



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DE
SERVICIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO, EN LA PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2022; APLICANDO EL MODELO
SERVQUAL**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE

AUTORES:

MARIELA FERNANDA ARROYO GUAMANÍ

JOSELYN KATHERINE YEROVI VINUEZA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DE
SERVICIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO, EN LA PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2022; APLICANDO EL MODELO
SERVQUAL**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE

AUTORES: MARIELA FERNANDA ARROYO GUAMANÍ

JOSELYN KATHERINE YEROVI VINUEZA

DIRECTOR: ING. CARLOS XAVIER OLEAS LARA

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Mariela Fernanda Arroyo Guamaní; & Joselyn Katherine Yerovi Vinueza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotras, Mariela Fernanda Arroyo Guamaní y Joselyn Katherine Yerovi Vinueza, declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de noviembre de 2022



Mariela Fernanda Arroyo Guamaní
180538122-3



Joselyn Katherine Yerovi Vinueza
060496888-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO, EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2022; APLICANDO EL MODELO SERVQUAL**, realizado por las señoritas: **MARIELA FERNANDA ARROYO GUAMANÍ** y **JOSELYN KATHERINE YEROVI VINUEZA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Miriam del Rocío Salas Salazar
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



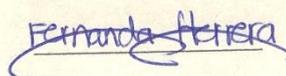
2022-11-22

Ing. Carlos Xavier Oleas Lara
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2022-11-22

Leda. María Fernanda Herrera Chico
ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2022-11-22

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Dios todopoderoso por ser mi guía en esta etapa de mi vida que conduce mi camino con éxito. A mis abuelitos Daniel y Margarita por guiar mi camino con sabiduría y cariño. A mi padre José Arroyo y mi madre Leticia Guamaní les dedico con todo el corazón el esfuerzo de mi etapa universitaria por ser mi inspiración día a día y haber sacrificado tanto de su tiempo, esfuerzo y la dedicación para poder darme un futuro próspero. A mi hermano por ser un excelente amigo, un compañero de vida y por confiar en todo momento, mi consejero para seguir adelante y de esta manera alcanzar las metas propuestas. Finalmente, a todas las personas que contribuyeron de una u otra manera en este proceso.

Mariela

Estoy agradecida con Dios por haberme dado la vida, la salud y las fuerzas necesarias para cumplir con mi objetivo profesional de realizar mi trabajo de investigación. A las personas más importantes en mi vida ellos son el pilar fundamental, son quienes me apoyan, me impulsan a cumplir mis sueños, mis queridos padres Mauro y Mariana bendecida por tenerles y poder compartir este triunfo que gracias a su amor y comprensión estoy saliendo adelante. A mis queridas hermanas Erika y Gaby, por su infinito apoyo y motivación para seguir adelante y a mis pequeñas sobrinas Kathy e Isabella por quienes me esfuerzo y persevero cada día para poderles brindar un futuro mejor.

Joselyn

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos dado la oportunidad de vivir, aprender y triunfar en este logro, a nuestras familias por el apoyo incondicional que día a día nos brindaron y permitimos compartir nuestra alegría de haber culminado una etapa importante en nuestras vidas. Un agradecimiento afectuoso en primer lugar a nuestro director, Ing. Carlos Xavier Oleas Lara por sus conocimientos impartidos a lo largo del desarrollo de esta tesis. En segundo lugar, a la Lic. María Fernanda Herrera Chico Miembro del Tribunal por su extraordinaria dedicación y guía en todos los aspectos científicos y prácticos de la investigación. A los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la Facultad de Administración de Empresa, Carrera Gestión del Transporte quienes supieron brindarnos sus conocimientos, que guiaron nuestra formación profesional.

Mariela

Joselyn

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1.	Planteamiento del Problema	2
1.2.	Limitaciones y Delimitaciones.....	3
1.2.1.	<i>Limitaciones</i>	3
1.2.2.	<i>Delimitaciones</i>	3
1.3.	Problema General de Investigación.....	3
1.4.	Problemas Específicos de Investigación.....	3
1.5.	Objetivos	3
1.5.1.	<i>Objetivo General</i>	3
1.5.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	4
1.6.	Justificación	4
1.6.1.	<i>Justificación Teórica</i>	4
1.6.2.	<i>Justificación Metodológica</i>	4
1.6.3.	<i>Justificación Práctica</i>	4
1.7.	Idea a Defender	4

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	6
2.1.	Antecedentes de Investigación	6
2.1.1.	<i>Análisis del Diagrama de Pareto</i>	10
2.2.	Referencias Teóricas	11
2.2.1.	<i>Calidad en el servicio</i>	11
2.2.2.	<i>Satisfacción al usuario</i>	12
2.2.3.	<i>Transporte público</i>	13

2.2.4.	<i>Cliente</i>	13
2.2.5.	<i>Mejora continua</i>	13
2.2.6.	<i>Percepción</i>	14
2.2.7.	<i>Expectativas</i>	14
2.2.8.	<i>Rentabilidad</i>	15
2.2.9.	<i>Plan de mejoras</i>	15
2.2.9.1.	<i>Pasos a seguir para la elaboración del plan de mejoras</i>	15
2.2.10.	<i>Modelo SERVQUAL</i>	17
2.2.10.1.	<i>Desarrollo de la escala SERVQUAL</i>	17
2.2.10.2.	<i>Importancia SERVQUAL</i>	19
2.2.11.	<i>Modelo de las brechas</i>	20
2.2.12.	<i>Evolución de la calidad</i>	21
2.2.12.1.	<i>Planificación de la calidad</i>	21
2.2.12.2.	<i>Principios de la Calidad</i>	21
2.2.12.3.	<i>Control de calidad</i>	21
2.2.12.4.	<i>Autocontrol y autoevaluación</i>	22
2.2.12.5.	<i>Mejora de la calidad</i>	22
2.2.12.6.	<i>Aspectos que determinan la calidad del servicio</i>	23
2.2.13.	<i>Características generales del transporte público de pasajeros</i>	24
2.2.13.1.	<i>Identificación de los elementos que determinan la calidad de la prestación de transporte público de pasajeros</i>	25
2.2.13.2.	<i>Entidades encargadas del servicio de transporte en el Ecuador</i>	27

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	28
3.1.	Enfoque de investigación	28
3.2.	Nivel de Investigación	28
3.2.1.	<i>Investigación descriptiva</i>	28
3.2.2.	<i>Investigación explicativa</i>	28
3.3.	Diseño de investigación	28
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i>	29
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	29
3.4.	Tipo de estudio	29
3.4.1.	<i>Estudio de campo</i>	30
3.5.	Población y planificación	30
3.5.1.	<i>Población</i>	30

3.5.2.	<i>Muestra</i>	30
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	31
3.6.1.	<i>Métodos</i>	31
3.6.1.1.	<i>Método inductivo</i>	31
3.6.1.2.	<i>Método analítico</i>	31
3.6.2.	<i>Técnicas</i>	31
3.6.2.1.	<i>Encuestas</i>	31
3.6.2.2.	<i>Entrevistas</i>	31
3.6.2.3.	<i>Observación</i>	31
3.6.3.	<i>Instrumentos</i>	32
3.6.3.1.	<i>Cuestionario</i>	32
3.6.3.2.	<i>Guía de entrevista</i>	32

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	33
4.1.	Presentación, análisis e interpretación de los resultados	33
4.1.1.	<i>Perfil del cliente</i>	33
4.1.1.1.	<i>Género</i>	33
4.1.1.2.	<i>Edad</i>	34
4.1.1.3.	<i>Estado civil</i>	34
4.1.1.4.	<i>Lugar de Residencia</i>	35
4.1.2.	<i>Nivel de expectativas de los usuarios acerca del servicio de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio</i>	35
4.1.2.1.	<i>Análisis general de las expectativas de los usuarios de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo</i>	41
4.1.3.	<i>Nivel de percepciones de los usuarios acerca del servicio de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio</i>	41
4.1.3.1.	<i>Análisis general de las percepciones de los usuarios de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo</i>	47

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	51
5.1.	Título	51

5.2.	Objetivos	51
5.2.1.	<i>Objetivo General</i>	51
5.2.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	51
5.3.	Antecedente de la propuesta	51
5.4.	Justificación	51
5.5.	Propuesta	52
5.5.1.	<i>Seguridad</i>	52
5.5.2.	<i>Fiabilidad</i>	52
5.5.3.	<i>Capacidad de respuesta</i>	52
5.5.4.	<i>Empatía</i>	52
5.5.5.	<i>Elementos tangibles</i>	53
5.5.6.	<i>Estrategias</i>	54
5.5.6.1.	<i>Diseñar Protocolos del servicio al usuario</i>	54
5.5.6.2.	<i>Capacitación de Tránsito y Seguridad Vial</i>	55
5.5.6.3.	<i>Herramienta o aplicación para identificar la velocidad con la que transitan los conductores</i>	55
5.5.6.4.	<i>Motivación y reconocimiento de los colaboradores</i>	55
5.5.6.5.	<i>Guías de bioseguridad para atención al usuario</i>	55
5.5.6.6.	<i>Ingresar colaboradores (cobradores)</i>	55
5.5.6.7.	<i>Estrategias para el cumplimiento de horarios establecidos</i>	56
5.5.6.8.	<i>Plantear una vía de comunicación eficaz mediante sugerencias y quejas</i>	56
5.5.6.9.	<i>Incentivar a los colaboradores del transporte</i>	56
5.5.6.10.	<i>Compra, instalación y revisión de kits de seguridad</i>	56
	CONCLUSIONES	60
	RECOMENDACIONES	61
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Pareto.....	10
Tabla 2-2:	Correspondencia entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad del servicio	12
Tabla 3-2:	Aspectos que determinan la calidad de un servicio	24
Tabla 4-2:	Factores de calidad del transporte público de pasajeros.....	26
Tabla 1-4:	Expectativa en la dimensión de Seguridad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.....	36
Tabla 2-4:	Expectativa en la dimensión de Fiabilidad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.....	37
Tabla 3-4:	Expectativa en la dimensión de Capacidad de Respuesta de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo	38
Tabla 4-4:	Expectativa en la dimensión de Empatía de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.	39
Tabla 5-4:	Expectativa en la dimensión de Elementos Tangibles de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.	40
Tabla 6-4:	Expectativa en promedio de las cinco dimensiones de la calidad de servicio.....	41
Tabla 7-4:	Percepciones en la dimensión de Seguridad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.....	42
Tabla 8-4:	Percepciones en la dimensión de Fiabilidad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.....	43
Tabla 9-4:	Percepciones en la dimensión de Capacidad de Respuesta de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo	44
Tabla 10-4:	Percepciones en la dimensión de Empatía de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.....	45
Tabla 11-4:	Percepciones en la dimensión de Elementos Tangibles de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo	46
Tabla 12-4:	Percepciones en promedio de las cinco dimensiones de la calidad de servicio...	47
Tabla 13-4:	Brechas existentes entre las expectativas y las percepciones de los clientes de la calidad de servicio	48
Tabla 1-5:	Diseño Operativo de la Propuesta	53
Tabla 2-5:	Estrategias establecidas para el desarrollo de la propuesta	57

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Promedio de percepciones para cada dimensión.....	9
Ilustración 2-2:	Índice de cambio	11
Ilustración 1-4:	Género	33
Ilustración 2-4:	Edad.....	34
Ilustración 3-4:	Estado Civil.....	34
Ilustración 4-4:	Lugar de residencia	35
Ilustración 5-4:	Expectativa de la dimensión Seguridad.....	36
Ilustración 6-4:	Expectativa de la dimensión Fiabilidad	37
Ilustración 7-4:	Expectativa de la dimensión Capacidad de Respuesta.....	38
Ilustración 8-4:	Expectativa de la dimensión Empatía	39
Ilustración 9-4:	Expectativa de la dimensión Empatía	40
Ilustración 10-4:	Expectativas Generales	41
Ilustración 11-4:	Percepción de la dimensión Seguridad.....	42
Ilustración 12-4:	Percepción de la dimensión Fiabilidad.....	43
Ilustración 13-4:	Percepción de la dimensión Capacidad de Respuesta	44
Ilustración 14-4:	Percepción de la dimensión Empatía	45
Ilustración 15-4:	Percepción de la dimensión Elementos Tangibles	46
Ilustración 16-4:	Percepciones generales.....	47
Ilustración 17-4:	Brecha entre expectativa y percepción.....	50

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD
- ANEXO B:** ENCUESTA DE EXPECTATIVA DE CALIDAD
- ANEXO C:** PONDERACIÓN DE DIMENSIONES
- ANEXO D:** ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO
- ANEXO E:** RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA EXPECTATIVA DE CALIDAD
- ANEXO F:** RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD
- ANEXO G:** RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA PONDERACIÓN DE DIMENSIONES

RESUMEN

El estudio consistió en una propuesta de un plan de mejoras de la calidad de servicio para la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo aplicando el modelo SERVQUAL. La investigación fue de enfoque mixto con carácter descriptivo y explicativo, con un diseño no experimental mediante un levantamiento de información de tipo trabajo de campo. Para esto se tomó en consideración la población total del cantón Chambo y de la ciudad de Riobamba que usan el servicio de transporte, teniendo 211840 habitantes y una muestra de 399 personas a las que se les aplicó una encuesta basada en el método SERVQUAL acerca de la percepción y expectativa de la calidad del servicio brindado, de la cual se obtuvieron los resultados pertinentes. Los usuarios fueron en su mayoría de sexo masculino (60 %), con una edad que fue de los 15 a los 59 años, entre casados y solteros casi por igual, residentes en su mayoría del cantón Chambo (74 %). Se determinó una brecha final de seguridad de -2,37, resultado más bajo; seguido de, fiabilidad con -1,98, después está la dimensión de capacidad de respuesta con -1,78, empatía dio como resultado -1,77 y elementos tangibles con un resultado de -1,36 entre expectativas y percepciones de los usuarios. Para mejorar la calidad de servicio se realizó una propuesta de plan de mejoras basadas en cada una de las dimensiones del modelo SERVQUAL, donde las estrategias planteadas permitirán perfeccionar las deficiencias encontradas de la cooperativa a un 100%. Se determinó que la garantía que brinda la cooperativa fue deficiente, ya que no cumplen con las exigencias del cliente y se recomendó seguir el plan de mejoras propuesto en este estudio.

Palabras clave: <BRECHAS>, <CALIDAD DE SERVICIO (SERVQUAL)>, <CHAMBO (CANTÓN)>, <EXPECTATIVAS>, <PERCEPCIONES>, <TRANSPORTE PÚBLICO>, <TRANSPORTE TERRESTRE>.



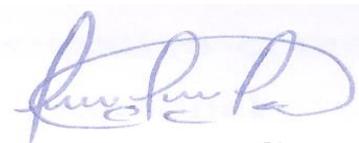
19-12-2022

2447-DBRA-UPT-2022

ABSTRACT

The study consisted of a proposal for a service quality improvement plan for Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo applying the SERVQUAL model. The research had a mixed approach with a descriptive and explanatory form, with a non-experimental design through a fieldwork type of information gathering. For this purpose, the total population of Chambo canton and Riobamba city that use the transportation service was taken into consideration, having 21,1840 inhabitants and a sample of 399 people to whom a survey was applied based on the SERVQUAL method about the perception and expectation of the quality of the service provided, from which the pertinent results were obtained. The users were mostly male (60%), with an age ranging from 15 to 59 years, married and single almost equally, mostly residents in Chambo canton (74%). A final safety gap of -2.37 was determined, being the lowest result, followed by reliability with -1.98, then there is the dimension of responsiveness with -1.78, empathy with -1.77 and tangible elements with a result of -1.36 between user expectations and perceptions. In order to improve the quality of service, an improvement plan was proposed based on each of the dimensions of SERVQUAL model, where the strategies proposed will make it possible to improve the cooperative's deficiencies to 100%. It was determined that the guarantee provided by the cooperative was deficient, since they do not meet the client's requirements, and it was recommended to follow the improvement plan proposed in this study.

