestra

Población

La presente investigación se centra en la población del distrito de Lurigancho, el cual cuenta con una población de 228 100 habitantes (Compañía Peruana de Estudios de mercados y Opinión Pública S.A.C, 2018), enfocándose en los habitantes con edades entre 18 a 55 años, para ello se toma la estimación de población por segmentos de edad de Lima metropolitana de 56.7% (Compañía Peruana de Estudios de mercados y Opinión Pública S.A.C, 2018), obteniendo una población objetiva de 129 333 habitantes.

Tamaño de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se consideró que nuestra población es infinita, dado que es mayor a 99 999 (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 178). A continuación, la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 xp(1 - p)}{E^2}$$

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza, para esta investigación se considera con un 95% de confianza, para el cual obtenemos un Z=1.96

P: probabilidad de éxito (0.5)

E: nivel de error, para este caso es de 5%

Reemplazando el valor de las variables en la fórmula para el cálculo, obtendríamos los siguientes resultados:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 384.16 \approx 384$$

De lo revisado, se utiliza la muestra de 384 personas de la población objetiva del presente estudio, para la recolección de datos.

3.2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Entre las técnicas de recolección, según Hernández, Fernández y Baptista tenemos las más representativas, a continuación:

- a) Cuestionario: Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).
- b) Escalas para medir las actitudes: En este hace referencia a la medición de la actitud, el cual es la predisposición aprendida para responder coherentemente de manera favorable o desfavorable referente a un objeto, concepto, actividad, etc. Entre los métodos para ello tenemos a la escala de Likert, la diferencia semántica y la escala de Guttman (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).
- c) Análisis de Contenido Cuantitativo: Enfoca su estudio en la comunicación, cuantificando los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, para luego someterlos a análisis estadístico (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).
- d) Observación: Consiste en el registro sistemático, valido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

La recolección de datos en la presente investigación, se lleva a cabo mediante cuestionarios en escala de Likert basado en el modelo SERVQUAL.

Para que los resultados obtenidos en la aplicación de dicho instrumento de medición sean tomados en cuenta se demuestra su confiabilidad y validez.

Validez del cuestionario

La validez, se podría decir que es el grado en que las preguntas que se realicen en un cuestionario o instrumento de medición midan lo que se busca medir (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

Para el presente estudio se realiza la validez mediante Juicio de expertos. Esta validación, refiere a que personas expertas o con conocimiento del tema, expresan su opinión del grado en que un instrumento de medición mide la variable que se quiere medir (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Asimismo, se usa el “**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**” como constancia de esta validación, el cual está basado en las plantillas utilizadas por García & Segura (2014).

Confiabilidad del cuestionario

La confiabilidad es el grado en que un instrumento de medición arroje o produzca resultados coherentes (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Para este cálculo se utiliza el método de consistencia interna mediante alfa de Cronbach. El método de consistencia interna, requiere una sola administración del instrumento de medición y los coeficientes de confiabilidad utilizados en este método, son el alfa de Cronbach y los coeficientes KR-20 y KR-21, los cuales oscilan entre 0 y 1, dependiendo del valor obtenido se atribuye un calificativo a la confiabilidad obtenida, de acuerdo a la **Tabla 3.2**. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Tabla 3.2: Calificativo de Confiabilidad

Valor de Confiabilidad	Calificación Promedio
Menor o igual a 0.25	Baja
Mayor a 0.25 y menor o igual a 0.75	Regular
Mayor a 0.75	Aceptable
Mayor a 0.9	Elevada

Fuente: Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014)

3.2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

En la **Tabla 3.3**, se presenta la Matriz de Análisis de Datos.

Tabla 3.3: Matriz de Análisis De Datos

Variable	Sub-VARIABLES	Dimensiones	Indicador	Escala de Medición	Estadísticos Descriptivos
SERVQUAL	Infraestructura	Percepción	Nivel de percepción	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar
		Expectativas	Nivel de expectativas	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviacion Estandar
	Confiabilidad	Percepción	Nivel de percepción	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviacion Estandar
		Expectativas	Nivel de expectativas	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviacion Estandar
	Seguridad	Percepción	Nivel de percepción	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviacion Estandar
		Expectativas	Nivel de expectativas	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar
	Empatia	Percepción	Nivel de percepción	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar
		Expectativas	Nivel de expectativas	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar
	Capacidad de Respuesta	Percepción	Nivel de percepción	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar
		Expectativas	Nivel de expectativas	Intervalo	Medidas de Tendencia Central: Media aritmetica, Mediana y Moda. Medidas de Dispersión: Desviación Estandar

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Validación y confiabilidad del Instrumento de medición

A continuación, se presenta los resultados de la validación y confiabilidad del instrumento de medición “Cuestionario”, que se observa en el **Anexo 02**.

Validez Cuestionario

En esta validación se obtiene un valor promedio de 73.375 de acuerdo a la **Tabla 4.1**, este resultado tiene un calificativo de “Muy buena”, teniendo en cuenta los puntajes y los calificativos que se encuentra en el “**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**”, de acuerdo a la **Tabla 4.2**, que se observa en detalle en el **Anexo 03**.

Tabla 4.1: Calificación por Expertos

Ítem	Calificación Promedio
Experto 1	88
Experto 2	84
Experto 3	61
Experto 4	60.5
Experto 5	81.5
Total	77.67

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.2: Escala de Calificación por Juicio de Expertos

Calificativo	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
Puntaje	0-20	21-40	41-60	61-80	81-100

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad del Cuestionario

Utilizando el método de consistencia interna con alfa de Cronbach para los 44 ítems, se obtiene un valor de 0,910, de acuerdo a la **Tabla 4.3**. Por lo tanto, se concluye que la fiabilidad del instrumento es excelente; el alfa de Cronbach >0.9 (George & Mallery, 2003, pág. 231).

Tabla 4.3: Estadísticas de Fiabilidad

Alfa De Cronbach	Nº de Elementos
0,910	44

Fuente: Elaboración propia

4.2. Análisis Estadísticos de los Datos

Respecto a las expectativas de la población, se obtiene calificaciones promedio mayor a 4, de acuerdo a la **Tabla 4.4**, por lo cual se concluye que la población tiene expectativas altas respecto a las subvariables de elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Además, se observa que la población de “Lurigancho” tiene una mayor expectativa de los elementos tangibles del servicio de transporte público urbano con una calificación de 4.41. Asimismo, se observa que la variabilidad de los puntajes es menor en lo que respecta a la dimensión de capacidad de respuesta, concluyendo que en su mayoría las personas esperan que la capacidad de respuesta sea acorde al servicio.

Tabla 4.4: Estadística Descriptiva de Expectativas

Subvariables	Elementos Tangibles	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
Media	4,41	4,33	4,22	4,25	4,05
Mediana	4,50	4,40	4,25	4,20	4,00
Moda	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00
Desv. Tip.	0,53	0,54	0,59	0,55	0,67

Fuente: Elaboración propia

En las percepciones se obtiene que la población tiene expectativas con calificaciones promedio menores a 3, de acuerdo a la **Tabla 4.5**. Además, se observa que hay una menor calificación en la capacidad de respuesta del servicio de transporte público urbano con una calificación de 2.76. Asimismo, se observa que la variabilidad de las respuestas es menor en lo que respecta a la subvariable de seguridad, se concluye que hay concordancia en la percepción de las personas en esta dimensión.