Keywords: <GAPS>, <QUALITY OF SERVICE (SERVQUAL)>, <CHAMBO (CANTON)>, <EXPECTATIONS>, <PERCEPTIONS>, <PUBLIC TRANSPORTATION>, <LAND TRANSPORTATION>.



Lcda. Silvia Narcisa Cazar Costales
0604082255

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años se han desarrollado diferentes métodos para medir la calidad del servicio, que difieren en su concepto y son apropiadas para los sectores en los que se aplican, la provisión de bienes y servicios de alta calidad es cada vez más importante en el mercado. La importancia del transporte de pasajeros en la ciudad es muy importante ya que permite la movilización diaria de personas de un lugar a otro para realizar actividades que van desde visitar instituciones educativas, pasando por actividades de estudio, trabajo o esparcimiento. Por lo tanto, este servicio debe satisfacer las necesidades de los usuarios, satisfaciendo de manera efectiva sus necesidades de transporte en un ambiente seguro, cómodo y respetuoso. La calidad del servicio no es una decisión opcional, sino un factor esencial para la supervivencia de la empresa, el enfoque principal y el resultado final de su éxito o fracaso por lo cual la cortesía, así como el procesamiento, es un aspecto de la calidad del envío, que cumple con la amplia gama de especificaciones que tenemos como la infraestructura adecuada de la unidad y la señalética pertinente dentro de la unidad es la ley y la tecnología establecidas con los estándares debido a las agencias reguladoras y garantizar que los análisis y las recomendaciones con respecto a la calidad y las consideraciones de satisfacción del usuario sean válidos.

El trabajo ejecutado denominado “PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO, EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2022; APLICANDO EL MODELO SERVQUAL” destaca el análisis de la calidad de servicio mediante el modelo de calidad creado por Zeithaml et al. (1993, p. 205). Calidad total en a la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y expectativas de los consumidores. España: Diaz de santos. denominado SERVQUAL (Calidad de Servicio) para determinar la satisfacción del cliente. Luego de considerar estos escenarios, se decidió proponer un estudio para confirmar si la teoría desarrollada a partir de la herramienta SERVQUAL se puede aplicar a la calidad del servicio en el sector del transporte público del Cantón Chambo. De esta forma, se presentará un aporte que puede ser utilizado tanto para el campo investigativo como para el académico, dada la comprobada importancia del campo para la producción nacional.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El modelo SERVQUAL es una escala de medición de la calidad del servicio, ha sido planteada en diferentes sectores de la población a nivel nacional e internacional en varias empresas del transporte terrestre, este estudio a través del modelo mencionado colaboró como instrumento para mejorar especialmente en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.

1.1. Planteamiento del Problema

El principal motivo de la baja calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, es el rendimiento inadecuado que brindan a los usuarios, no cumplen con las expectativas de las personas que hacen uso de esta prestación, a medida que pasan los años, han aumentado varias formas de medir la calidad del servicio y a su vez cambian en conceptos y capacidad para los segmentos donde se aplican, la calidad del servicio es primordial debido a que procura que los usuarios externos actuales y potenciales estén siempre satisfechos con la prestación adquirida e incentiva al mismo a regresar y recomiendan a más personas a utilizar por lo cual la satisfacción del cliente aumenta, la demanda de utilidad y la rentabilidad de la empresa e importancia que proporcionan los bienes y servicios de calidad es cada vez más indispensable en el mercado, es muy relevante el servicio de transporte de pasajeros dentro de la ciudad debido a que permite la movilización diaria de usuarios de un lugar a otro para una variedad de actividades ya sean estas para realizar funciones laborales, actividades académicas, por salud, visita familiar e incluso para el retorno a casa, es por ello que el servicio debe cumplir con los requerimientos de los usuarios para atender eficientemente sus necesidades de transporte en un ambiente seguro, cómodo y respetuoso, de tal manera que los clientes son la prioridad para que una empresa tenga éxito, comprender sus expectativas y determinar su percepción sobre la calidad del servicio que se está brindando, hasta la llegada a su destino final. Hay que tener en cuenta aspectos como los elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, debido a que son críticos en el análisis para determinar la satisfacción del cliente con el servicio, por ello la presente investigación beneficiará a la empresa aplicando el modelo SERVQUAL por primera vez en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo en lo cual ayudará a solucionar el problema, hay que tener en cuenta que dentro de la organización existirá un mejor ambiente de trabajo contribuyendo a la tranquilidad, armonía y trabajo en equipo, en esta sección se tomarán en cuenta trabajos relacionados con nuestro tema, realizados en otras universidades las mismas que sirvieron como base para el desarrollo del presente trabajo.

1.2. Limitaciones y Delimitaciones

1.2.1. Limitaciones

El estudio se limitó a no distinguir entre las empresas formales de carga pesada, mixta, comercial utilizadas de una manera particular, pero se debe evaluar la población en su conjunto.

1.2.2. Delimitaciones

Cantón Chambo, en el noreste la ciudad de Riobamba y la parroquia de Quimiag; al noroeste de las parroquias de San Luis, Punín y Licto; en el sureste limita con la provincia de Morona Santiago, y al suroeste con la parroquia de Pungalá.

1.3. Problema General de Investigación

¿Cuál es el nivel de percepciones de los usuarios respecto al servicio de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo basadas en las cinco dimensiones de la calidad de servicio?

1.4. Problemas Específicos de Investigación

- ¿Qué impacto tendría la propuesta de un plan de mejoras de la calidad de servicio para la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, en la provincia de Chimborazo, período 2022; aplicando el modelo SERVQUAL?
- ¿Cuál es nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo de acuerdo con sus percepciones?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Diseñar un plan de mejoras de la calidad de servicio para la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, en la provincia de Chimborazo, período 2022; aplicando el modelo SERVQUAL.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios mediante el modelo SERVQUAL aplicado en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.
- Realizar un diagnóstico a través de las dimensiones de la escala SERVQUAL que impactan a la calidad en la situación actual de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.
- Desarrollar una propuesta de plan de mejoras acerca del servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio, aplicando el modelo SERVQUAL.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación Teórica

Para determinar las teorías y los planteamientos sobre la calidad del servicio tendremos en cuenta resultados de observaciones, debido a que todas las empresas, incluyendo a las de transporte necesitan mejorar continuamente la calidad del servicio que brindan. Además, para llevar a cabo la presente investigación se utilizó el método SERVQUAL, este proceso se aplicó a una empresa de transporte Interprovincial de pasajeros para mejorar la calidad y lograr la satisfacción del cliente.

1.6.2. Justificación Metodológica

La propuesta de un plan de mejoras de la calidad del servicio al transporte público ayudará a brindar un servicio de calidad eficiente y eficaz, alcanzando los objetivos planteados en el presente proyecto de investigación, será necesario la utilización de técnicas de investigación como encuestas, entrevistas y ficha de observación las cuales ayudarán a la recolección de información necesaria y posteriormente al análisis de datos, desde perspectivas internas y externas, esto pretende que el desarrollo sea objetivo sometiendo a un análisis estadístico, ya que con esto se logrará que la investigación sea propicia y adecuada a los lineamientos previstos.

1.6.3. Justificación Práctica

Brindando una buena calidad de servicio aumenta la satisfacción del cliente, por lo que el punto de vista del usuario es el más importante para la cooperativa, esto depende de los mismos, la presente investigación ayudará a conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, lo cual

existirá un esfuerzo por parte de los colaboradores para cumplir con las expectativas y además ayudará a identificar las brechas en la calidad del servicio.

1.7. Idea a Defender

Diseñando una propuesta de plan de mejoras de la calidad contribuye a restablecer el servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo aplicando el modelo SERVQUAL.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

El modelo SERVQUAL es ampliamente utilizado para explicar los principales componentes de la calidad del servicio en función de las expectativas del cliente y la percepción del servicio. De igual manera, se realizó una investigación sobre los factores que inciden en la satisfacción del cliente y hubo interés por parte de las empresas de mantener relaciones con ellos a largo plazo. Sin embargo, hay poca investigación sobre la calidad de servicio, la satisfacción y la lealtad para el sector en Colombia. Al ofrecer el modelo SERVQUAL como segundo modelo de pedido, en esta investigación proponemos un modelo que explica los componentes de la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad, incorporando factores como el valor percibido, la confianza, el compromiso y el costo de cambio (Matsumoto, 2014, p. 182).

Villanueva y Palermo (2005, p. 1), en su análisis de investigación sobre “Percepción del Usuario del Transporte Colectivo Sobre la calidad del servicio Ofrecido por la AMA”. Universidad de Puerto Rico – Mayagüez. Se realizó un diagnóstico de la calidad del servicio, por lo que el aspecto físico fue considerado el más importante entre los aspectos independientes de este estudio. Así mismo cabe indicar que se debe enfocar esfuerzos a la puntualidad, horarios e itinerarios ya que fue el aspecto más penalizado por los clientes sabiendo que el tiempo de espera por el usuario bien vale la pena y dice que no está muy contento con eso. De igual manera, Portilla et al. (2004, p. 20), en su investigación de “Análisis de la calidad en el transporte público”, realizan un análisis cuantitativo del grado de satisfacción de los usuarios para obtener un “índice de calidad” en base a la experiencia del viaje realizado en autobús en la ciudad de Santander, obteniendo como principales resultados de este estudio, que los viajeros han calificado la calidad general del servicio como 3.4 (en una escala de 0 a 5), considerando que la disponibilidad de paradas, la calidad y limpieza del vehículo, la comodidad y la seguridad son los factores dominantes al momento de evaluar el servicio.

Por su parte, Barrera (2010, p. 1), en el estudio “Rediseño de trámites administrativos implementados en la cooperativa de transporte de pasajeros de la ciudad de Piñas, permite mejorar la calidad en el servicio a los usuarios”. Universidad Técnica Particular de Loja, Loja. Encontró como resultado que la percepción que tienen los usuarios sobre el servicio que ofrece la empresa les resulta demasiado incómodo, ya que sus expectativas son muy altas, es decir que realmente

no reciben lo que esperan, por ello es fundamental que la empresa tome al usuario como la principal base para mejorar su calidad de servicio.

Según Ochoa y Moreno (2009, p. 5), es el proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de transportación interprovincial, en su tesis denominado: “Proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de transportación interprovincial análisis de ruta Guayaquil-Salitre-Vinces” de la Escuela Politécnica del Litoral, determina que el sector de la transportación pública sobre todo rural, en nuestro país ha estado tradicionalmente abandonada, mostrando importantes déficit que parecen ser difícilmente manejados o simplemente ignorados, sin tener en cuenta los importantes costes sociales que esta situación conlleva.

Por otra parte, Morocho y Plaza (2016, p. 10), en su trabajo sobre la influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda. llamada “Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Haciendo uso del método SERVQUAL caso de investigación Transfrosur Cia. Ltda”. El objetivo de este trabajo fue determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. En este trabajo se concluyó que la principal causa que afecta la calidad del servicio e impacta de manera negativa en la satisfacción del cliente, es la lenta capacidad comentarios dado que la frecuencia de las salidas de los autobuses es casi cada hora, esto se ha complementado con información y sentimiento limitados, ya que también está desatendido operaciones para los pasajeros en el viaje en cuestión.

Según los estudios realizados por Muñoz et al. (2019, p. 147), sobre los modelos matemáticos y la calidad del servicio aplicado al transporte urbano en Riobamba, realizan un estudio de la valoración del transporte urbano en la ciudad de Riobamba, concluyendo la deficiencia del servicio, donde concluyen que la calidad del servicio es pésima, no cubren todas las zonas urbanas, tiempo de espera de más de 10 minutos, además, recomiendan dar capacitaciones acerca del buen trato y la convivencia entre choferes y usuarios. Asimismo, Domínguez (2017, p. 73), en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo se realizó un trabajo investigativo sobre el mejoramiento del transporte comercial (taxi convencional) del Cantón Guano en él tiene como objetivo contribuir con estrategias que mejoren la calidad del servicio y así brindarle a la ciudadanía la oportunidad de incrementar los niveles de satisfacción.

Para empezar a escribir la historia de la transportación de carga y ciudadanía que se realizaba a pie o en semovientes, cómo no recordar aquellos tiempos en los que se veía a penas pocos carros que transitaban por aquellas calles polvorientas de Chambo. Naciendo la idea de conformar una cooperativa, es precisamente en septiembre de 1960 donde una mujer visionaria y con la

necesidad de tener una transportación organizada surge la idea de la Srta. María Buenaño y su sobrino Heriberto Bravo para fortalecer una cooperativa de transporte de pasajeros y carga en nuestro querido Chambo, así empieza los primeros pasos para dicha conformación como cuenta la historia, la primera reunión se realizó en el domicilio de la Srta. María Buenaño. El Sr. Gilberto Castillo Paredes, se comprometió a convocarles para una próxima reunión a todos los transportistas que había en el pueblo en ese tiempo. Es así como después de muchas gestiones realizados en la ciudad de Riobamba y en la capital de los ecuatorianos se crea la Cooperativa de transportes mixta de carga y pasajeros, el 17 de julio de 1962, para ello la institución debía tener la cantidad de 7.400 sucres previo a la legalización jurídica como constan en sus originales.

Los estatutos y las fichas suscritas por los socios en esas épocas presentaban ante el teniente Político, posteriormente se enviaba a la Dirección Nacional de Cooperativas, los estatutos que fueron firmados por los señores Ángel Larrea Crespo como presidente ocasional, y el señor Fernando Pérez Hinojosa como secretario provisional. Como no recordar aquellas unidades cuyas carrocerías eran construidas de madera y que dotaban de los años 55 y 56.

Muy agradable resultaba para la población Chambeña de ese tiempo ver pasar las piedras del camino a través de los agujeros o mejor todavía si se podían contarlas cuando subían los carros después del puente tanto de ida como de regreso, la perseverancia de los conductores a pesar de que los caminos vecinales eran intransitables, llenos de polvaredas, o lodo, sin embargo se llegaba a todos los rincones de la patria chica, para ellos e ingeniaban nuestros antecesores en colocar cadenas en los neumáticos para mayor tracción y así llegara sus respectivas viviendas. El 2 de septiembre de 1962 se realizó la presentación de los vehículos de carga y de pasajeros, se elaboró los respectivos turnos que se prestaban a la ciudad de Riobamba y a las comunidades del cantón Chambo entre ellas (San Francisco, Titaicún, Llucud, Puculpala) a pedido de los moradores.

En 1964 llegó una orden de la Dirección General de Cooperativas que se elimine la palabra mixta y que conste solo de pasajeros o solo de carga, por lo que los socios en una Asamblea General resolvieron ser solo de pasajeros y los socios que tenían camiones para la carga se separaron y formaron la cooperativa Rey de los Andes, quedando 12 buses para dar servicio de transporte de pasajeros.