Tabla 4.5: Estadística Descriptiva de Percepciones

Subvariables	Tangibilidad	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
Media	2,78	2,89	2,76	2,85	2,78
Mediana	2,50	3,00	2,75	2,80	2,75
Moda	2,50	3,00	2,00	3,00	3,00
Desv. Tip.	0,85	0,81	0,83	0,80	0,85

Fuente: Elaboración propia

4.3. Contrastación de Hipótesis

En los siguientes párrafos, se presentan los resultados del estudio, que responden las preguntas de investigación y verifica la validez de las hipótesis mencionadas en el Capítulo 3.

4.3.1. Resultado de la Hipótesis Especifica 1

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho. Para analizar el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles, se utilizó el promedio e histograma de frecuencias, el cual fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 25 (2017).

Para el indicador de percepción respecto a los elementos tangibles del servicio de transporte público se realizaron 4 preguntas, de acuerdo a la **Tabla 4.6**.

Tabla 4.6: Cuestionario-Elementos Tangibles

Concepto	N°	Aspecto a Valorar
Tangibilidad	1	¿La empresa de transporte que le brindo el servicio, utilizo vehículos en buen estado?
	2	¿Las instalaciones físicas de la empresa cuentan con un local apropiado y atractivo?
	3	¿Los empleados de la empresa de transporte mantuvieron una apariencia pulcra?
	4	¿Los empleados de la empresa de transporte se encontraron adecuadamente identificados?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la **Tabla 4.7**, respecto a la pregunta 4 (**Tabla 4.6**) se obtuvo que un 50.26% de la población percibe negativamente el servicio de transporte público urbano, debido a que los empleados de la empresa de transporte no se encuentran adecuadamente identificados, considerado este aspecto con la mayor frecuencia negativa de percepción. Asimismo, se puede observar la pregunta 1 (**Tabla 4.6**), obtuvo un 28.39% de percepción positiva referente al servicio, siendo este el valor más alto de percepción positiva, sin embargo, el 33.34% percibe negativamente el servicio, debido a que los usuarios en su mayoría perciben que la empresa de transporte no utiliza vehículos en buen estado.

Tabla 4.7: Frecuencia-Elementos Tangibles

Calificación	P1	P2	P3	P4
Totalmente en desacuerdo	4,43%	10,68%	13,80%	13,54%
En desacuerdo	28,91%	32,81%	28,91%	36,72%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38,28%	35,16%	32,81%	22,92%
De acuerdo	22,66%	17,97%	19,27%	18,49%
Totalmente de acuerdo	5,73%	3,39%	5,21%	8,33%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los resultados generales del nivel de percepción sobre los elementos tangibles del servicio son de 2.78, de acuerdo a la **Tabla 4.8**, lo cual significa que hay una mayoría de personas que califica “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Por lo tanto, se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, en esta hipótesis.

Tabla 4.8: Nivel de Percepción de Elementos Tangibles.

Estadístico	P1	P2	P3	P4	Elementos Tangibles
Media	2,96	2,70	2,73	2,71	2,78
Mediana	3	3	3	2	3
Moda	3	3	3	2	3
Desv. Tip.	0,96	1	1,08	1,16	0,843520804

Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Resultado de la Hipótesis Especifica 2

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho. Para analizar el nivel de percepción respecto a la confiabilidad, se utilizó el promedio e histograma de frecuencias, el cual fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 25.

Para el indicador de percepción respecto a los elementos tangibles del servicio de transporte público se realizaron 5 preguntas, de acuerdo a la **Tabla 4.9**.

Tabla 4.9: Cuestionario-Confianza.

Concepto	N°	Aspecto a Valorar
Confianza	5	¿Los choferes, cobradores y empleados de la empresa de transporte utilizada realizaron de forma correcta su trabajo?
	6	¿El personal de la empresa de transporte utilizada mostró interés sincero en resolver su problema, cuando se le presentó?
	7	¿Los cobradores, choferes y empleados de la empresa de transporte utilizada demostraron integridad y transparencia?
	8	¿La empresa de transporte concluyó su servicio en el tiempo estimado y sin contratiempo?
	9	¿La empresa de transporte utilizada se identificó correctamente y entregó boletos de viaje?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la **Tabla 4.10**, respecto a la pregunta 6 (**Tabla 4.9**) se obtuvo que un 45.83% de la población percibe negativamente el servicio de transporte público urbano, debido a que el personal de la empresa de transporte utilizada no muestra interés sincero en resolver los problemas del usuario, considerado este aspecto con la mayor frecuencia negativa de percepción. Asimismo, se puede observar la pregunta 9 (**Tabla 4.9**), obtuvo un 38.81% de percepción positiva referente al servicio, siendo este el valor más alto de percepción positiva, sin embargo, el 29.43% percibe negativamente el servicio, debido a que los usuarios perciben que la empresa no se ha identificado correctamente y no se ha entregado boletos viaje.

Tabla 4.10:Frecuencia-Confianza.

Calificación	P5	P6	P7	P8	P9
Totalmente en desacuerdo	7,29%	12,24%	10,94%	12,76%	9,90%
En desacuerdo	22,14%	33,59%	30,99%	24,48%	19,53%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37,76%	29,95%	30,47%	37,50%	31,77%
De acuerdo	26,30%	19,53%	21,61%	20,83%	29,43%
Totalmente de acuerdo	6,51%	4,69%	5,99%	4,43%	9,38%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los resultados generales del nivel de percepción son de 2.89, de acuerdo a la **Tabla 4.11**, lo cual significa que hay una mayoría de personas que califica “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Por lo tanto, se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, en esta hipótesis.

Tabla 4.11:Nivel de Percepción de Confianza

Estadístico	P1	P2	P3	P4	P5	Confianza
Media	3,03	2,71	2,81	2,80	3,09	2,89
Mediana	3	3	3	3	3	3
Moda	3	2	2	3	3	3
Desv. Tip.	1,02	1,06	1,08	1,05	1,12	0,81

Fuente: Elaboración propia

4.3.3. Resultado de la Hipótesis Especifica 3

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho. Para analizar el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta, se utilizó el promedio e histograma de frecuencias, el cual se ejecuta a través del programa SPSS Statistics versión 25.

Para el indicador de percepción respecto a los elementos tangibles del servicio de transporte público se realizaron 4 preguntas, de acuerdo a la **Tabla 4.12**.

Tabla 4.12: Cuestionario-Capacidad de Respuesta.

Concepto	N°	Aspecto a Valorar
Cap. Respuesta	10	¿El personal de la empresa de transporte demostró estar capacitado para poder solucionar cualquier problema?
	11	¿El personal de la empresa de transporte utilizada le brindo un servicio rápido?
	12	¿El personal de la empresa de transporte utilizada estuvo siempre dispuesto a ayudarlo?
	13	¿El personal de la empresa de transportes utilizada siempre estuvo disponible para atender sus solicitudes?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la **Tabla 4.13**, respecto a la pregunta 10 (**Tabla 4.12**) se obtuvo que un 40.89% de la población percibe negativamente el servicio de transporte público urbano, debido a que el personal de la empresa de transporte no demostró estar capacitado para solucionar cualquier problema, considerado este aspecto con la mayor frecuencia negativa de percepción. Asimismo, se puede observar la pregunta 11 (**Tabla 4.6**), obtuvo un 26.82% de percepción positiva referente al servicio, siendo este el valor más alto de percepción positiva, sin embargo, el 37.77% percibe negativamente el servicio, debido a que los usuarios en su mayoría perciben que la empresa de transporte no utiliza vehículos en buen estado.

Tabla 4.13: Frecuencia-Capacidad de Respuesta.

Calificación	P10	P11	P12	P13
Totalmente en desacuerdo	10,16%	9,64%	8,85%	11,20%
En desacuerdo	30,73%	28,13%	31,51%	29,69%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40,36%	35,42%	39,06%	41,67%
De acuerdo	13,80%	20,31%	15,89%	14,84%
Totalmente de acuerdo	4,95%	6,51%	4,69%	2,60%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los resultados generales del nivel de percepción son de 2.76, de acuerdo a la **Tabla 4.14**, lo cual significa que hay una mayoría de personas que

califica “Ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto, se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, en esta hipótesis.

Tabla 4.14: Nivel de Percepción de Capacidad de Respuesta

Estadístico	P10	P11	P12	P13	Cap. Respuesta
Media	2,73	2,86	2,76	2,68	2,76
Mediana	3	3	3	3	3
Moda	3	3	3	3	3
Desv. Tip.	0,99	1,06	0,98	0,95	0,83

Fuente: Elaboración propia

4.3.4. Resultado de la Hipótesis Especifica 4

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho. Para analizar el nivel de percepción respecto a la seguridad en los servicios de transporte público, se utilizó el promedio e histograma de frecuencias, el cual se ejecuta a través del programa SPSS Statistics versión 25. Para el indicador de percepción respecto a la seguridad del servicio de transporte público se realizaron 5 preguntas, de acuerdo a la **Tabla 4.15**.

Tabla 4.15: Cuestionario-Seguridad

Concepto	N°	Aspecto a Valorar
Seguridad	14	¿El comportamiento de los empleados de la empresa de transporte utilizada le transmitió confianza?
	15	¿Se sintió seguro en las transacciones realizadas con la empresa de transporte que le brindó los servicios?
	16	¿Los empleados de la empresa de transporte utilizada le atendieron cortésmente?
	17	¿El personal de la empresa de transporte utilizada demostró tener conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?
	18	¿El personal de la empresa de transporte utilizada demostró seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la **Tabla 4.16**, respecto a la pregunta 14 (**Tabla 4.15**) se obtuvo que un 47.9% de la población percibe negativamente el servicio de transporte público urbano, debido a que el comportamiento de los empleados de la empresa de transporte no les transmitió confianza a los usuarios, considerado este aspecto con la mayor frecuencia negativa de percepción. Asimismo, se puede observar la pregunta 18 (**Tabla 4.15**), obtuvo un 27.9% de percepción positiva referente al servicio, siendo este el valor más alto de percepción positiva, sin embargo, el 28.4% percibe negativamente el servicio, debido a que los usuarios en su mayoría perciben que los empleados de la empresa de transporte no demostraron seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo.

Tabla 4.16:Frecuencia-Seguridad

Calificación	P14	P15	P16	P17	P18
Totalmente en desacuerdo	16,9%	10,7%	8,6%	6,8%	5,2%
En desacuerdo	31,0%	27,3%	28,9%	25,3%	23,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28,6%	35,4%	35,4%	40,6%	43,8%
De acuerdo	18,8%	21,9%	22,1%	23,4%	21,1%
Totalmente de acuerdo	4,7%	4,7%	4,9%	3,9%	6,8%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los resultados generales del nivel de percepción son de 2.85, de acuerdo a la **Tabla 4.17**, lo cual significa que hay una mayoría de personas que califica “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Por lo tanto, se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, en esta hipótesis.

Tabla 4.17:Nivel de Percepción de Seguridad

Estadístico	P14	P15	P16	P17	P18	Seguridad
Media	2,6328125	2,83	2,86	2,92	3,01	2,85
Mediana	3	3	3	3	3	3
Moda	2	3	3	3	3	3
Desv. Tip.	1,11	1,04	1,02	0,95	0,96	0,80

Fuente: Elaboración propia

4.3.5. Resultado de la Hipótesis Especifica 5

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho. Para analizar el nivel de percepción respecto a la empatía, se utilizó el promedio e histograma de frecuencias, el cual fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 25.

Para el indicador de percepción respecto a la empatía en los servicios de transporte público se realizaron 4 preguntas, de acuerdo a la **Tabla 4.18**.

Tabla 4.18: Cuestionario-Empatía.

Concepto	N°	Aspecto a Valorar
Empatía	19	¿La empresa de transporte utilizada le brindó una atención personalizada?
	20	¿La empresa de transporte que le brindó el servicio se preocupó por sus intereses?
	21	¿Los empleados de la empresa de transporte utilizada entendieron sus necesidades específicas?
	22	¿La empresa de transporte utilizada lo atendió en horarios oportunos?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la **Tabla 4.19**, respecto a la pregunta 20 (**Tabla 4.18**) se obtuvo que un 47.4% de la población percibe negativamente el servicio de transporte público urbano, debido a que la empresa de transporte que le brindo el servicio no se preocupó por los intereses de los usuarios. Asimismo, se puede observar la pregunta 21 (**Tabla 4.18**), obtuvo un 25.52% de percepción positiva referente al servicio, siendo este el valor más alto de percepción positiva, sin embargo, el 39.84% percibe negativamente el servicio, debido a que los usuarios en su mayoría perciben que los empleados de la empresa de transporte utilizada no entendieron las necesidades específicas de los usuarios.

Tabla 4.19:Frecuencia-Empatía.

Calificación	P19	P20	P21	P22
Totalmente en desacuerdo	13,02%	9,90%	8,85%	10,94%
En desacuerdo	30,99%	37,50%	30,99%	24,48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32,55%	33,59%	34,64%	32,29%
De acuerdo	19,79%	15,10%	20,83%	23,18%
Totalmente de acuerdo	3,65%	3,91%	4,69%	9,11%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los resultados generales del nivel de percepción sobre la empatía en el servicio son de 2.78, de acuerdo a la **Tabla 4.20**, lo cual significa que hay una mayoría de personas que califica “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Por lo tanto, se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL se identifica el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, en esta hipótesis.

Tabla 4.20:Nivel de Percepción de Empatía

Estadístico	P19	P20	P21	P22	Empatía
Media	2,70	2,66	2,82	2,95	2,78
Mediana	3	3	3	3	3
Moda	3	2	3	3	3
Desv. Tip.	1,04	0,98	1,01	1,13	0,85

Fuente: Elaboración propia

4.3.6. Resultado de la Hipótesis General

Esta hipótesis indica que aplicando el modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho mide la calidad del servicio. Para la medición y análisis de la calidad del servicio, se utiliza el promedio e histograma de frecuencias, el cual fue ejecutado a través del programa SPSS Statistics versión 25.

De acuerdo a la **Tabla 4.21**, las expectativas de los usuarios son mayores a los percibidos en el servicio brindado, lo cual origina brechas no satisfechas. Es por ello, que se ha originado valores negativos en los 22 ítems, en donde las mayores brechas se encontraron en las preguntas referentes sobre la identificación de los

empleados, apariencia pulcra de los empleados y las instalaciones físicas de la empresa de transporte, los cuales corresponden a la subvariable de tangibilidad en los servicios.