Los primeros días se otorgaba el servicio Chambo-Riobamba desde las 04:30 hasta las 18:00, y de Riobamba a Chambo desde las 06:00 hasta las 19:00, cada media hora y posteriormente cada 15 minutos. Posteriormente se adquirió el predio ubicado en la Diego de Almagro 23-23 y Primera Constituyente para lo cual se realizó un préstamo de 30.000 sucres en el Banco Popular, y 30.000

sucres prestó el Sr, Francisco de la Calle. En 1964 se obtuvo 2 turnos a Milagro, como no recordar los viajes que titánicamente lo mantuvieron.

En el año 2019 se realizó una “Propuesta de un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del transporte público y comercial del cantón Chambo” para poder analizar la situación actual al igual que se elaboró un modelo que generó estrategias para el mejoramiento de esta.

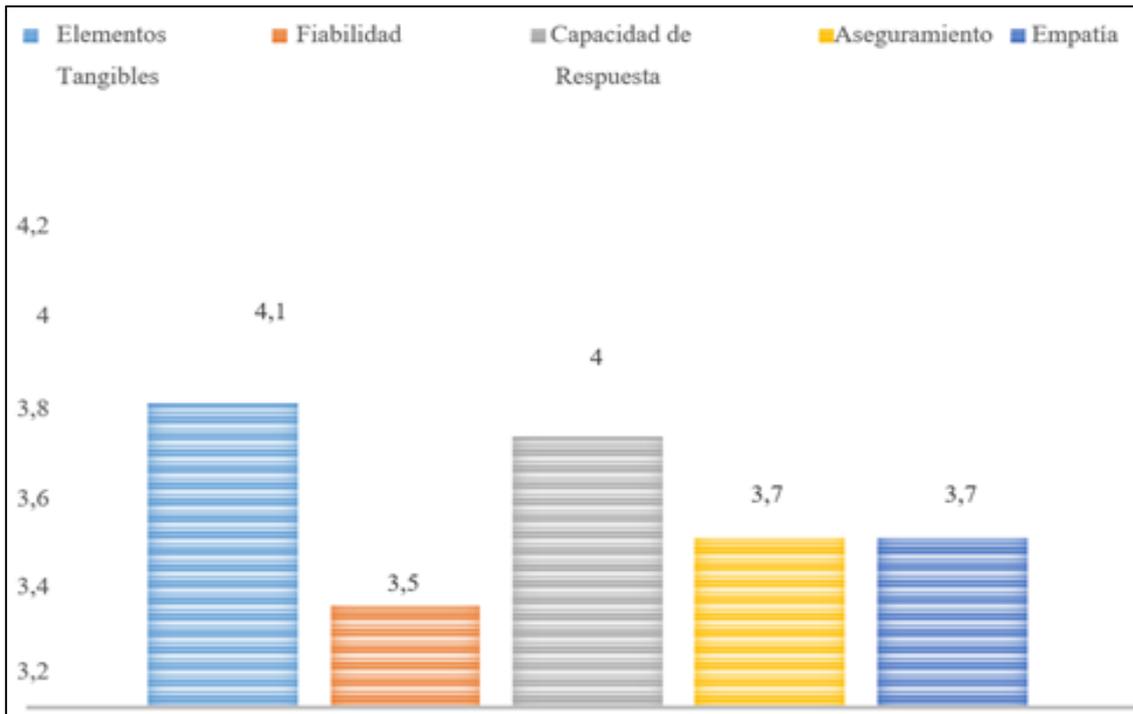


Ilustración 1-2: Promedio de percepciones para cada dimensión

Fuente: Encuesta Servquall, aplicado a los usuarios.

Realizado por: Vique, 2019.

Análisis: La ponderación dimensional logra un promedio más alto en la percepción de los usuarios comerciales y de transporte público como un factor tangible, es decir, están satisfechos con la dimensión. Por otro lado, la confiabilidad del servicio es la más baja, la mayoría de los usuarios no están de acuerdo con su implementación de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación analizada.

Para la propuesta realizada en el año 2019 también se analizó el diagrama de Pareto como se muestra a continuación:

2.1.1. Análisis del Diagrama de Pareto

El autor ha tomado los factores de acuerdo con el orden de importancia y sujetos a una mejora.

Tabla 1-2: Pareto

Factores	Frecuencia	Contribución Individual	Contribución Acumulada
Atención al usuario	150	36,40	36,40
Confianza en el servicio	100	24,27	60,67
Cortesía	75	18,20	78,87
Rapidez en el servicio	62	15,05	93,92
Vehículos	25	6,08	100
TOTAL	412	100 %	

Fuente: Encuesta Servqual, aplicado a los usuarios.

Realizado por: Vique, 2019.

De acuerdo con el análisis de la “Propuesta de un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del transporte público y comercial del cantón Chambo”, en un rango del 80-20 los factores que no garantizan calidad en el servicio son:

1. Atención al usuario
2. Confianza en el Servicio.
3. Cortesía

A continuación, se muestra detalladamente los resultados de índice de cambio que se obtuvo en la investigación ya mencionada:

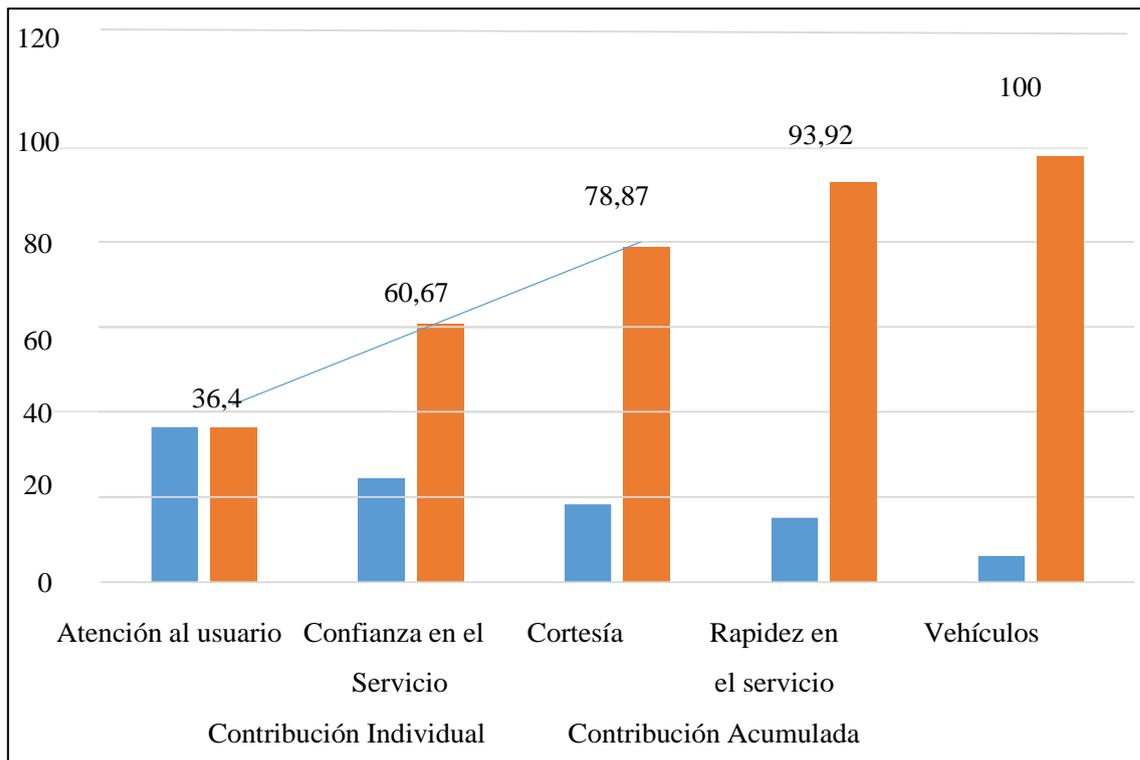


Ilustración 2-2: Índice de cambio

Fuente: Encuesta Servqual, aplicado a los usuarios.

Realizado por: Vique, 2019.

2.2. Referencias Teóricas

2.2.1. Calidad en el servicio

Sin embargo, una cierta estructura dentro de una organización, sino una forma de trabajar que es adoptada por todos los que sirven al cliente, ya sea interna o externamente. Según Eduarte (1999, párr. 12), sostiene que la filosofía se refiere a un conjunto de creencias en las que todos están de acuerdo y se pueden ejercer en cualquier nivel. Por otro lado, la calidad del servicio se refiere a satisfacer las expectativas que tienen los clientes al utilizar un determinado tipo de servicio. Por lo consiguiente, la calidad del servicio solo se puede medir por las impresiones y opiniones de los clientes habituales o potenciales (Euroinnova, 2021, párr. 1).

El servicio al cliente de calidad se trata de cumplir y superar las expectativas del cliente, es muy importante porque, como mencionamos, puede tratarse de eso el éxito de un negocio, el número de clientes, la fidelización de estos y hasta las recomendaciones con otros consumidores (Castañeda, 2022, párr. 2).

Como mencionan Zeithaml et al. (1993, p. 17), afirma que la calidad del servicio se divide en diez dimensiones primarias o criterios de evaluación (Materiales, Confiabilidad, Eficiencia, Profesionalismo, Cortesía, Confiabilidad, Seguridad, Disponibilidad, Comunicación con el Cliente y Entendimiento), la cual es rigurosa y sistemáticamente analizada y organizada en cinco parámetros (tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) conforman el modelo SERVQUAL, que sirve como herramienta de medición para mejorar la experiencia del cliente.

Tabla 2-2: Correspondencia entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad del servicio

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO	DIMENSIÓN MODELO SERVQUAL				
	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Elementos Tangibles					
Fiabilidad					
Capacidad de Respuesta					
Profesionalismo					
Cortesía					
Credibilidad					
Seguridad					
Accesibilidad					
Comunicación					
Comprensión del Usuario					

Realizado por: Zeithaml et al., 1993.

2.2.2. Satisfacción al usuario

La satisfacción del usuario es un indicador de la calidad de la atención brindada por los servicios de salud, y el conocimiento de la satisfacción puede corregir brechas y confirmar desarrollos del sistema de salud que brinde a los pacientes una atención de alta calidad (Febres y Mercado, 2020, p. 398). Hay que subrayar, que la satisfacción es el grado en que se cumplen las expectativas del cliente después de recibir un servicio o producto.

Esta relevancia se calcula como la diferencia entre el valor percibido por un comprador y las expectativas que tenía antes de recibir el servicio o producto (Pozo, 2020, párr. 2). Por último, La satisfacción del cliente se puede definir como los sentimientos o la actitud de un cliente hacia el producto, empresa o servicio proporcionado por la empresa. Este cumplimiento puede basarse en factores tangibles o factores intangibles (Efficacy, 2018, párr. 1).

2.2.3. Transporte público

El transporte público es un término para el transporte colectivo de pasajeros. A diferencia del transporte de pasajeros, el transporte público de pasajeros debe respetar el horario y la ruta establecidos por el operador. El transporte generalmente se comparte entre los visitantes y se pone a disposición del público (De la casa al trabajo, 2018, párr. 2). Hay que mencionar, además que el transporte público juega un papel importante para garantizar que los residentes puedan acceder a las oportunidades que ofrece la ciudad. A diferencia de otros vehículos, como los automóviles, este modo de transporte tiene el valor monetario más bajo para el usuario, lo que lo convierte en el transporte que a menudo se organiza para el bien público, y sus servicios ciertamente están limitados al nivel de ingresos obtenidos más des mercantilizar la movilidad.

Como turista que trata de elegir entre transporte público y privado, debe considerar si hay transporte público disponible en el área que desea visitar. Como resultado, en muchas áreas, el transporte público solo opera en ciertos horarios y días, y en muchas áreas, el transporte público puede no estar disponible. Si un turista está tratando de elegir entre transporte público y privado, debe considerar si el transporte público está disponible en el área que desea visitar (Spiegato, 2021, párr. 5).

2.2.4. Cliente

Un cliente es una entidad natural o jurídica que compra bienes y servicios proporcionados por la empresa. Los clientes pueden comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para otra persona (Quiroa, 2021, párr. 1). Además, un cliente es una persona que, a cambio de un pago, recibe servicios de una persona que los presta por este concepto. Históricamente, era él quien era el sujeto de los demás, quien siempre brindaba los servicios de protección, transporte y albergue, debían cumplir bajo los requerimientos específicos del cliente (Martínez, 2015, párr. 1). Por último, un cliente es alguien que compra los productos o servicios de una empresa. Entonces, desde el punto de vista de la empresa, es el consumidor, puede ser un cliente habitual que realiza una compra regular o un cliente único (Rodríguez, 2021, párr. 2).

2.2.5. Mejora continua

La mejora continua es un proceso de equipo orientado a la acción que establece que el camino de la mejora hacia la excelencia pertenece y debe ser seguido por todos en la organización. El modelo de calidad, tal y como sugiere Abell (1994; citado en Almora, 2021, párr. 8) sostienen que el concepto de mejora continua como una simple extensión histórica de uno de los principios de gestión

científica establecidos por Taylor, que establece que cada método de administración científica establecida por Taylor, que afirma que cualquier método de trabajo puede ser mejorado. Sullivan (1998, p. 19), define la mejora continua como el esfuerzo por aplicar la mejora a cada área de la organización y lo que se ofrece a los clientes.

2.2.6. Percepción

La percepción es cómo la gente califica y perciben un servicio la empresa, relacionadas con las características de calidad o dimensiones de los servicios que tienen; confianza, seguridad, sensibilidad, empatía y factores materiales. Las percepciones de la calidad del servicio reflejan las apreciaciones del consumidor en un momento específico del tiempo, los cuales quieren estar satisfechos con la calidad de sus servicios (Matsumoto, 2014, p. 184). El concepto de percepción de la calidad está relacionado con las empresas de servicios. También se relaciona con la subjetividad de la satisfacción del cliente, esto puede deberse a factores que escapan al control de la organización y las emociones juegan un papel fundamental, al igual que la honestidad en el precio (Sejzer, 2015, párr. 3). Hay que subrayar, que la percepción se define como la forma individual en que percibimos el mundo que nos rodea y como el proceso por el cual una persona selecciona, organiza e interpreta las cosas, creando una visión específica y racional del entorno; de esta forma, los clientes tienen una opinión preformada de un determinado servicio en cuanto a cómo perciben su calidad (Vargas, 1994, p. 48).

2.2.7. Expectativas

Las expectativas son creencias sobre la prestación de servicios que sirven como punto de referencia o punto de referencia para juzgar el desempeño de una empresa. Esto es lo que los clientes esperan del servicio y se crea a través de la comunicación y las experiencias de otros en el servicio. Las expectativas pueden variar significativamente según los puntos de referencia del cliente, además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar rápidamente en un mercado altamente competitivo y volátil. Las expectativas se definen como predicciones sobre una relación sistemática entre eventos u objetos en una situación futura, es decir, si ciertos eventos son fijos, entonces ciertos eventos son esperados (Mora y Natera, 2001, p. 90). Además, esta es la experiencia que los clientes esperan de una empresa que quiere comprar un producto o servicio. Estas expectativas son diferentes para cada cliente y dependen en gran medida de su experiencia de compras anteriores y de la imagen de la organización (Sitel Group, 2021, párr. 2).