Tabla 4.21: Influencia individual por cada factor en la calidad del servicio de transporte público en Lurigancho-Chosica

Ítem	Pregunta Referente	Frecuencia (Percepción - Expectativa)			Brecha o GAP	Ranking de Negatividad
		Negativa	Neutra	Positiva		
Elementos Tangibles						
1	Vehículos en buen Estado	78,90%	17,40%	3,70%	-1,51	7
2	Instalaciones de físicas de la empresa	78,10%	18,20%	3,70%	-1,63	2
3	Apariencia pulcra de los empleados	78,10%	18,20%	3,70%	-1,6	3
4	Identificación de los empleados	80,20%	14,30%	5,50%	-1,77	1
Confiabilidad						
5	empleados Realicen de forma correcta su trabajo	77,60%	17,70%	4,70%	-1,44	12
6	Interés en resolver problemas del cliente	74,75%	17,45%	7,80%	-1,51	8
7	Empleados íntegros y transparentes	78,10%	15,40%	6,50%	-1,53	4
8	Concluir en el tiempo estimado y sin contratiempos	72,70%	20,60%	6,70%	-1,44	13
9	Entrega de boletos e identificación de la empresa	70,10%	23,40%	6,50%	-1,3	18
Capacidad de Respuesta						
10	Personal capacitado para solucionar cualquier problema	79,40%	16,40%	4,20%	-1,51	9
11	Personal brinde un servicio rápido	75,80%	16,10%	8,10%	-1,39	15
12	Personal dispuesto a ayudarlo	78,40%	15,90%	5,70%	-1,45	11
13	Disponibilidad para atender sus solicitudes	78,60%	16,40%	5,00%	-1,52	5
Seguridad						
14	Empleados transmiten confianza	73,70%	18,20%	8,10%	-1,51	10
15	Sensación de seguridad en las transacciones	74,20%	20,10%	5,70%	-1,41	14
16	Atención cortés	78,10%	16,90%	5,00%	-1,52	6
17	Empleados con conocimiento para responder preguntas	66,90%	26,80%	6,30%	-1,19	21
18	Empleados serios y responsables	77,10%	17,70%	5,20%	-1,36	17
Empatía						
19	Atención personalizada	67,40%	22,70%	9,90%	-1,17	22
20	Empresa se preocupa por los intereses de los usuarios	76,80%	16,40%	6,80%	-1,39	16
21	Entendimiento de las necesidades de los usuarios	70,30%	21,60%	8,10%	-1,23	20
22	Disponibilidad oportuna del servicio de transporte	70,80%	20,10%	9,10%	-1,27	19

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de la medición de la calidad del servicio de transporte global, de acuerdo a la **Tabla 4.22**, en las cinco subvariables de las expectativas de los usuarios, referente a un servicio de calidad en el transporte público, excedieron a las percepciones, siendo las dimensiones con mayor brecha las de tangibilidad y capacidad de respuesta. Finalmente, con un valor del índice de calidad de servicio de -1.44, nos indica que la calidad del servicio tiene brechas con la percepción a nivel general, por lo cual se concluye que aplicando el modelo SERVQUAL en servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho mide la calidad del servicio, en esta hipótesis.

Tabla 4.22: Nivel de Calidad del Servicio

Subvariables	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones	Brecha o GAP (P-E)
Elementos Tangibles	4,41	2,77	-1,63
Confiabilidad	4,33	2,89	-1,45
Capacidad de Respuesta	4,22	2,76	-1,47
Seguridad	4,25	2,85	-1,40
Empatía	4,05	2,78	-1,27
Índice de Calidad de Servicio (ICS)			-1,44

Fuente: Elaboración propia

4.4. Discusión de Resultados

Al concluir el estudio, se encontró que el cuestionario basado en las subvariables de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, obtenidos de la teoría de calidad del servicio dada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, obtuvo resultados válidos y confiables, esto concuerda con el estudio realizado por Chávez, Quezada y Tello (2017), en el cual se obtuvo que existe una importante influencia de la calidad en el servicio y las subvariables del modelo SERVQUAL, siendo este modelo SERVQUAL apropiado para aplicar en el sector de transporte terrestre provincial.

Por otro lado, la percepción de los usuarios en promedio obtuvo un valor menor a 3, indicando que en su mayoría los usuarios perciben ligeramente en desacuerdo con las preguntas. Asimismo, las subvariables con menor calificación percibida por los usuarios son los elementos tangibles (2.77) y capacidad de respuesta (2.76), lo cual difiere a la investigación de Sam, Hamidu y Daniels (2017), en el cual las subvariables con menor calificación son la capacidad de respuesta y seguridad.

Finalmente, se observa en la **Tabla 4.22**, que las expectativas superan lo percibido por los usuarios en el servicio de transporte público, obteniendo un valor de Índice de Calidad del Servicio (ICS) de -1.44, aceptando la hipótesis general, es decir aplicando el modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho se mide la calidad del servicio, esto concuerda con otros estudios realizados tales como la investigación de (Mikhaylov, Gumenuck, & Mikhaylova, 2015).

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. El instrumento adaptado del modelo SERVQUAL, evalúa la calidad desde dos aspectos; las percepciones y expectativas del servicio de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho, alcanzando el calificativo de “muy buena” en validez y “excelente” en fiabilidad para esta investigación.
2. Al evaluar el modelo SERVQUAL, se concluye que el nivel de percepción en las subvariables alcanzó valores cercanos al 3 y el nivel de expectativas valores cercanos al 4; este modelo evalúa las brechas de las percepciones y expectativa, no solo toma la importancia de la percepción del usuario sino de lo que espera del servicio, siendo esto una herramienta útil para la mejora continua del servicio.
3. En las 5 subvariables evaluadas en el aspecto de percepciones de los usuarios, se obtuvo mayor nivel en confiabilidad (2.89) y menor nivel en Capacidad de Respuesta (2.76).
4. En las 5 subvariables evaluadas en el aspecto de expectativas de los usuarios, se obtuvo mayor nivel en Tangibilidad (4.41) y menor nivel en Empatía (4.05).
5. Respecto al indicador que mide la calidad del servicio, denominado “Índice de Calidad de Servicio (ICS)” obtuvo un valor de -1.44, esto refleja que las expectativas sobre el servicio recibido son mayores a lo percibido por los usuarios.
6. Referente a las brechas obtenidas de las 5 subvariables evaluadas, se obtuvo mayores brechas en Tangibilidad (-1.63) y Capacidad de Respuesta (-1.47), siendo estas subvariables las más relevantes para elevar el Índice de Calidad de Servicio (ICS).

5.2. Recomendaciones

1. Para la aplicación del instrumento, dado que la muestra poblacional es una cantidad considerable, es recomendable realizarlos en universidades, locales donde laboran empresas y realizarlos en juntas de las asociaciones o cooperativas de la comunidad.
2. Las expectativas y percepciones de los clientes pueden ser influenciadas en los usuarios por factores como las comunicaciones en general de la empresa, usuario preferencial (persona con alguna discapacidad temporal o permanente) y tener familiar laborando en la empresa de transportes; los cuales no han sido materia del presente estudio.
3. Se recomienda que las empresas de transporte público urbano de Chosica, deben poner énfasis en la atención de las necesidades de los usuarios para aumentar el nivel de percepción, principalmente a aquellas que se encuentren comprendidas en las subvariables de tangibilidad y capacidad de respuesta.
4. Se recomienda que las empresas de transporte público urbano de Chosica, deben poner énfasis en la atención de las expectativas de los usuarios para alcanzar el nivel de expectativas, principalmente a aquellas que se encuentren comprendidas en las subvariables de tangibilidad y confiabilidad.
5. Se recomienda que realicen otros estudios de calidad del servicio de transporte público urbano considerando las percepciones y las expectativas de los usuarios para una mejor identificación de los factores críticos en la calidad del servicio.

REFERENCIAS

- Alen, M. E., & Fraiz, J. A. (2006). Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito turismo termal. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 12(1), 251-272.
- Begazo, J. D. (2006). ¿Cómo medimos el servicio?, *Gestión en el tercer milenio. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas UNMSM*, 9(18), 73-81.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid: Pearson Educación.
- Carro, R., & González, D. (2012). *Administración de la Calidad Total*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Chavez, C., Quezada, R., & Tello, D. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú*. Tesis de Magister, Pontificia Universidad Católica del Perú, Surco.
- Compañía Peruana de Estudios de mercados y Opinión Pública S.A.C. (15 de Abril de 2018). *Compañía Peruana de Estudios de mercados y Opinión Pública*. Obtenido de Compañía Peruana de Estudios de mercados y Opinión Pública: <https://www.cpi.pe>
- Crosby, P. B. (1987). *La Calidad No Cuesta, el arte de cerciorarse de la calidad*. México: Compañía Editorial Continental S.A.
- Cueva, T. V. (2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*. Huari: Universidad Católica Sede Sapientiae.
- Delgado, G. J., & Carrasco, C. H. (2015). *Evaluación de los niveles de calidad de la empresa de transportes línea en el área de carga y encomiendas - Chiclayo 2014*. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

- Deming, E. W. (1986). *Calidad, productividad y competitividad, la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S. A.
- Duque, J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista INNOVAR*, 64-80.
- Feldmuth, G. N., Hablutzel, L. A., & Vásquez, V. L. (2017). *Calidad en el Servicio en el Sector de Cadenas de Farmacias en Lima*. Tesis de Licenciatura, Universidad Pontificia Católica del Peru, Surco.
- García, G., & Segura, L. (2014). *El clima organizacional y su relación con el desempeño docente en las instituciones educativas del distrito de Cajay - 2013*. Huari: Universidad Católica Sede Sapientiae.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple Guide and Reference. 11.0 Update* (4 ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Hermoza, M. L. (2015). *Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa GECHISA de Sullana - 2015*. Universidad Nacional de Piura, Piura.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A de C.V.
- IBM Corporation. (2017). *IBM SPSS Statistics para Windows*. (25). Armonk, Nueva York, Estados Unidos.
- ISO 9000. (2015). *Sistema de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario* (4 ed.). Suiza: ISO copyrgth office.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Leon, J., & Pitalua, E. (2011). *Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena*. Universidad de Cartagena, Cartagena.
- Lima Como Vamos. (2017). *VIII Informe de Percepción sobre calidad de vida en Lima y Callao*. Lima.

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios. Personal, tecnología y estrategia* (6 ed.). México: Pearson Educación.
- Mikhaylov, A. S., Gumenuck, I. S., & Mikhaylova, A. A. (2015). The SERVQUAL model in measuring service quality of public transportation: evidence from Russia. *Quality -Acces to sucess*, 16(144), 78-83.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Roldan, L. H., Balbuena, J. L., & Muñoz, Y. K. (2010). *Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños*. Tesis de Magister, Pontifica Universidad Católica del Perú, Lima.
- Sam, E. F., Hamidu, O., & Daniels, S. (2017). SERVQUAL analysis of public bus transport services in Kumasi metropolis, Ghana: Core user perspectives. *Case Studies on Transport Policy*, 6, 25-31.
- Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de Servicio en la industria hotelera: Revisión de la literatura. *Revista de Análisis Turística*(3), 27-44.
- Sharma, D. (2014). *MEASURING SERVICE QUALITY IN MANAGEMENT EDUCATION IN SELECT INSTITUTIONS AFFILIATED TO GBTU (FORMERLY UPTU)*. University Lucknow, Lucknow.
- Shiffman, L. G., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (10 ed.). México: Pearson Educación.
- Sistema Nacional de Información Ambiental. (2016). *Vehiculos por cada mil habitantes*. Lima. Obtenido de <http://sinia.minam.gob.pe/indicador/966>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walter, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14 ed.). México: McGraw-Hill.
- Summers, D. C. (2006). *Administración de la calidad*. México: Pearson Educación.

- Tarí, J. J. (2000). *Calidad total: Fuente de ventaja competitiva*. Murcia: Publicaciones Universidad de Alicante.
- TV Perú Noticias. (09 de 05 de 2017). Vías colapsan ante crecimiento de parque automoto en Lima (Informe Especial). Lima, Peru. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=bCBcW6pNeEc>
- Valencia, E. S. (2015). *Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY*. Universidad politécnica Salesiana, Guayaquil.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2006). *Calidad y servicio, conceptos y herramientas*. Bogota: ECOE Ediciones.

ANEXOS

- **Anexo 1.** Matriz de Consistencia.
- **Anexo 2.** Cuestionario SERVQUAL en servicios de Transporte público.
- **Anexo 3.** Informe de Opinión de Expertos
- **Anexo 4.** Base de Datos

Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	METODOS
¿La aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho podrá medir la calidad del servicio?	Aplicar el modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio	La aplicación del modelo Servqual en los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho medirá la calidad del servicio	Variable independiente: SERVQUAL (X)		<p>Método: Descriptivo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Explicativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Enfoque: Mixto</p> <p>Población: Mujeres y hombres de 18 a 55 años que residen en el distrito de Lurigancho.</p> <p>Tamaño de Muestra: 384 personas de la población objetiva.</p>
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)		
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICO	VARIABLES	INDICADORES	
I. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?	Identificar el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.	Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Elementos tangibles (X1)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas	
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio	
II. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?	Identificar el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.	Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Confiabilidad (X2)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas	
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio	
III. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?	Identificar el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.	Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Capacidad de Respuesta (X3)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas	
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio	
IV. ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?	Identificar el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.	Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Seguridad (X4)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas	
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio	
V. ¿Cómo es nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL?	Identificar el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transportes público urbano en el distrito de Lurigancho aplicando el modelo SERVQUAL.	Aplicando el modelo SERVQUAL se identificará el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho.	Variable independiente: Empatía (X5)	1. Nivel de percepción 2. Nivel de expectativas	
			Variable Dependiente: Calidad en los servicios de transporte (Y)	Índice de Calidad en el Servicio	

Anexo 2. Cuestionario Servqual en servicios de transporte público

Concepto		N°	Aspecto a Valorar	Marque con "X", según corresponda:				
				1	2	3	4	5
Tangibilidad	1		Espera que en el servicio se utilice vehículos en buen estado?					
	2		Espera que las instalaciones físicas de la empresa cuenten con un local apropiado y atractivo?					
	3		Espera que los empleados de la empresa mantengan una apariencia pulcra?					
	4		Espera que los empleados de la empresa de transporte estén adecuadamente identificados?					
Confiabilidad	5		Espera que los choferes, cobradores y empleados de las empresas de transporte realicen de forma correcta su trabajo?					
	6		Espera que el personal muestre Interés sincero en resolver su problema, cuando se le presente a usted alguno?					
	7		Espera que los cobradores, choferes y empleados de las empresas de transporte demuestren integridad y transparencia?					
	8		Espera que la empresa de transporte concluya su servicio en el tiempo estimado y sin contratiempo?					
	9		Espera que la empresa de transporte se identifiquen correctamente y entreguen boletos de viaje?					
Cap. Respuesta	10		Espera que el personal de las empresas de transporte estén capacitados para solucionar problemas?					
	11		Espera que el personal de las empresas de transporte le pueda brindar un servicio rápido?					
	12		Espera que siempre el personal este dispuesto a ayudarlo?					
	13		Espera que el personal siempre se encuentre disponible para atender sus solicitudes?					
Seguridad	14		Espera que el comportamiento de los empleados de las empresas de transporte le infundan confianza?					
	15		Espera sentirse seguro en las transacciones que realice con las empresas de transportes que le brinda los servicios?					
	16		Espera que los empleados le atiendan cortesmente?					
	17		Espera que los empleados de las empresas de transporte tenga conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?					
	18		Espera que los empleados de las empresas de transporte demuestren seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?					
Empatía	19		Espera que las empresas de transporte le ofrezcan una atención personalizada?					
	20		Espera que la empresa que brinde el servicio se preocupe por sus intereses?					
	21		Espera que los empleados de las empresas de transportes entiendan sus necesidades específicas?					
	22		Espera que las empresas de transporte estén disponibles en horarios oportunos?					