2.2.8. Rentabilidad

Indica que la ganancia es la relación entre la inversión y las ganancias, la medición del desempeño de la gerencia, la utilidad de las ventas y la gestión de la inversión, es decir, el concepto de aplicación en las actividades comerciales organizadas para lograr los resultados esperados (Morillo, 2001, p. 36). La investigación de ganancias es razonable que incluso sobre la base de innumerables objetivos que una empresa enfrenta en función de las ganancias o los beneficios, las diferencias en el crecimiento, la estabilidad e incluso en los servicios comunitarios, en todo el análisis de negocios, la discusión central está desempeñando la posición para participar entre ganancias y seguridad o solvencia como las variables básicas de toda la actividad comercial (Pérez et al. 2002, p. 396).

2.2.9. Plan de mejoras

Un plan de mejora es un conjunto de actividades de cambio implementadas en una organización para mejorar las operaciones de la organización, en nuestro caso las actividades educativas. Pueden ser de diferentes tipos: institucionales, extracurriculares, etc. En particular, en nuestro caso, las actividades del programa deben apuntar a mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes y reducir el fracaso académico, al tiempo que mejoran las calificaciones. El mejor desarrollo de las competencias escolares debe ser el eje de toda mejora, la mejora debe ser sistemática, no espontánea ni aleatoria. Sus efectos deben planificarse, implementarse y validarse cuidadosamente y los programas de mejora de la instrucción deben demostrar un mejor aprendizaje de los estudiantes.

2.2.9.1. Pasos a seguir para la elaboración del plan de mejoras

1. Identificar el área de mejora

Después de ser diagnosticado, el individuo evaluado conoce las fortalezas y debilidades clave en relación con su entorno. Es importante identificar áreas de mejora, recordando que para hacer esto, las debilidades deben remediarse construyendo sobre las fortalezas clave.

2. Detectar las principales causas del problema

Resolver un problema y, por lo tanto, corregir un área de mejora, comienza cuando se conoce la causa del problema, hay muchas herramientas metodológicas para determinarlo.

3. Formular el objetivo

Después de identificar las áreas clave para mejorar y comprender la causa del problema, establezca metas y establezca un marco de tiempo para alcanzarlas. Además, deben cumplir con las siguientes especificaciones:

- Realidad: la capacidad de seguir.
- Limitaciones: en términos de tiempo e importancia.
- Flexibilidad: la capacidad de modificar ante circunstancias imprevistas sin desviarse del enfoque original.
- Fácil de entender: cada participante debe ser capaz de entender lo que se quiere lograr.
- Obligatorios: hay que tener la voluntad de conseguirlos, de hacer lo necesario para conseguirlos.

4. Las acciones de mejora

El siguiente paso es seleccionar posibles opciones de mejora para luego clasificar las opciones más adecuadas, se sugiere utilizar alguna técnica (lluvia de ideas, metodología de grupo nominal, etc.). Facilitará la identificación de acciones de mejora que se deben tomar para superar las debilidades, estamos hablando de que hay una lista de acciones clave que se deben incluir en el cartel llevado a cabo para lograr los objetivos previstos.

5. Realizar una planificación

La lista de resultados es el resultado de un ejercicio realizado sin ninguna priorización. Sin embargo, algunas limitaciones inherentes a las acciones seleccionadas pueden hacer que su implementación o recomendación sea pospuesta o excluida del plan de mejora, por lo tanto, es importante conocer el conjunto de restricciones que determinan su vida útil.

6. Seguimiento del plan de mejoras

El siguiente paso es elaborar un cronograma de seguimiento e implementación de acciones de mejora, donde se alinearán las prioridades con un plazo acordado para su desarrollo.

2.2.10. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL es un método de investigación comercial que le permite medir la calidad de su servicio, conocer las expectativas de sus clientes y cómo evalúan el servicio (Matsumoto, 2014, p. 182). El modelo SERVQUAL combina cinco dimensiones para medir la calidad del servicio.

- **Fiabilidad:** Se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa. Esto significa que la empresa cumple sus promesas en términos de suministro, servicio, resolución de problemas y fijación de precios.
- **Sensibilidad:** Es el deseo de ayudar a los usuarios y brindarles un servicio rápido y consistente. Se refiere a la equidad y la eficiencia en el tratamiento de las consultas, la respuesta a las preguntas y quejas de los clientes y la resolución de problemas.
- **Seguridad:** Es el conocimiento y la atención de los empleados y su capacidad para inspirar autoridad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individual que las empresas dan a sus clientes. Debe ser entregado a través de un servicio personalizado adaptado a las preferencias del cliente.
- **Elementos tangibles:** Es apariencia, objetos físicos como infraestructura, equipo, materiales y personal.

2.2.10.1. Desarrollo de la escala SERVQUAL

Según Matsumoto (2014, p. 186), con base en diez parámetros encontrados en la investigación cualitativa realizada por los autores en 1985, se generaron 97 entradas para cada una de las categorías anteriores (alrededor de diez para cada dimensión). Este primer cuestionario se probó en dos fases de recolección y análisis de datos, la tarea principal era recopilar solo aquellos ítems que funcionaban correctamente y analizar su estructura mientras que, en el segundo cuestionario, la tarea principal era confirmar los resultados encontrados en el cuestionario preguntar primero.

Después de una investigación exhaustiva, las entradas se redujeron a 22 para un mejor análisis y síntesis. Además, las cinco dimensiones detectadas se medirán con mayor precisión utilizando el modelo SERVQUAL, donde se mantienen las tres primeras características del servicio (factores materiales, confiabilidad y capacidad de respuesta) y se concentran las dimensiones restantes en dos; de esta forma, se han incluido aspectos de comunicación, fiabilidad, confidencialidad, competencia y cortesía en lo que los autores denominan confidencialidad. Por otro lado, los parámetros de accesibilidad y conocimiento del cliente se combinan con lo que los autores denominan empatía. De esta forma, los autores establecieron cinco aspectos del modelo SERVQUAL, que se detallan a continuación:

- Elementos tangibles: instalaciones, equipamiento y apariencia del personal.
- Fiabilidad: el cumplimiento exacto del servicio prometido.
- Capacidad de respuesta: listo para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido.
- Seguridad: conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y confidencialidad.
- Empatía: un trato personal con el cliente.

La presente investigación está conformada por un cuestionario que es dividida en 2 partes:

El primero es sobre expectativas, en el que se dan 22 preguntas para determinar la expectativa general de los clientes sobre un servicio en particular.

El segundo es cognitivamente sensible, que es formal por las mismas 22 afirmaciones anteriores, con la única diferencia de que no están relacionadas con un servicio en particular, sino con lo que recibieron de la empresa en particular que puede pertenecer a ese servicio.

Esta herramienta incluye múltiples escalas de respuesta diseñadas para comprender las expectativas de servicio del cliente. Permite la evaluación, pero al mismo tiempo es una herramienta de mejora y comparación con otras organizaciones, en otras palabras, mide lo que el cliente espera de la organización de servicios en términos de estas cinco dimensiones comparando esta medida con una evaluación de lo que el cliente percibe del servicio con base en estos parámetros.

El modelo SERVQUAL destaca que los servicios son un problema importante para investigar y propone que:

- Es más difícil para los compradores juzgar la calidad del producto.
- La calidad del servicio percibida es el resultado de la comparación del cliente con el desempeño del servicio anterior.
- La evaluación del servicio no solo se realiza durante la prestación del mismo, sino también durante la implementación.

El modelo SERVQUAL se basa en un modelo de evaluación de la experiencia del cliente, donde:

1. La calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente, de esta manera, se logra un balance favorable para las percepciones, de modo que, si superan

las expectativas, significa una alta calidad percibida del servicio y una alta satisfacción con el mismo.

2. Enumerar algunos factores clave que influyen en las expectativas de los usuarios como:

- Comunicación o comentarios y referencias de amigos y familiares sobre el servicio.
- Necesidades personales.
- Experiencia con servicios que los usuarios hayan utilizado anteriormente.
- La comunicación externa que la propia organización realiza en relación con la prestación de sus servicios y afecta las expectativas de los ciudadanos sobre los mismos.

3. Identifican aspectos relacionados con los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad del servicio.

- Descuido de las expectativas del cliente por parte de la empresa.
- Sin estándar.
- Diferencias entre servicios prestados y estándares.
- Violación de las promesas de la empresa.

La combinación de estos diferentes enfoques nos lleva a creer que la satisfacción del cliente es el factor dominante de la calidad percibida. SERVQUAL asume que los clientes determinan la calidad del servicio con base en la diferencia entre sus expectativas de lo que recibirán y su percepción de lo que se les entregará.

2.2.10.2. Importancia SERVQUAL

Dado que esta herramienta también analiza las elecciones de los clientes sobre la importancia relativa de la calidad del servicio, SERVQUAL, es útil saber:

- Valoración global de la calidad de la instalación.
- Lo que quieren los clientes de la organización (beneficio ideal).
- Lo que perciben los consumidores (beneficios descriptivos).
- Aspectos específicos de insatisfacción.
- Secuencia de brechas de calidad, desde la más severa y urgente hasta la menos severa.

En cuanto a los beneficios que podemos obtener al usar SERVQUAL, nos permite realizar un análisis parcial, es decir, más allá de la capacidad de cuantificar la totalidad del servicio brindado por la organización, podemos obtener la calidad del servicio brindado. Para un departamento o región en particular, utilizando la medición podremos realizar un seguimiento periódico, permitiéndonos comparar todos los cambios que se produzcan tanto en las expectativas como en

las percepciones, esto nos dará el curso de acción a seguir. Además, este modelo facilita la comparación con otros competidores, se realizará luego de estandarizar los parámetros como referencia para la comparación con otras organizaciones, se puede decir que también lo hará en resumen, el proceso de medición de la calidad del servicio es una estrategia que comienza en una etapa inicial con las expectativas de los clientes, luego desarrolla parámetros, números de calidad y luego descubre la calidad del servicio comparando el servicio esperado y el servicio percibido.

2.2.11. Modelo de las brechas

Las brechas que proponen los autores del SERVQUAL; indican diferencias entre los aspectos importantes de un servicio, como los son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a los requerimientos de los clientes. Las brechas identifican cinco distancias que causan problemas en la entrega del servicio y que influyen en la evaluación final que los clientes hacen respecto a la calidad del servicio.

A continuación, se presentan las 5 brechas que proponen los autores de SERVQUAL:

- Brecha 1: Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa. Si los directivos de la organización no comprenden las necesidades de los clientes, difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas.
- Brecha 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad. El factor que debe estar presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de la calidad del servicio.
- Brecha 3: Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen.
- Brecha 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Para el SERVQUAL, uno de los factores claves en la formación de las expectativas, es la comunicación externa de la organización proveedora. Las promesas que la empresa hace, y la publicidad que realiza afectaran a las expectativas.
- Brecha 5: Es la brecha global. Es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos (Matsumoto, 2014, p. 187).

2.2.12. Evolución de la calidad

2.2.12.1. Planificación de la calidad

Es la actividad de desarrollar los productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades del cliente, constando principalmente de las siguientes etapas:

- Identificar clientes.
- Conocer las necesidades del cliente.
- Desarrollar características del producto que satisfagan las necesidades del cliente.
- Desarrollar procesos capaces de asegurar el desempeño del producto.

2.2.12.2. Principios de la Calidad

La calidad está establecida por 13 principios que son:

- a) Hacerlo bien la primera vez.
- b) Satisfacer las necesidades de los clientes (tanto externa como internamente)
- c) Buscar soluciones en lugar de excusarse por los errores.
- d) Ser optimista empedernido.
- e) Tienen un buen tratamiento con los demás.
- f) Realizar tareas en el momento adecuado, ser puntual.
- g) Ser cortés y cooperar con los compañeros de equipo.
- h) Aprender a admitir los errores y tratar de corregirlos.
- i) Modesto para aprender y enseñar a otros.
- j) Organizar mediante el uso de herramientas y equipos de trabajo.
- k) Asumir la responsabilidad e inspirar confianza en los demás.
- l) Simplificar procesos complejos y sencillos.

2.2.12.3. Control de calidad

El control de calidad es un proceso mediante el cual se establecen y mantienen estándares. Tiene una secuencia común de pasos relacionados con problemas de calidad que se ve así:

- Determinar el sujeto del control.
- Especificar las características de calidad.

- Elegir una unidad de medida.
- Establecer el valor normal o estándar.
- Crear el sensor.
- Realizar la medición real.
- Interpretar la diferencia entre la medida real y la norma o estándar.
- Tomar una decisión y actuar sobre la diferencia.

El control de calidad es el proceso regulatorio de medir la calidad real, compararla con un estándar y tomar medidas sobre las desviaciones. El objetivo es detectar perturbaciones o fallas ocasionales, identificar las causas de los cambios e implementar acciones correctivas para llevar la situación al nivel indicado por la norma. En otras palabras, el control de calidad tiene como objetivo mantener el *statu quo*.

2.2.12.4. Autocontrol y autoevaluación

El autocontrol es un estado en el que cualquier persona puede seguir y dirigir su proceso de trabajo mientras realiza su trabajo, la condición para que el trabajador se encuentre en este estado es que quiera, sepa y pueda intervenir. El autocontrol es la forma mejor y más económica de realizar el control, la misma empresa produce y mide la calidad, detecta los defectos y los corrige.

2.2.12.5. Mejora de la calidad

El objetivo de la mejora de la calidad es detectar y eliminar perturbaciones o fallas crónicas, pasando así de un nivel de desempeño normal al siguiente, donde el proceso siempre trata el desempeño normal como inalterable (Gaya et al., 2013, p. 37), se refiere a descubrimientos o desarrollos para mejorar la calidad que satisfacen las siguientes hipótesis.

- Nunca se ha alcanzado el logro de un nuevo nivel.
- Nunca se ha alcanzado el logro de un nuevo nivel.
- El cambio no es resultado de la casualidad, sino de una decisión.

Del análisis de los resultados se desprende que para alcanzarlos se deben seguir una serie de pasos generales como crear la infraestructura necesaria para lograr la mejora anual de la calidad; explorar necesidades específicas o proyectos de mejora; formación de recursos humanos para cada proyecto; proporcionar recursos, formación y motivación que permitan el diagnóstico de las causas de los trastornos crónicos y la puesta en marcha de nuevas acciones correctoras y medidas

de control, los medios para lograr mejoras de calidad son: reparación (eliminación de fallas esporádicas); detección (mejora del rendimiento, eliminación de causas de fallas crónicas) y planificación (lanzamiento de nuevos productos, procesos, procedimientos, etc., corrección de fallas crónicas y reducción de la probabilidad de errores ocasionales) (Reyna et al., 2019, p. 269).

2.2.12.6. Aspectos que determinan la calidad del servicio

El concepto de calidad se entiende como la totalidad de características que posee un determinado producto o servicio y está íntimamente relacionado con su capacidad para satisfacer las necesidades para las que fueron creados (González et al., 2009, p. 422). En consecuencia, la calidad es un conjunto de condiciones que debe reunir un producto o servicio para satisfacer todos los requerimientos del cliente. En el caso del Ministerio de Fomento de España (Wiki EOI, 2012, párr. 1), la calidad incluye todas las características de un producto o servicio que normalmente satisfarían las necesidades y requisitos del cliente e incluye las características para las que está destinado el diseño.

Para hablar de calidad, debe completar tres tareas principales:

- Responder a las solicitudes de los usuarios.
- Mejorar la organización de la empresa implementando la estrategia de trabajo.
- Obtenga suficiente motivación de sus empleados para permitirles esforzarse por producir o entregar productos de alta calidad.