PERCEPCIONES

INSTRUCCIONES

En base a lo percibido como usuario del servicio de transporte publico urbano que se le brindo, califique las percepciones que usted tiene referente al servicio de transporte, considerando 1 como la menor calificacion y 7 la mayor calificacion.

No hay respuestas correctas ni incorrectas, solo que nos interesa que nos indique un numero que refleje con sus opiniones con respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad de servicio.

		Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo						
		1	2	3	4	5						
Concepto	N°	Aspecto a Valorar					Marque con "X", según corresponda:					
		1	2	3	4	5						
Tangibilidad	1	La empresa de transporte que le brindo el servicio, utilizo vehículos en buen estado?										
	2	Las instalaciones físicas de la empresa cuentan con un local apropiado y atractivo?										
	3	Los empleados de la empresa de transporte mantuvieron una apariencia pulcra?										
	4	Los empleados de la empresa de transporte se encontraron adecuadamente identificados?										
Confiabilidad	5	Los choferes, cobradores y empleados de la empresa de transporte utilizada realizaron de forma correcta su trabajo?										
	6	El personal de la empresa de transporte utilizada mostró Interes sincero en resolver su problema,cuando se le presentó?										
	7	Los cobradores, choferes y empleados de la empresa de transporte utilizada demostraron integridad y transparencia?										
	8	La empresa de transporte concluyo su servicio en el tiempo estimado y sin contratiempo?										
	9	La empresa de transporte utilizada se identifico correctamente y entrego boletos de viaje?										
Cap. Respuesta	10	El personal de la empresa de transporte demostró estar capacitado para poder solucionar cualquier problema?										
	11	El personal de la empresa de transporte utilizada le brindo un servicio rápido?										
	12	El personal de a empresa de transporte utilizada estuvo siempre dispuesto a ayudarlo?										
	13	el personal de la empresa de transportes utilizada siempre estuvo disponible para atender sus solicitudes?										
Seguridad	14	El comportamiento de los empleados de la empresa de transporte utilizada le transmitió confianza?										
	15	Se sintio seguro en las transacciones realizadas con la empresa de transporte que le brindó los servicios?										
	16	Los empleados de la empresa de transporte utilizada le atendieron cortesmente?										
	17	El personal de la empresa de transporte utilizada demostró tener conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?										
	18	El personal de la empresa de transporte utilizada demostraron seriedad y responsabilidad al realizar su trabajo?										
Empatía	19	La empresa de transporte utilizada le brindó una atención personalizada?										
	20	La empresa de transporte que le brindó el servicio se preocupó por sus intereses?										
	21	Los empleados de la empresa de transporte utilizada entendieron sus necesidades específicas?										
	22	La empresa de transporte utilizada lo atendió en horarios oportunos?										

Anexo 3. Informe de Opinión de Expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante: William Leon Vlasquez

Cargo e institución donde labora: DOCENTE UNMSM - FII

Nombre del instrumento motivo de la evaluación: SERVQUAL EN SERVICIOS DE TRANSPORTES DE PUBLICO

Autores del instrumento: MARTINEZ LOZANO, Carlos Eduardo-Bachiller de Ingeniería Industrial

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN (Marque con "X")

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80			Excelente 81 - 100				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100
1. Claridad	Es formulado con lenguaje apropiado											X									
2. Objetividad	Está expresado en conducta observables												X								
3. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología												X								
4. Organización	Existe una organización lógica											X									
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad											X									
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar el plan de estudios y hábitos de estudio												X								
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos												X								
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones												X								
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación												X								
10. Pertinencia	El instrumento es útil para la presente investigación.												X								

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

.....
Me parece adecuado su aplicabilidad

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN:

Lugar y fecha:

[Firma]

 Firma Del Experto Informante
 DNE: 15945420

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante: CHUNG PINZAS ALFONSO RAMON

Cargo e institución donde labora: DOCENTE UNMSM

Nombre del instrumento motivo de la evaluación: SERVQUAL EN SERVICIOS DE TRANSPORTES DE PUBLICO

Autores del instrumento: MARTINEZ LOZANO, Carlos Eduardo-Bachiller de Ingeniería Industrial

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN (Marque con "X")


CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80			Excelente 81 - 100				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100
1. Claridad	Es formulado con lenguaje apropiado													X							
2. Objetividad	Está expresado en conducta observables														X						
3. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología													X							
4. Organización	Existe una organización lógica													X							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad												X								
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar el plan de estudios y hábitos de estudio													X							
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos												X								
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones												X								
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación												X								
10. Pertinencia	El instrumento es útil para la presente investigación.												X								

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN:

Lugar y fecha: UNMSM 7/8/18



 Firma Del Experto Informante
 DNI: 09394397

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante: EUG. ANA YANUA MEDINA ESCOBERO

Cargo e institución donde labora: DOCENTE UNMSM

Nombre del instrumento motivo de la evaluación: SERVQUAL EN SERVICIOS DE TRANSPORTE PUBLICO

Autores del instrumento: MARTINEZ LOZANO, Carlos Eduardo-Bachiller de Ingeniería Industrial

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN(Marque con "X")

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80			Excelente 81 - 100				
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Es formulado con lenguaje apropiado																				X
2. Objetividad	Está expresado en conducta observables																				X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología													X							
4. Organización	Existe una organización lógica																				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar el plan de estudios y hábitos de estudio									X											
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos													X							
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																				X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación																				X
10. Pertinencia	El instrumento es útil para la presente investigación.													X							

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

..... ES APLICABLE EN OTROS AGENS./ZONAS

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN:

Lugar y fecha: LIMA 04 AGOSTO



 Firma Del Experto Informante
 DNI: 10688345

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante: Mendoza Alca, EDUARDO
 Cargo e institución donde labora: UNMSM - FAC. ING. INDUSTRIAL
 Nombre del instrumento motivo de la evaluación: SERVQUAL EN SERVICIOS DE TRANSPORTE PUBLICO
 Autores del instrumento: MARTINEZ LOZANO, Carlos Eduardo-Bachiller de Ingeniería Industrial

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN (Marque con "X")

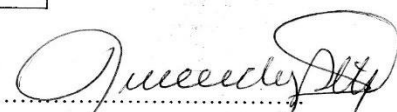
CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100			
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100
1. Claridad	Es formulado con lenguaje apropiado																		X		
2. Objetividad	Está expresado en conducta observables																			X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología																			X	
4. Organización	Existe una organización lógica																			X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																			X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar el plan de estudios y hábitos de estudio																	X			
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																			X	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																			X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación																				X
10. Pertinencia	El instrumento es útil para la presente investigación.																				X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Es aplicable para la investigación

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN:

Lugar y fecha:


 Firma Del Experto Informante
 DNI: 06605147

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante: RIUERA POMA JUAN MANUEL
 Cargo e institución donde labora: PROFESOR - U.N.M.S.M. - FOC. INC
 Nombre del instrumento motivo de la evaluación: SERVQUAL EN SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO
 Autores del instrumento: MARTINEZ LOZANO, Carlos Eduardo-Bachiller de Ingeniería Industrial