Si bien la calidad de un servicio se basa en la capacidad del cliente para cumplir con sus requerimientos, es decir, cumplir con sus expectativas, provoca una percepción positiva de lo que el individuo ha configurado en relación con el servicio que se le brinda (Rodríguez, 2021, párr. 7).

En el caso de Europa y la Calidad de la Gestión (2006; citado por Heredia, 2015, párr. 7-9), los modelos de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrando variables latentes, existen cinco determinantes de la calidad del servicio. Se enumeran en la Tabla 3-2.

Tabla 3-2: Aspectos que determinan la calidad de un servicio

Aspectos	Descripción
Fiabilidad	Realización plena y fiable del servicio prestado.
Garantía	Los proveedores de capacitación y capacidades inspiran su confianza.
Tangibilidad	Corresponde al aspecto físico del servicio, los dispositivos y el equipo que posee.
Empatía	Es una oportunidad para comprender los deseos del cliente prestándoles atención.
Sensibilidad	Esta es la respuesta para el cliente, respondiendo rápidamente a sus necesidades.

Realizado por: Heredia, 2015.

De acuerdo con las condiciones anteriores, se puede señalar que la calidad del servicio de transporte será eficaz en la atención de las personas, en función de cumplir con sus expectativas de traslado, estrechamente relacionado con el cumplimiento de las normas establecidas para su actividad.

2.2.13. Características generales del transporte público de pasajeros

Este tipo de transporte tiene ciertas características que lo distinguen de otros servicios de transporte. Según Tejada (2002, p. 286):

Inicialmente incluía los medios de transporte.

- Requiere vías de paso para circular, en este caso autopistas.
- Necesita paradas, estaciones o estaciones para recoger y dejar pasajeros.
- Utilizan un sistema de control para comprobar su trabajo y el importe cobrado por el servicio.
- Debe tener rutas o las rutas incluyen rutas a seguir.

En cambio, el transporte de pasajeros de Molinero y Sánchez (1998, p. 14), tiene tres características principales:

- Flota de vehículos.
- La infraestructura donde se realizarán las excursiones esto incluye carreteras, paradas, garajes y talleres de reparación.
- Una red de transporte formada por rutas o líneas de comunicación.

El transporte masivo de pasajeros tiene las siguientes características:

- Espacio: menos por persona que en un coche.
- Consumo de energía: menor consumo de energía que los vehículos que transportarán a muchas personas.
- Emisiones de contaminantes: si las emisiones de este medio de transporte son inferiores al número de vehículos necesarios para transportar ese número de pasajeros, la contaminación será menor.
- Ruido: como en los casos anteriores, el ruido del autobús será inferior al número de vehículos necesarios para transportar un determinado número de viajeros.
- Seguridad: aunque el peso tiene que moverse y la posibilidad de daños es mayor, es conducida por un conductor profesional.
- Versátil: este modo de transporte atiende a toda la población sin importar edad, género o cualquier otro tipo.

Al tener todos los factores sugeridos por los autores anteriores, pueden considerarse como parámetros que pueden usarse para determinar qué tan eficiente es un servicio de transporte en un entorno particular, incluidas las características de la flota y los componentes asociados. Muchas actividades como horario, frecuencia, paradas y finalmente factores relacionados con el conductor, todos estos factores fueron importantes y determinaron este estudio.

2.2.13.1. Identificación de los elementos que determinan la calidad de la prestación de transporte público de pasajeros

Se han realizado muchos estudios para determinar los factores que afectan la eficiencia de los servicios de transporte, incluido un estudio de Ngatia et al. (2010, p. 1289), que muestra que la satisfacción de los pasajeros está relacionada con la seguridad del servicio de transporte, los costos de viaje y la conciencia del sistema de tránsito.

Del mismo modo, el estudio de Diana (2012, p. 2), presenta un nuevo método para medir la satisfacción con los servicios de transporte público utilizando una escala tipo Likert que tiene un punto medio y es muy útil para evaluar la satisfacción con los servicios de transporte público. Por tanto, la escala propuesta incluye la siguiente clasificación: 1 = Totalmente en desacuerdo. 2 = No estoy de acuerdo. 3 = Moderadamente en desacuerdo. 4 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 5 = Moderadamente de acuerdo. 6 = Estoy de acuerdo. 7 = Totalmente de acuerdo.

Por otro lado, Stradling et al. (2007, p. 99), indican que para medir la eficiencia del servicio de pasajeros se debe partir de un análisis del nivel de servicio deseado versus el nivel de servicio real. Este análisis permitirá a los gestores de transporte buscar estrategias para optimizar sus servicios, por lo que se ha identificado en diversos estudios, existen varios factores que son muy importantes a la hora de realizar investigaciones sobre la eficacia de los servicios de transporte de pasajeros, como la satisfacción del cliente, el servicio que quiere recibir, el tamaño que puede conseguir. sirve para evaluar, además.

En cuanto a los principales componentes que se pueden considerar al evaluar la calidad del tráfico y deben ser considerados como parámetros para medir la calidad de los servicios de transporte público, Sánchez y Romero (2010, p. 50) señalan los más importantes que se enumeran en la Tabla 4-2.

Tabla 4-2: Factores de calidad del transporte público de pasajeros

Factores de calidad	Descripción
Tiempo de recorrido que realiza la unidad de transporte	Completa la ruta en el tiempo asignado.
La capacidad del vehículo para transportar pasajeros	Indique la capacidad de transporte de pasajeros del vehículo
Completa la ruta en el tiempo asignado	El vehículo cumple con las normas básicas de seguridad
Indica la capacidad de transporte de pasajeros del vehículo	Aporta comodidad en el uso
Seguridad que tiene el automotor	El transporte cumple con las principales seguridades
Nivel de satisfacción del cliente	Ofrece bienestar al usuario
Trato por parte del conductor a los usuarios	Brindar trato respetuoso a los pasajeros
Cumplimiento de horarios y recorridos	Cumple de acuerdo con horarios y recorridos establecidos
Forma de retribución del pasaje	Se utiliza una táctica correspondiente para el cobro del pasaje
Obediencia de las paradas designadas	Se estaciona el automotor en las paradas destinadas para el efecto
Imagen del conductor	El conductor presenta una buena apariencia personal
Aspecto físico del vehículo	El automotor está en buen estado

Modo de manejo del conductor	El conductor controla el vehículo de acuerdo con las normas y reglas establecidas
------------------------------	---

Realizado por: Sánchez y Romero, 2010.

2.2.13.2. Entidades encargadas del servicio de transporte en el Ecuador

En el Ecuador, las autoridades competentes encargadas de la organización del transporte por carretera y la seguridad vial son:

- a. **El Ministerio de Transporte y Obras Públicas:** Coordina, monitorea y evalúa las normas de tráfico, transporte e infraestructura de la industria.
- b. **La Agencia Nacional de Tránsito:** Responsable de aplicar las normas y decisiones que establezca el Departamento de Transporte y Obras Públicas; no afecta la competencia de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs).
- c. **Las Unidades Administrativas Regionales y Provinciales:** Serán responsables de aplicar las normas y reglamentos dictados por la Secretaría de Transporte Público, además de la Autoridad Nacional de Transporte, en las regiones y provincias designadas por la ANTP. La organización, estructura y funciones se regirán por la Ley de Circulación Vial, Circulación Vial y Seguridad Vial, las normas y reglamentos de esta Ley decretados por la Autoridad Nacional de Tránsito Vial.
- d. **Los Gobiernos Autónomos Descentralizados:** Corresponde al GAD, sin perjuicio de las atribuciones de la Autoridad Nacional de Vialidad y de la KTR, la elaboración de normas relativas a la circulación vial, tránsito y seguridad vial, las cuales se relacionan íntegramente con la política del Ministerio de Transporte.

Como puede ver, existen cuatro organismos que regulan los servicios de transporte en el país: el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, que publica esta política, la Autoridad Nacional de Transporte responsable de la implementación, junto con los departamentos administrativos provinciales y regionales y gobiernos autónomos descentralizados que regulan el tráfico dentro de su jurisdicción a través de reglamento.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Este proyecto de investigación está sustentada dentro de un enfoque mixto, tomando como referencia Hernández (2014, p. 115), el enfoque de la investigación utilizado en la presente investigación es cuantitativa, debido a que se usa la recolección de datos para probar la idea a defender, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teoría cualitativa lo cual es un método no estandarizado de recopilación y evaluación de datos, en la mayoría de los casos, se utiliza una muestra pequeña y no representativa para comprender mejor sus criterios de decisión y motivaciones.

3.2. Nivel de Investigación

3.2.1. *Investigación descriptiva*

La investigación es parte de una encuesta descriptiva Hernández (2014, p. 117), señala que los estudios descriptivos tienen como objetivo identificar las características importantes, la personalidad y el perfil de los individuos, grupos, comunidades o cualquier otro objeto existente para ser analizado. En pocas palabras, permite medir la información recopilada para describir, analizar y explicar sistemáticamente las características del fenómeno estudiado en base a los hechos del escenario propuesto, evaluar los diferentes aspectos del problema que se estudia.

3.2.2. *Investigación explicativa*

Este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, en base a las causas, para conseguir una respuesta para obtener un resultado favorable respecto a la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.

3.3. Diseño de investigación

Para definir el diseño de la investigación, se utiliza como base lo cual fue liderado por Hernández (2014, p. 115), que se analizó el diseño no experimental lo cual se realiza sin manipular intencionalmente las variables, lo que hacemos es la observación de los fenómenos tal como son presentados en su contexto natural para su posterior análisis.

3.3.1. Según la manipulación o no de la variable independiente

Según Álvarez y Martínez (2014, párr. 1), una variable es un concepto operacionalizado, ya que para poder medir un concepto debemos aplicarlo a un objeto. Para Espinoza (2019, p. 172), las variables en una investigación son aquellos que se miden, los datos que recaban con el fin de responder a las preguntas de investigación. En general las variables se alinean con los objetivos del estudio. La variable dependiente en estudio es la calidad del servicio, que es el resultado de la diferencia entre expectativas y percepciones del servicio, la cual se ve afectada por la variable independiente, que es un conjunto de dimensiones propuestas por la teoría SERVQUAL: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles.

3.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo

Un estudio transversal se define como un tipo de estudio observacional que analiza datos variables recopilados durante un período de tiempo de una muestra de población o un subconjunto predeterminado. Este tipo de estudio también se conoce como estudio transversal, los datos recogidos en un estudio procedían de personas que eran iguales para todas las variables excepto la variable de estudio. Esta variable es constante a lo largo del mismo, por lo tanto, la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido debe analizarse por igual para determinar su calidad.

Se trata principalmente de cómo recopila datos, es por esto por lo que se utiliza para medir la primacía del fenómeno seleccionado en un momento dado. Este estudio se basa en la observación de sujetos en su entorno real y se elige un objetivo de investigación junto con ciertas situaciones o características, también se conoce como inmersión de campo, la mayoría de las veces, las muestras o temas de investigación seleccionados se estudian cualitativamente. Este método ayuda a identificar variables mediante el análisis de su prevalencia en la población como objeto de estudio. Para llegar a una conclusión, este tipo de investigación utiliza herramientas muy similares a las estadísticas utiliza gráficos o diagramas para representar los resultados.

3.4. Tipo de estudio

En cuanto a la naturaleza del estudio, corresponde a las características del trabajo de campo en cuanto a su extensión.

3.4.1. Estudio de campo

Esta caracterización de los sujetos de investigación estuvo apoyada en un estudio de campo de las necesidades que se consideran relevantes en la actualidad para su desarrollo, al obtener esas apreciaciones de la realidad del contexto donde se desarrolla el servicio.

3.5. Población y planificación

3.5.1. Población

Haciendo referencia el concepto mencionado por Hernández (2014, p. 59), una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, se considera que la población se estima en la investigación está explicado por usuarios que ocupan el servicio de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, la cual se ejecuta en la provincia de Chimborazo.

3.5.2. Muestra

Debido a la población muy extensa, se procede a ejecutar una muestra estadística que propone la siguiente fórmula:

Población proyectada Chambo: 9391 habitantes

Población proyectada Riobamba: 202449 habitantes

Población Total: 211840 habitantes

$$n = m / e^2(m - 1) + 1$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

m: Población

e: Precisión o error admitido 5%

En la que a continuación se reemplaza los valores respectivos:

$$n = 211840 / 0.05(0.05) (211840 - 1) + 1$$

$$n = 211840 / 530.597$$

$$n = 399.248$$

A partir de este cálculo podemos determinar que el número de encuestas es de 399 dirigidas a cada uno de los habitantes (usuarios) del cantón Chambo.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Método inductivo

La investigación partirá de lo específico hacia lo general, en primer lugar, se determinará los procesos particulares del transporte para lograr alcanzar conclusiones que posibiliten mejorar la calidad del servicio.

3.6.1.2. Método analítico

En las distintas fases de la investigación el método analítico; se realizará un estudio y se recopiló información para una mejor comprensión y una buena aplicación.

3.6.2. Técnicas

Las técnicas que se va a aplicar en la investigación son:

3.6.2.1. Encuestas

Para el levantamiento de información se va a hacer uso de un cuestionario, respecto a esta técnica se conseguirá información de los usuarios con el fin de realizar un análisis con los datos alcanzados en la investigación de campo.

3.6.2.2. Entrevistas

Mediante esta técnica se logrará obtener información directa acerca de la prestación del servicio para los usuarios que hacen uso de las unidades.

3.6.2.3. Observación

Es una técnica que consiste en observar de cerca un fenómeno, evento o caso, obtener información y registrarla para su posterior análisis. La observación es parte fundamental de cualquier proceso de investigación; depende del investigador para obtener la mayor cantidad de datos.

3.6.3. Instrumentos

3.6.3.1. Cuestionario

Para el levantamiento de información se va a hacer uso de una encuesta basado en el método SERVQUAL con preguntas que va dirigido a la población del Cantón Chambo en base a la percepción y expectativa de la calidad del servicio brindado.

3.6.3.2. Guía de entrevista

Una entrevista es una técnica de recopilación de datos muy útil para la investigación cualitativa, se define como una conversación que propone un objetivo específico, no solo los hechos de la conversación, por lo cual es un instrumento técnico que toma la forma de una conversación.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de los resultados

Para determinar la prevalencia del modelo SERVQUAL en la calidad de servicio de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, se utilizó un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, adaptado por los autores Chávez et al. (2017, p. 17). Se considera el perfil del cliente en términos de edad, género, estado civil y lugar de residencia, seguidamente se evalúan las expectativas y percepciones del cliente. En el presente capítulo se da a conocer la presentación, análisis e interpretación de los resultados más relevantes de la investigación, adquirida en el proceso de recolección de información, resultado del uso de las encuestas dirigidas a los usuarios del servicio de transporte que ofrece la empresa los cuales se muestra a través de tablas y gráficos de barras y circulares. La presente investigación tuvo como propósito, determinar el nivel de expectativas y percepciones del cliente según el modelo americano de calidad para determinar la satisfacción del cliente con el servicio. Finalmente, se presentan de forma descriptiva los resultados de la dimensión investigación.

4.1.1. Perfil del cliente

4.1.1.1. Género

En el gráfico se observa que existe un 60% de los encuestados corresponde al género masculino, mientras que el 40% pertenece al género femenino, tal y como se presenta en la Ilustración 1-4.