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN (Marque con "X")

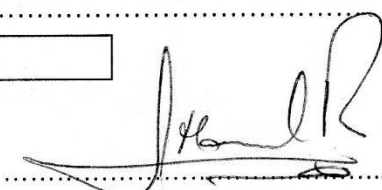
CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80			Excelente 81 - 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95
1. Claridad	Es formulado con lenguaje apropiado																	X		
2. Objetividad	Está expresado en conducta observables																	X		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología																	X		
4. Organización	Existe una organización lógica																		X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																		X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar el plan de estudios y hábitos de estudio																		X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																	X		
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones																		X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación																		X	
10. Pertinencia	El instrumento es útil para la presente investigación.																		X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Buena - se puede obtener la percepción y la evaluación de la calidad del servicio

IV. PROMEDIO DE VALORIZACIÓN:

Lugar y fecha: C.U. 16.11.18



Firma Del Experto Informante

DNI: 06226391

Anexo 4. Base de Datos

Encuestado	EXPECTATIVAS																						PERCEPCIONES																											
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22						
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2						
2	4	4	3	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5					
3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3					
4	2	3	2	4	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	1	3	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	2	2						
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5						
6	5	3	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	5	3	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3						
7	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	3	2	1	3	2	2	4	4	3	1						
8	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4						
9	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4					
10	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4						
11	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4						
12	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2				
13	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	3	4	2	5	5	5	4	5	4	5	4	4	2	2	1	1	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3						
14	2	3	4	4	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	4	4	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2						
15	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3			
16	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5					
17	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	2	3	3	5	3	2	2	4	4	2	3	5	4	1	2	1	1	2	3	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	2	2	3	4
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	2	3	1				
19	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	3	3	3	4	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	3	2	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3					
20	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3	4	4	2	1	2	1	3	1	2	3	2	1	3	3	1	3	3	1	3	3	2	3	1	1	1	3				
21	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	4	2	2	3	3	3	2	3	5	3	3	4	3						

Encuestado	EXPECTATIVAS																		PERCEPCIONES																											
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
22	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	
23	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2		
24	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	4	5	4	3	2		
25	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1		
26	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2		
27	5	3	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	2	3	5	3	4	3	2	4	3	1	2	5	4	3	3	3	2	3		
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3		
29	4	3	4	5	4	4	3	1	5	4	3	4	2	4	5	4	3	5	4	2	4	3	3	1	2	1	3	3	4	5	5	3	3	4	2	1	3	1	4	5	3	2	4	1		
30	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2		
31	2	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	4	3	1	1	2	3	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2		
32	4	1	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	1	2	3	3	2	1	1	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	2		
33	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	3	4	4	5	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2
34	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	2	1	1	3	2	3	3	1	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2	3	2		
35	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	3	5	4	3	3	4	4	3	1	1	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	2		
36	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	3	5	4	3	3	4	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	
37	4	3	2	3	2	4	2	4	1	2	3	2	4	2	4	3	1	4	1	3	2	4	2	2	3	3	3	2	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	1	2	3		
38	5	4	4	4	4	3	2	1	2	5	4	3	3	3	1	3	2	4	5	3	3	1	2	3	3	2	4	2	2	1	2	2	4	2	4	4	5	4	2	2	3	5	3	1		
39	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	4	3	3	2	2	2	1	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5			
40	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2		
41	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3	2	3	2	2	4	5	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2		
42	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	
43	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3		
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2		
45	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3			

Encuestado	Expectativas																						Percepciones																									
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
46	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2			
47	5	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
48	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	5	1	2	3	4	1	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
49	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	4	1	1	4	4	1	2	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2		
50	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3		
51	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2		
52	3	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	3	2	3	1	2	1	3	4	2	1	1	2	3	2	4	4	1	4	3	2	2		
53	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	2	
54	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	
55	5	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	
56	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	1	2	3	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	3	4	3	2	4	2	4	2	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
58	4	4	4	5	5		4	5	4	4	1	3	4	3	4	5	4	4	2	4	3	4	4	1	2	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	
59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	
60	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	
61	5	3	4	5	4	3	5	3	5	2	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	3	3	2	3	3	2	1	2	3	4	3	2	4	2	1	2	1	2	1	2	1	2
62	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4
63	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	1	3	3	4	2	2	1	2	1	1	1
64	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																									
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22			
66	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1			
67	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2		
68	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	1	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2		
69	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	5	2	2	1	1	1	2	2	3	4	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	3		
70	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4		
71	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	2	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4			
72	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3		
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	2	3	3	5	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2			
74	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	3	2	1	2	2	1			
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	1	3	2	1	2	3	2	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	3		
76	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
77	5	4	4	4	4	3	2	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2	3	1	3	4	2	3	2	4	3	1	3	3	2	1	3	3	1	2	2	3	4			
78	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	5	2	2	1	1	1	5	2	1	3	3	1	1	4	3	4	4	3	4	5			
79	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	3	2	3	1	2	3	3	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	2	1	3	4		
80	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1		
81	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	2	1	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	1			
82	4	5	4	2	4	3	2	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	4	1	2	4	2	3	3	4	3	5	2	4	3	4	1	3	2	4	3	4	2	3	5			
83	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2			
84	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	4				
85	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	4	3	4	2	3	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4			

Encuestado	Expectativas																						Percepciones																										
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22					
86	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	2	4	3	3	3					
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2			
88	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3			
89	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	3	2	1	2	4	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	5	4	2	1	2	3	3	3				
90	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4				
91	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	3				
92	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3			
93	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4			
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
95	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3			
96	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3		
97	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3		2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3			
98	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	3	2	3	1	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4		
99	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	3	4			
100	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	2	2	4	5	4	3	3	2	3	1	1	4	1	3	1	3			
101	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	2	4	2	2	4	3	2	4	1	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	2	4			
102	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4		
103	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
104	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4		
105	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	2	2	1	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
106	2	3	2	4	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3

Encuestado	Expectativas																						Percepciones																							
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
128	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	1	1	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2	3	1	3	1	3	3	1	1	1	1		
129	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3		
130	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	2	1	3	5	2	5	3	5	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	3	2	2	1		
131	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3		
132	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3		
133	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	2	4	5	
134	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	
135	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
136	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	
137	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	5	2	1	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
138	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2
139	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	1	3	1	2	1	1	2	1	3	3	4	5	2	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5	
140	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5		
141	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	1	3	3	4	1	2	1	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	1	
142	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	3	2	1	
143	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3		
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
145	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	1	5	3	2	1	3	2	1	3	2	3	3	4		
146	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	1	2	1	1	3	2	1	3	3	1	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	2	3		
147	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	1	1	3	2	1	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3		
148	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	2	1	2	2	2	3	1	4	2	2	2	2	1	2	2	4	3	2	3	2	2		
149	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																								
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
150	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	2	2	1	2	2	3	1	4	2	2	2	2	1	2	3	4	3	2	3	3	2		
151	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	1	1	2	4	2	2	1	3	4	2	2	4	4	2	1	1	2	4	4	3	2	3	1	2	1	1		
152	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	
154	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	2	4	2	4	2	2	3	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4		
155	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	3	4	3	4	4	1	3	4	2	3	4	3	4	2	3	3	2	2	2	2	
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2
158	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
159	4	5	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	2	
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	1	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	3	1	1	1	5	1	3	2	1	1	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	4	2	2	2	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	3	
166	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
168	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	3	3	5	5	3	1	1	1	3	2	1	3	5	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	2	3	4	5	5	