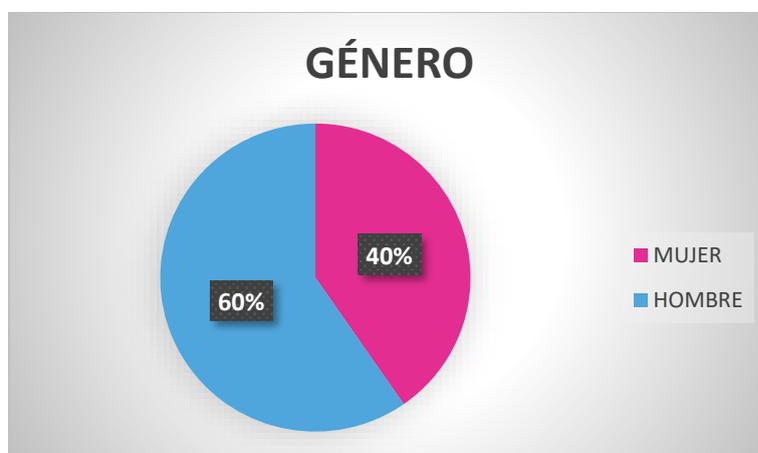


Ilustración 1-4: Género

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

4.1.1.2. Edad

El rango mínimo de encuestados tiene una edad de 15 años y el rango máximo es de más de 59 años, así mismo alrededor del 33% de clientes se encuentra entre los 26 a 36 años, el 27% pertenece a un rango de 15 a 25 años, un 20 % entre 48 a 58 años, un 19% entre los 37 a 47 años y finalmente el 1 % de encuestados pertenece al rango de las de 59 años.

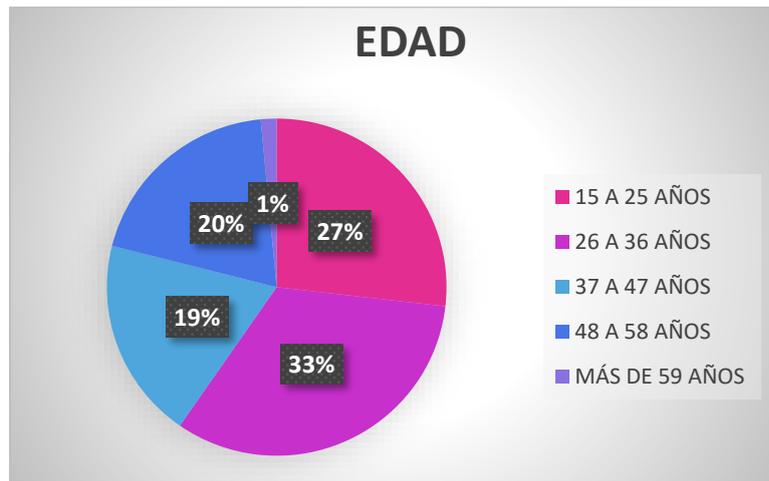


Ilustración 2-4: Edad

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

4.1.1.3. Estado civil

El 50% de los encuestados en la Cooperativa de Transportes Chambo resultó ser casados, el 48% soltero, el 2% constataron que se encontraban divorciados y el 0 % viudos.



Ilustración 3-4: Estado Civil

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

4.1.1.4. Lugar de Residencia

Del total de las encuestas aplicadas a los clientes de la Cooperativa de Transportes Chambo el 76% corresponde a los clientes residentes en el Cantón Chambo, mientras que el 24% de clientes proviene de Riobamba y 0% de otro lugar, como se puede observar en la ilustración.

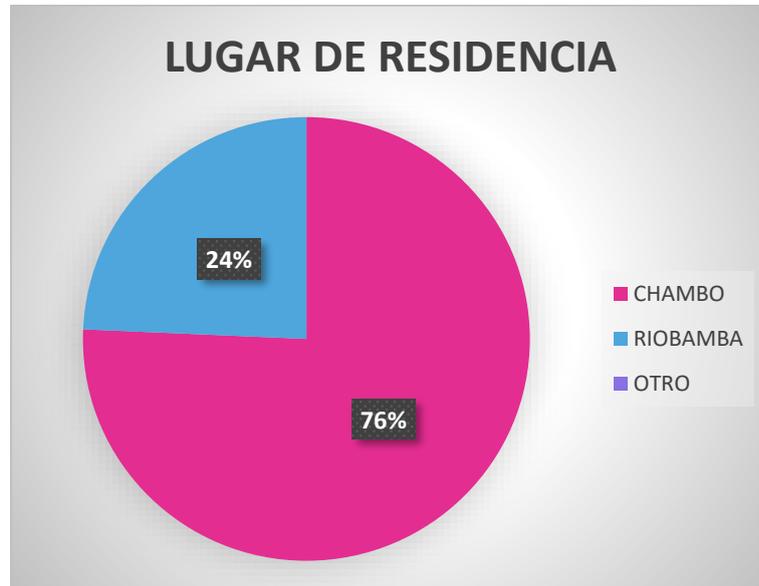


Ilustración 4-4: Lugar de residencia

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

4.1.2. Nivel de expectativas de los usuarios acerca del servicio de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio

A continuación, en las tablas se evidencian los resultados de las expectativas de los usuarios de cooperativa, para cada una de las dimensiones de la calidad de servicio: seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles.

Tabla 1-4: Expectativa en la dimensión de Seguridad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

SEGURIDAD	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Ud. esperaría que los colaboradores de la cooperativa atienden cortésmente a los usuarios?	0	0	0	0	3	22	374	399
2. ¿Ud. esperaría que la cooperativa disponga de recursos para atender primeros auxilios? (botiquín, extintor, cinturones de seguridad, señalética)	0	0	0	0	2	22	375	399
3. ¿La cooperativa debería cumplir con las normas de uso de la unidad? (no exceder la velocidad)	0	0	0	0	2	83	314	399
4. ¿Ud. esperaría que los colaboradores de la cooperativa de transporte demuestran profesionalismo al brindar su servicio?	0	0	0	0	2	86	311	399
PROMEDIO	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	53.3	343.5	399
PORCENTAJE	0%	0%	0%	0%	1%	13%	86%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

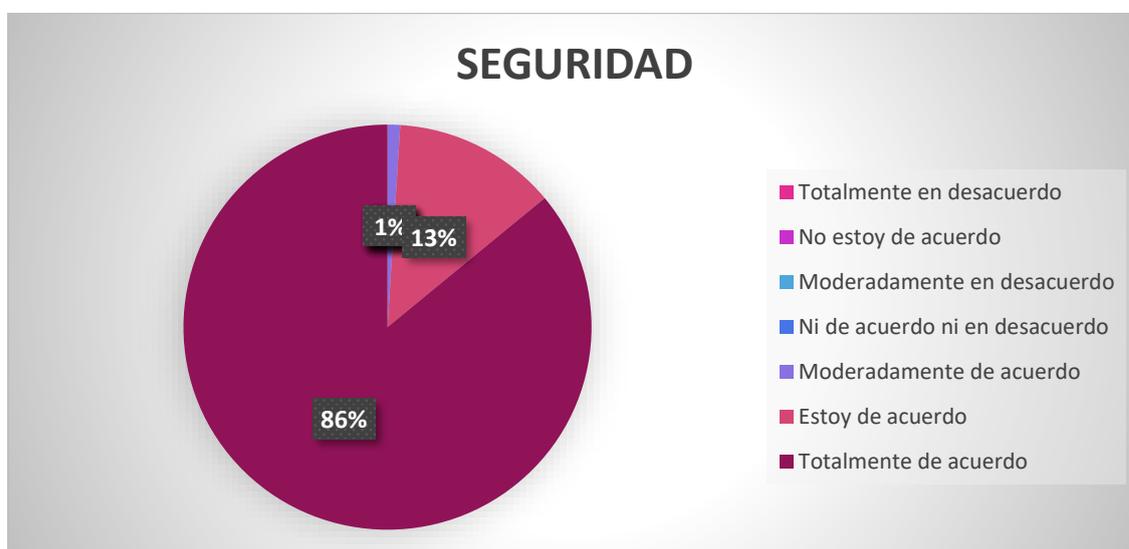


Ilustración 5-4: Expectativa de la dimensión Seguridad

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Se observa que esta dimensión es la que más altas expectativas tiene en comparación con las demás dimensiones del modelo SERVQUAL, teniendo un porcentaje del 86% de clientes que están totalmente de acuerdo acerca de lo que debería ofrecer en el servicio la Cooperativa de Transportes Chambo, incluyendo los recursos de primeros auxilios, el servicio que brindan, el profesionalismo de los colaboradores y cumpliendo las normas de uso de la unidad, el 13% de los encuestados dijo que están de acuerdo con dichos enunciados y solo el 1% están moderadamente de acuerdo lo cual podemos decir que los clientes tienen expectativas muy altas en cuanto a seguridad.

Tabla 2-4: Expectativa en la dimensión de Fiabilidad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

FIABILIDAD	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Ud. esperaría que las unidades de la empresa son confiables cumpliendo las normas de bioseguridad?	0	0	0	0	2	34	363	399
2. ¿Ud. esperaría que el servicio ofrecido por la cooperativa Chambo, deba realizar bien su atención desde la primera vez?	0	0	0	0	1	56	342	399
3. ¿Ud. estaría satisfecho con el servicio de transporte que le brinden?	0	0	0	0	106	291	291	688
4. ¿Ud. esperaría que el conductor de la unidad respete las señales de tránsito?	0	0	0	0	2	112	285	399
5. ¿Ud. esperaría que el conductor de la unidad de transporte ofreciera ayuda a las personas con capacidades especiales?	0	0	0	0	2	93	304	399
PROMEDIO	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6	117.2	317.0	456.8
PORCENTAJE	0%	0%	0%	0%	5%	26%	69%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

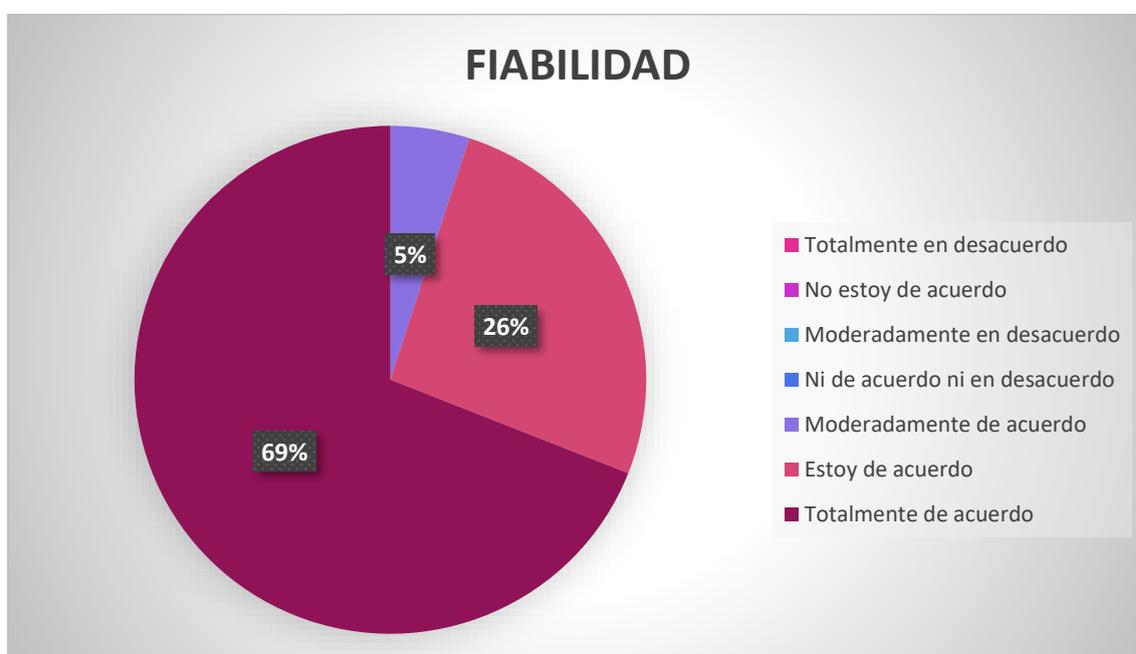


Ilustración 6-4: Expectativa de la dimensión Fiabilidad

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados el 69% de usuarios se encuentra totalmente de acuerdo acerca de lo que debería ofrecer la Cooperativa de Transportes Chambo, entre ellos: cumplir las normas de bioseguridad, realizar bien su atención desde la primera vez y respeto a las señales de tránsito mientras que un 26% de encuestados está de acuerdo con los enunciados y el 5% adopto una posición moderadamente de acuerdo se puede decir que los clientes tienen expectativas altas respecto a la dimensión de fiabilidad.

Tabla 3-4: Expectativa en la dimensión de Capacidad de Respuesta de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Ud. esperaría sentirse cómodo mientras viaja en la unidad de transporte?	0	0	0	0	2	79	318	399
2. ¿Ud. esperaría que los colaboradores ofrezcan un servicio rápido a los usuarios? (carga de equipaje)	0	0	0	0	3	58	338	399
3. ¿La cooperativa debería cumplir con los horarios establecidos para la partida de sus unidades?	0	0	0	0	2	99	298	399
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte deberían estar capacitados para solucionar problemas?	0	0	0	0	2	107	290	399
PROMEDIO	0	0	0	0	2.25	85.75	311	399
PORCENTAJE	0%	0%	0%	0%	1%	21%	78%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

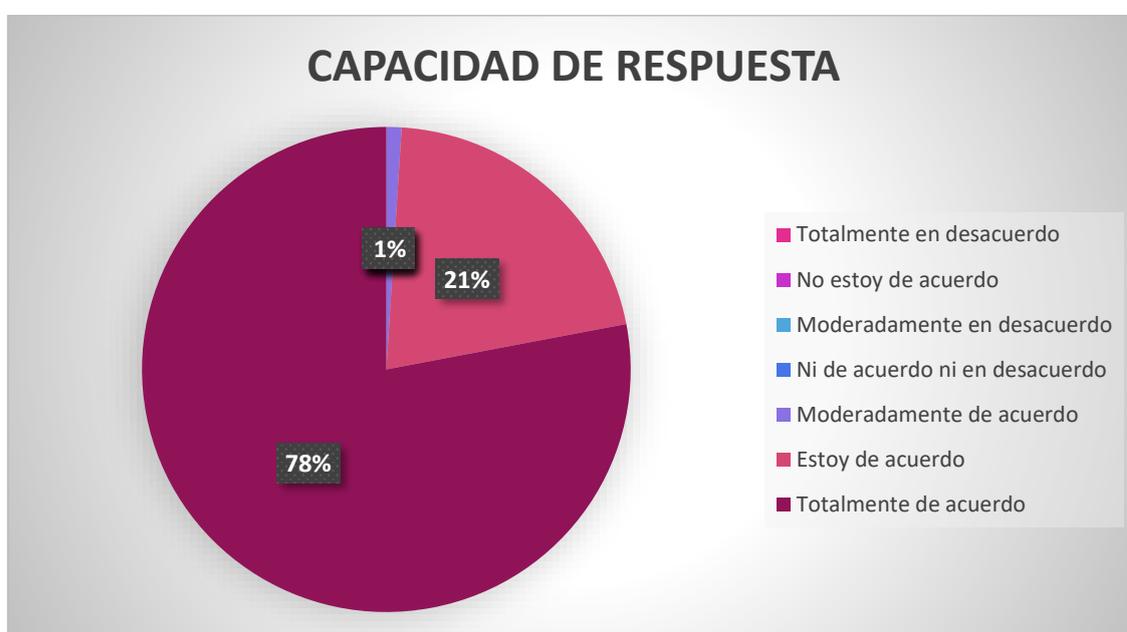


Ilustración 7-4: Expectativa de la dimensión Capacidad de Respuesta

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados el 78% de usuarios se encuentra totalmente de acuerdo acerca de lo que debería ofrecer la Cooperativa de Transportes Chambo, incluyendo: que los colaboradores ofrezcan un servicio rápido a los usuarios, cumpliendo los horarios establecidos y estar capacitados para solucionar problemas mientras que un 21% de encuestados está de acuerdo con los enunciados y el 1% adopto una posición moderadamente de acuerdo se puede decir que los clientes tienen expectativas altas respecto a la dimensión de capacidad de respuesta.