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																										
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad								Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad						Empatía			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
170	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3			
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
172	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	2	1	4	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	3				
173	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4			
174	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	2	3	3	5	4	3	4	5	4	5	2	2	3	3	3	4	3	5	4				
175	5	3	3	5	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3			
176	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4					
177	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	1				
178	2	4	5	2	3	3	4	5	3	3	2	3	4	2	3	3	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	2	2	2	4	3	5	3	4	3	3	2	2	5	5				
179	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3				
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
182	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5				
183	3	4	3	3	5	3	4	4	4	5	3	4	3	5	4	3	4	4	2	1	3	2	1	5	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5			
184	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2				
185	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3				
186	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3				
187	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	1	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	3				
188	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4			
189	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3			

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																								
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
190	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2				
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1		
192	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1			
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	5	5			
194	5	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4				
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
196	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3			
197	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	2			
198	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3			
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	1	2	2	4	3	3	3	4	4	3	1	2	2	4	4			
200	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	4	4				
201	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4			
202	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3		
203	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
204	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5			
206	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
207	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
208	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
209	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	5	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4		
210	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	3	5	3	3	2	3	3	4	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3		

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																										
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad								Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad						Empatía			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
211	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	1	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4				
212	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	3	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2	3				
213	5	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	1	1	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2					
214	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4					
215	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2					
216	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
217	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4				
218	3	5	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	3	2	3	2	2	3	2	3	4	2	4	3	4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4				
219	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3				
220	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4				
221	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4					
222	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2			
223	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	3	4	2	5	5	5	4	5	4	5	4	2	2	1	1	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3				
224	2	3	4	4	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	4	4	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2				
225	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3				
226	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5				
227	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	2	3	3	5	3	2	2	4	4	2	3	5	4	1	2	1	1	2	3	3	3	2	1	2	3	4	2	2	3	4				
228	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	1	2	3	1			
229	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	3	3	3	4	1	1	2	1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	1	1	1	3				
230	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3	4	4	2	1	2	1	3	1	2	3	2	1	3	3	1	3	3	2	3	1	1	1	3					

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																																
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22										
231	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2							
232	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	2	3	3	2	3	2	2	4	5	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2							
233	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2							
234	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3						
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2							
236	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	2	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3						
237	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2						
238	5	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3					
239	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	5	1	2	3	4	1	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
240	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	4	1	1	4	4	1	2	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
241	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
242	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2				
243	3	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	3	2	3	1	2	1	3	4	2	1	1	2	3	2	4	4	1	4	3	4	3	4	3	3					
244	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2				
245	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3			
246	5	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	1	1			
247	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	1	2	3	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	4	4	4		
248	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
249	4	4	4	5	5		4	5	4	4	1	3	4	3	4	5	4	4	2	4	3	4	4	1	2	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	
250	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																								
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
251	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3			
252	5	3	4	5	4	3	5	3	5	2	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	3	3	2	3	3	2	1	2	3	4	3	2	4	2	1	2	1	2		
253	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4		
254	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	1	3	3	4	2	2	1	2	1	1		
255	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
256	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2			
257	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1		
258	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2		
259	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	1	4	4	2	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2		
260	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	5	2	2	1	1	1	2	2	3	4	3	3	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	3		
261	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	
262	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	2	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4		
263	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3		
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	2	3	3	5	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2		
265	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	3	2	2	1	3	2	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	3	2	1	2	2	1			
266	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	1	3	2	1	2	3	2	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	3		
267	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
268	5	4	4	4	4	3	2	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	2	3	1	3	4	2	3	2	4	3	1	3	3	2	1	3	3	1	2	2	3	4		
269	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	5	2	2	1	1	1	5	2	1	3	3	1	1	4	3	4	4	3	4	5		
270	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	3	2	3	1	2	3	3	4	4	2	4	3	3	2	4	2	2	1	3	4			

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																								
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
271	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1			
272	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	2	1	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	1		
273	4	5	4	2	4	3	2	4	5	3	4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	4	1	2	4	2	3	3	4	3	5	2	4	3	4	1	3	2	4	3	4	2	3	5		
274	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2		
275	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	4			
276	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	2	4	3	4	2	3	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4			
277	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	2	4	3	3	3			
278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2			
279	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3			
280	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	3	2	1	2	4	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	5	4	2	1	2	3	3		
281	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	2	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4
282	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	2	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	
283	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3
284	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	
285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
286	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	
287	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
288	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3		2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	
289	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	3	2	3	1	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4		
290	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	4				

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																										
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22				
291	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	2	2	4	5	4	3	3	2	3	1	1	4	1	3				
292	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	4	2	2	4	3	2	4	1	1	2	3	2	3	3	2	2	2	4				
293	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4				
294	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4				
295	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4				
296	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	2	2	1	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3			
297	2	3	2	4	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3			
298	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5			
299	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
300	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5		
301	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3		
302	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	2	1	3	5	2	5	3	5	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	3	3	2	2	1		
303	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	
304	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
305	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	2	4	5		
306	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3		
307	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	
308	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3		
309	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	5	2	1	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3		
310	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2		
311	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	1	3	1	2	1	1	2	1	3	3	4	5	2	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5			

Encuestado	Expectativas																					Percepciones																								
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
312	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5		
313	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	1	3	3	4	1	2	1	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	1	
314	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1		
315	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3		
316	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
317	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	1	5	3	2	1	3	2	1	3	2	3	3	4		
318	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	1	2	1	1	3	2	1	3	3	1	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	2	3		
319	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	1	1	3	2	1	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	3		
320	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	2	1	2	2	2	3	1	4	2	2	2	2	1	2	2	4	3	2	3	2	2		
321	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	
322	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	2	2	1	2	2	3	1	4	2	2	2	2	1	2	3	4	3	2	3	3	2		
323	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	1	1	2	4	2	2	1	3	4	2	2	4	4	2	1	1	2	4	4	3	2	3	1	2	1	1		
324	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4
326	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	2	4	2	4	2	2	3	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4
327	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	3	4	3	4	4	1	3	4	2	3	4	3	4	2	3	3	2	2	2	2		
328	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
329	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2
330	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
331	4	5	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	2		
332	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	3	3		
333	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	3	1	1	1	5	1	3	2	1	1	1	2	1	3	1	2	1	2			

Encuestado	Expectativas																						Percepciones																							
	Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad					Cap. Respuesta				Seguridad					Empatía					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
334	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2		
335	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	
336	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	
337	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	4	2	2	2	5	4	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	3		
338	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
339	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
340	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
341	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	3	3	5	5	3	1	1	1	3	2	1	3	5	1	1	2	1	1	1	1	1	5	2	3	4	5		
342	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	3		
343	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
344	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	2	1	4	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	3		
345	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
346	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	2	3	3	5	4	3	4	5	4	5	2	2	3	3	3	4	3	5	4			
347	5	3	3	5	5	3	4	3	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
348	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4		
349	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	1		
350	2	4	5	2	3	3	4	5	3	3	2	3	4	2	3	3	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3	2	2	2	2	4	3	5	3	4	3	3	2	2	5	5		
351	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
352	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	
353	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	1	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	3		
354	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4

Encuestado	Expectativas																				Percepciones																									
	Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía				Tangibilidad				Confiabilidad				Cap. Respuesta				Seguridad				Empatía									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
355	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	
356	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	
357	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1
358	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	
359	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	5	5		
360	5	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4		
361	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
362	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	
363	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2		
364	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
365	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	1	2	2	4	3	3	3	4	4	3	1	2	2	4	4			
366	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	2	4	4	
367	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
368	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3
369	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
370	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
372	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
373	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
374	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4