Tabla 4-4: Expectativa en la dimensión de Empatía de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

EMPATÍA	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿La cooperativa se debería mostrar atenta a las inquietudes de los clientes?	0	0	0	0	1	91	307	399
2. ¿La cooperativa Chambo debería tener horarios convenientes de salida de sus unidades?	0	0	0	0	1	89	309	399
3. ¿Ud. esperaría que exista paciencia por parte del chofer y ayudante al momento de bajar de la unidad de transporte?	0	0	0	0	1	85	313	399
4. ¿Ud. esperaría que se respete el cobro de las tarifas preferenciales? (tercera edad, personas con discapacidad, estudiantes)	0	0	0	0	1	98	300	399
5. ¿Debería existir respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa de transporte?	0	0	0	0	1	96	302	399
PROMEDIO	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	91.8	306.2	399
PORCENTAJE	0%	0%	0%	0%	0%	23%	77%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

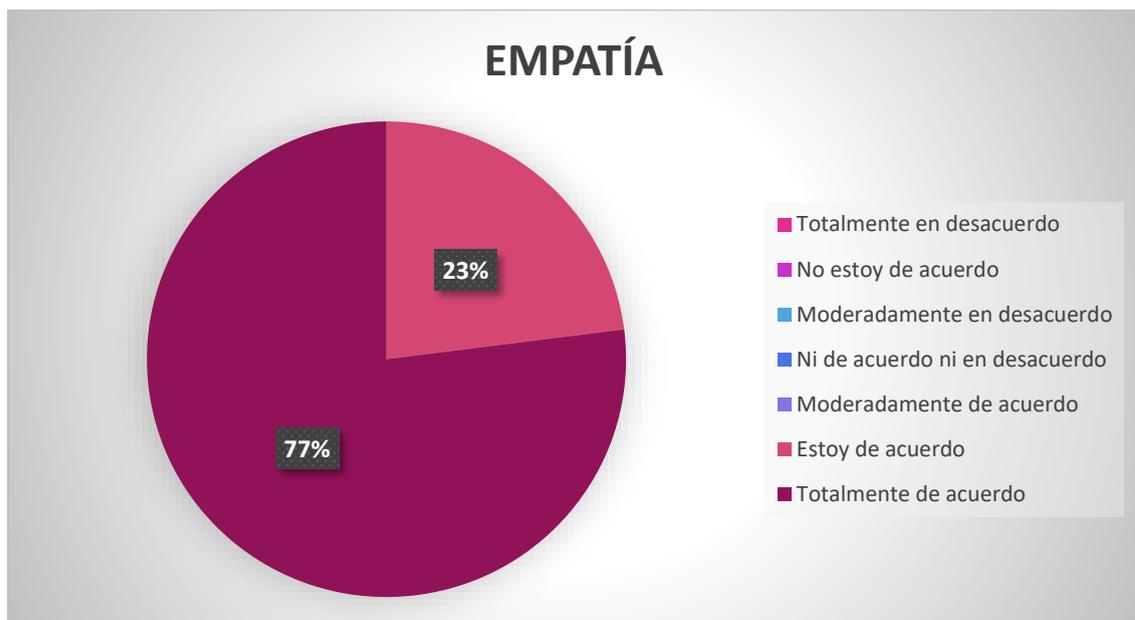


Ilustración 8-4: Expectativa de la dimensión Empatía

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados el 77% de usuarios se encuentra totalmente de acuerdo acerca de lo que debería ofrecer la Cooperativa de Transportes Chambo, incluyendo: que la cooperativa se debería mostrar atenta a las inquietudes de los clientes, horarios convenientes para la salida de las unidades, paciencia y respeto en el cobro de tarifas preferenciales mientras que un 23% de encuestados está de acuerdo con los enunciados se puede decir que los clientes tienen expectativas altas respecto a la dimensión de empatía.

Tabla 5-4: Expectativa en la dimensión de Elementos Tangibles de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con apoyabrazos en buen estado?	0	0	0	0	2	109	288	399
2. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con asientos en buen estado?	0	0	0	0	2	117	280	399
3. ¿La cooperativa debería cumplir con una limpieza adecuada para las unidades?	0	0	0	0	2	68	329	399
4. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con ventanas en buen estado?	0	0	0	0	2	111	286	399
PROMEDIO	0	0	0	0	2	101.3	295.75	399
PORCENTAJE	0%	0%	0%	0%	1%	25%	74%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

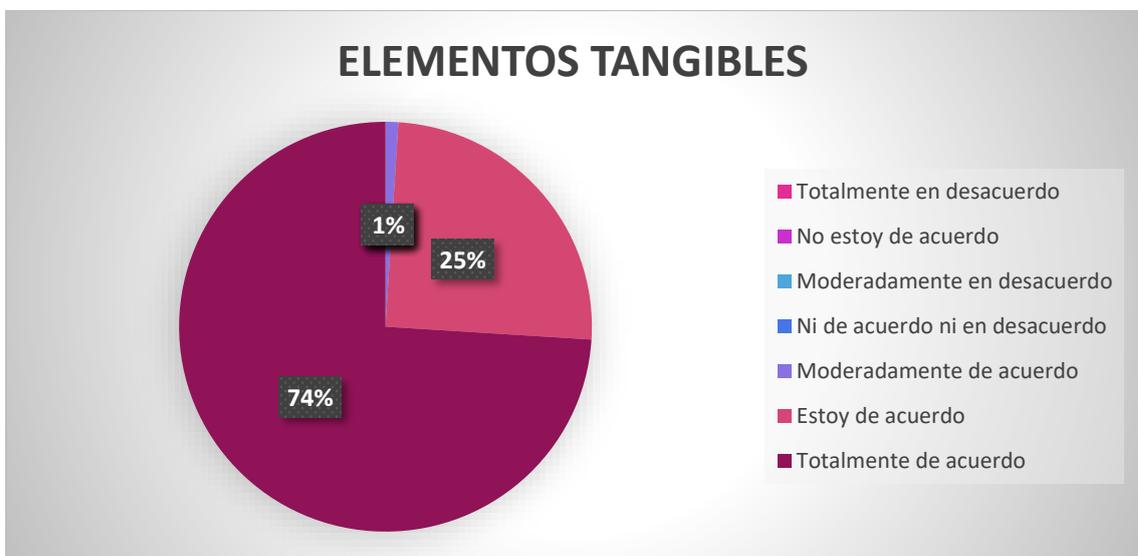


Ilustración 9-4: Expectativa de la dimensión Empatía

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados el 74% de usuarios se encuentra totalmente de acuerdo acerca de lo que debería ofrecer la Cooperativa de Transportes Chambo, incluyendo: la limpieza, que la cooperativa cuente con apoyabrazos ,asientos y ventanas en buen estado mientras que un 25% de encuestados está de acuerdo con los enunciados y el 1% adopto una posición moderadamente de acuerdo se puede decir que los clientes tienen expectativas altas respecto a la dimensión de elementos tangibles.

4.1.2.1. *Análisis general de las expectativas de los usuarios de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo*

Tabla 6-4: Expectativa en promedio de las cinco dimensiones de la calidad de servicio

DIMENSIÓN	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
Seguridad	0%	0%	0%	0%	1%	13%	86%	100%
Fiabilidad	0%	0%	0%	0%	5%	26%	69%	100%
Capacidad de respuesta	0%	0%	0%	0%	1%	21%	78%	100%
Empatía	0%	0%	0%	0%	0%	23%	77%	100%
Elementos tangibles	0%	0%	0%	0%	1%	25%	74%	100%
TOTAL	0%	0%	0%	0%	2%	22%	77%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.



Ilustración 10-4: Expectativas Generales

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Se puede observar que existen altas expectativas por parte de los clientes, es decir un 77% están totalmente de acuerdo acerca del servicio que debería ofrecer la cooperativa, el 22% de usuarios está de acuerdo con los enunciados y el 1% se encuentra moderadamente de acuerdo, con cuyos datos se concluye que los clientes tienen expectativas altas.

4.1.3. *Nivel de percepciones de los usuarios acerca del servicio de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio*

Una vez definidas las expectativas del usuario, se determina el nivel de percepción, la aplicación de encuestas, en la que se consulta a los usuarios, cuando ven los servicios de la empresa, valorando así los factores. El elemento en cada dimensión. (Seguridad, Fiabilidad, Capacidad de

Respuesta, Empatía, Elementos Tangibles). A continuación, encontrará tablas y gráficos para las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, con su media y un desglose de cada dimensión.

Tabla 7-4: Percepciones en la dimensión de Seguridad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

SEGURIDAD	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Los colaboradores de la cooperativa atienden cortésmente a los usuarios?	13	74	142	34	33	74	29	399
2. ¿La cooperativa dispone de recursos para atender primeros auxilios? (botiquín, extintor, cinturones de seguridad, señalética)	15	55	132	54	61	67	15	399
3. ¿La cooperativa cumple con las normas de uso de la unidad? (no exceder la velocidad)	2	7	19	83	178	80	30	399
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte demuestran profesionalismo al brindar su servicio?	1	5	20	70	152	107	44	399
PROMEDIO	7.75	35.25	78.25	60.25	106	82	29.5	399
PORCENTAJE	2%	9%	19%	15%	27%	21%	7%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

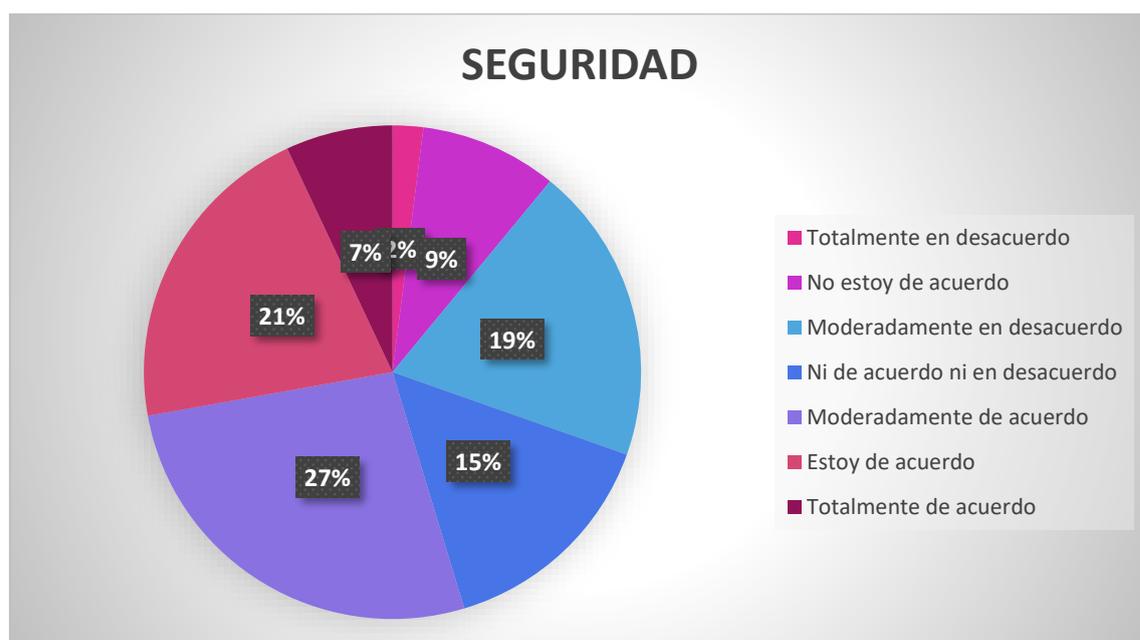


Ilustración 11-4: Percepción de la dimensión Seguridad

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Se observa que un 27% y un 19% de clientes se mostraron moderadamente de acuerdo y moderadamente en desacuerdo respectivamente, con la seguridad de la cooperativa de Transportes Chambo, esto incluye que no atienden cortésmente a los usuarios, de igual manera reafirman que no se sienten seguros ya que no cuentan con recursos para atender primeros auxilios, cabe recalcar que esta dimensión (Seguridad) es una de las dos con promedios más bajos, siendo su promedio 4,47 sobre 7.

Tabla 8-4: Percepciones en la dimensión de Fiabilidad de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

FIABILIDAD	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Las unidades de la empresa son confiables cumpliendo las normas de bioseguridad?	26	62	134	41	24	57	55	399
2. ¿El servicio ofrecido por la cooperativa Chambo, ha realizado bien su atención desde la primera vez?	2	5	14	47	203	101	27	399
3. ¿Está satisfecho con el servicio de transporte que le brindan?	0	3	18	59	171	117	31	399
4. ¿El conductor de la unidad respeta las señales de tránsito?	2	3	29	125	107	94	39	399
5. ¿El conductor de la unidad de transporte ofrece ayuda a las personas con capacidades especiales?	7	14	41	101	131	77	28	399
PROMEDIO	7.4	17.4	47.2	74.6	127.2	89.2	36.0	399
PORCENTAJE	2%	4%	12%	19%	32%	22%	9%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

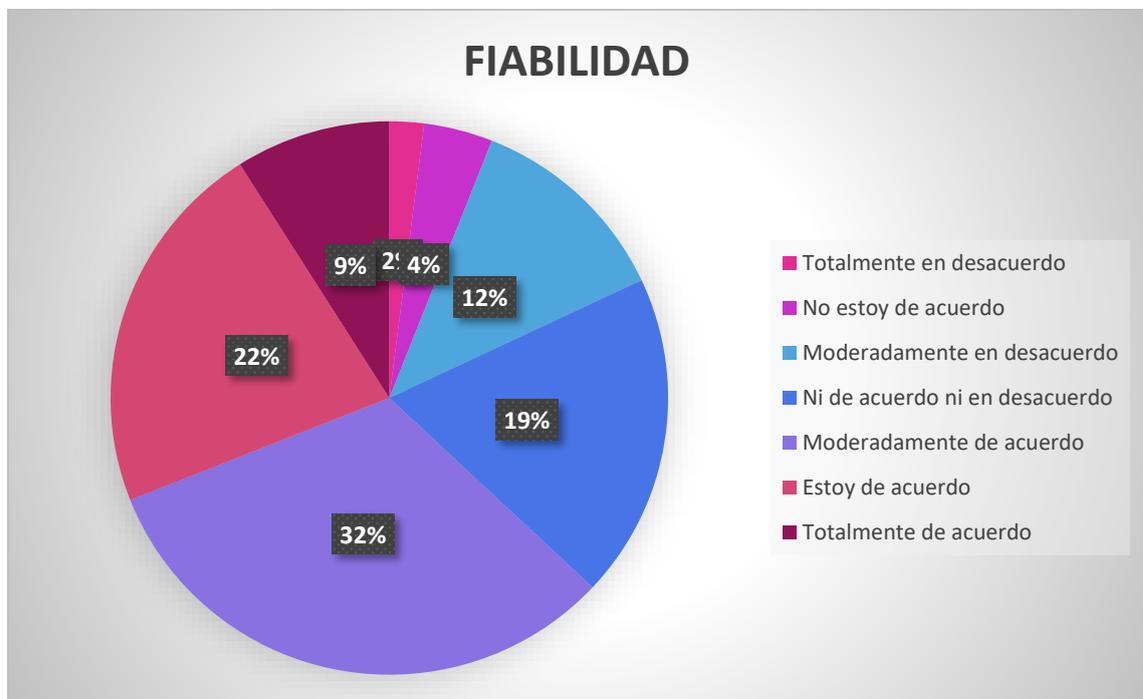


Ilustración 12-4: Percepción de la dimensión Fiabilidad

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: En esta dimensión se observa que el 32% y 22% de los usuarios que hacen uso de este servicio se sienten de acuerdo y moderadamente de acuerdo con el servicio que brinda la Cooperativa de Transportes Chambo, así mismo que el conductor respeta las señales de tránsito, sin embargo, se puede decir que el 19% de encuestados están y moderadamente en desacuerdo debido a que no se cumplen con los respectivos protocolos de bioseguridad.

Tabla 9-4: Percepciones en la dimensión de Capacidad de Respuesta de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿Se sintió cómodo mientras viajaba en la unidad de transporte?	0	4	17	28	147	120	83	399
2. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los usuarios? (carga de equipaje)	5	46	122	69	62	74	21	399
3. ¿La cooperativa cumple con los horarios establecidos para la partida de sus unidades?	0	6	24	69	146	122	32	399
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte están capacitados para solucionar problemas?	3	4	25	43	179	119	26	399
PROMEDIO	2	15	47	52.25	133.5	108.75	40.5	399
PORCENTAJE	1%	4%	12%	13%	33%	27%	10%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

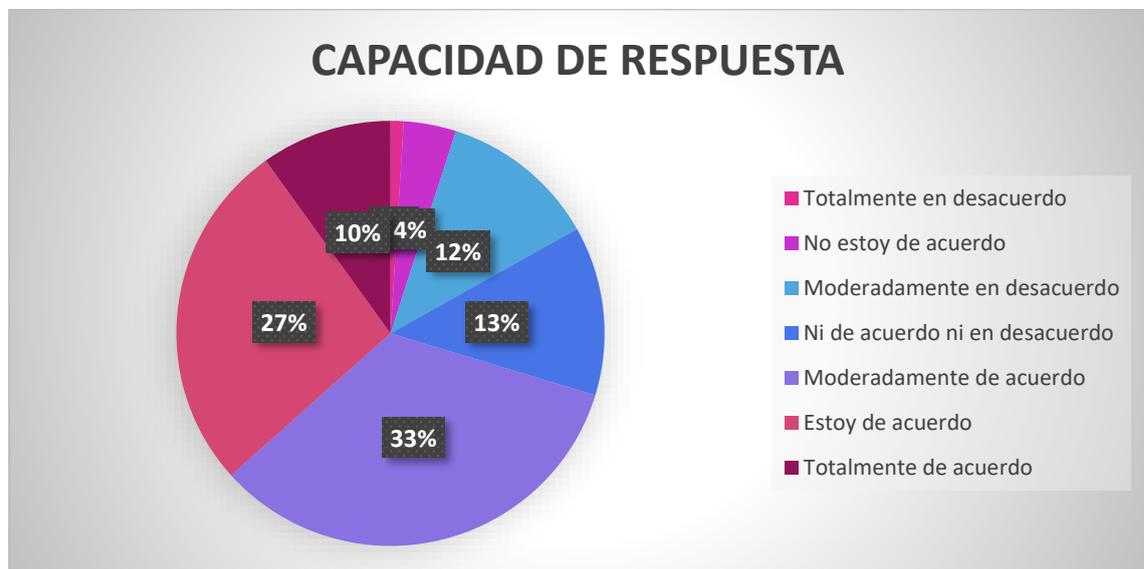


Ilustración 13-4: Percepción de la dimensión Capacidad de Respuesta

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: En el gráfico de esta dimensión se observa que el 33% y el 27% de los usuarios de la Cooperativa de Transportes Chambo de acuerdo y moderadamente de acuerdo que se sienten cómodos viajando en estas unidades ya que los usuarios están capacitados para solucionar problemas, sin embargo, se consideran que existe un desfase por parte de los colaboradores ya que no ayudan a los usuarios con la carga de equipaje.

Tabla 10-4: Percepciones en la dimensión de Empatía de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

EMPATÍA	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿La cooperativa se muestra atenta a las inquietudes de los clientes?	2	8	36	19	191	85	58	399
2. ¿La cooperativa Chambo tiene horarios convenientes de salida de sus unidades?	0	9	16	37	179	131	27	399
3. ¿Existe paciencia por parte del chofer y ayudante al momento de bajar de la unidad de transporte?	5	23	61	95	85	96	34	399
4. ¿Se respeta el cobro de las tarifas preferenciales? (tercera edad, personas con discapacidad, estudiantes)	2	11	42	103	100	104	37	399
5. ¿Existe respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa de transporte?	1	5	14	43	171	126	39	399
PROMEDIO	2.0	11.2	33.8	59.4	145.2	108.4	39.0	399
PORCENTAJE	1%	3%	8%	15%	36%	27%	10%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

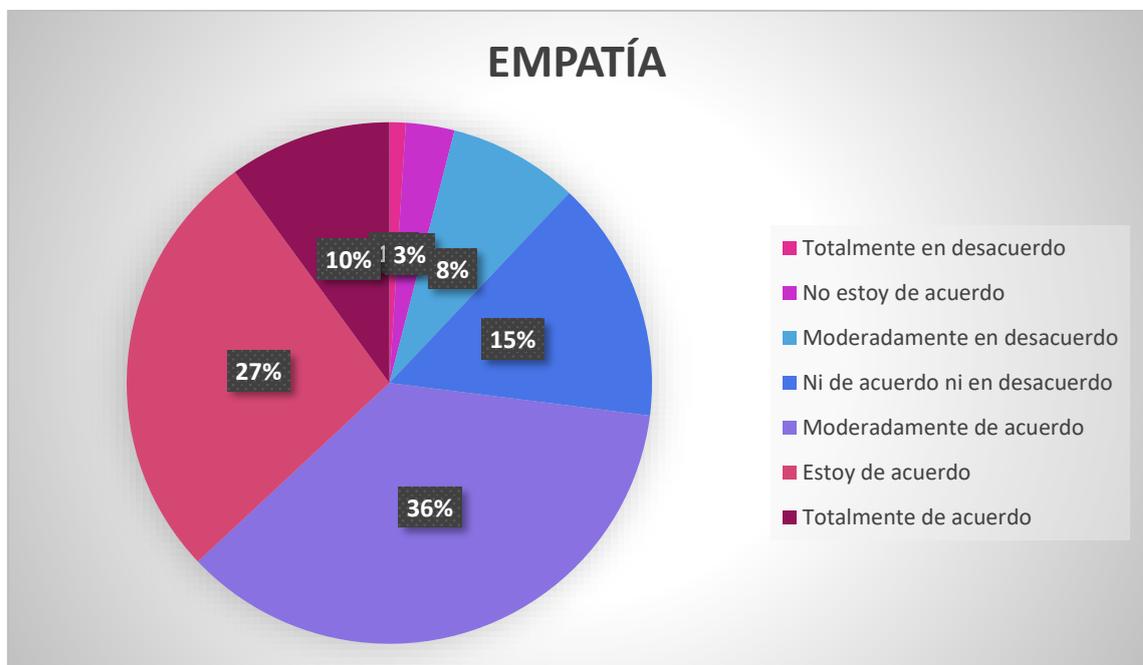


Ilustración 14-4: Percepción de la dimensión Empatía

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: En esta dimensión los usuarios del Transportes Chambo, están de acuerdo y moderadamente de acuerdo con un 27% y un 36% que existe respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa y que cuenta con los horarios de salidas de sus unidades, mismo que creen que son los más convenientes, a pesar de todo ello recalcan que no existe paciencia por parte del transportista y de los colaboradores de la cooperativa de transportes Chambo, así mismo tienen una satisfacción medianamente alta respecto a al respeto del cobro de tarificas.

Tabla 11-4: Percepciones en la dimensión de Elementos Tangibles de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7	Total
1. ¿La cooperativa cuenta con apoyabrazos en buen estado?	0	3	24	51	132	84	105	399
2. ¿La cooperativa cuenta con asientos en buen estado?	1	2	12	68	133	121	62	399
3. ¿La limpieza de las unidades son las adecuadas?	4	6	20	103	92	97	77	399
4. ¿La cooperativa cuenta con ventanas en buen estado?	3	3	18	69	130	98	78	399
PROMEDIO	2	3.5	18.5	72.75	121.75	100	80.5	399
PORCENTAJE	1%	1%	5%	18%	31%	25%	20%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

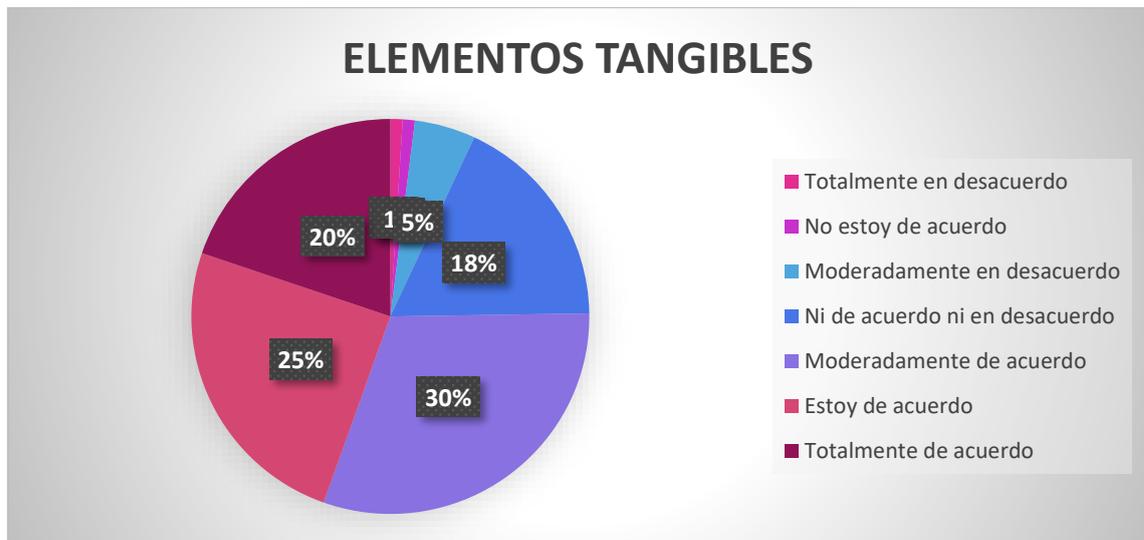


Ilustración 15-4: Percepción de la dimensión Elementos Tangibles

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Se observa que un 25% y un 31% de clientes se mostraron de acuerdo y modernamente de acuerdo respectivamente, con los elementos tangibles de la cooperativa de Transportes Chambo, esto incluye la limpieza, el estado de los apoyabrazos, asientos y ventanas de las unidades de la cooperativa con cuyos datos se puede señalar que el nivel de percepción en esta dimensión es elevado.

4.1.3.1. *Análisis general de las percepciones de los usuarios de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial Chambo*

Tabla 12-4: Percepciones en promedio de las cinco dimensiones de la calidad de servicio

DIMENSIÓN	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
Seguridad	2%	9%	19%	15%	27%	21%	7%	100%
Fiabilidad	2%	4%	12%	19%	32%	22%	9%	100%
Capacidad de respuesta	1%	4%	12%	13%	33%	27%	10%	100%
Empatía	1%	3%	8%	15%	36%	27%	10%	100%
Elementos tangibles	1%	1%	5%	18%	31%	25%	20%	100%
TOTAL	1.4%	4.2%	11.32%	16%	31.8%	24.4%	11.2%	100%

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

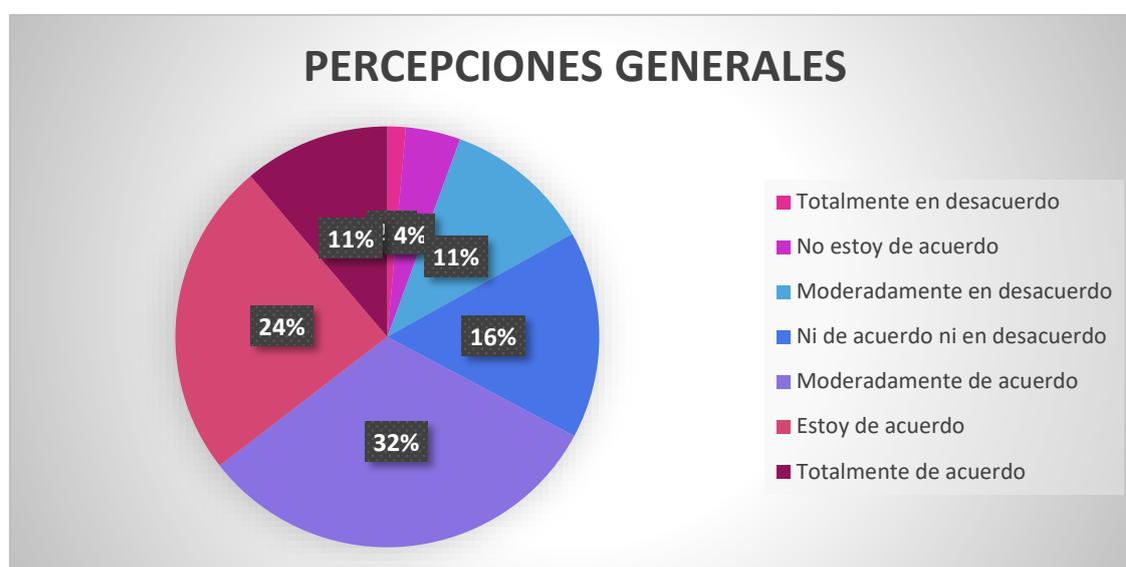


Ilustración 16-4: Percepciones generales

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Se muestra en conjunto el resumen de las percepciones de los clientes en general (seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles), como se puede observar la mayoría, es decir el 24.4 % y el 31.8 % se encuentran de acuerdo y moderadamente de acuerdo respectivamente, con lo cual se puede decir que los clientes tienen percepciones bajas del servicio brindado por la cooperativa.

- **Describir el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo respecto a las expectativas y percepciones**

Con la recolección de información obtenido por los usuarios se surge a analizar el nivel de satisfacción de los usuarios respecto a la metodología SERVQUAL para después realizar una propuesta y en sí plantear recomendaciones oportunas que accedan a su mejoramiento.

- **Brechas generales de las expectativas y percepciones de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo**

Para cumplir con nuestro objetivo se evaluaron las brechas de las cinco dimensiones de la calidad, obteniendo como base los resultados de las encuestas que se aplicaron a los usuarios de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, conociendo que Zeithaml y Bitner (2001, p. 55), dan a conocer que el punto central del modelo es la brecha, que se da por la disimilitud existente entre las expectativas y las percepciones de los usuarios del servicio de la cooperativa. Para el cálculo de estas, se tomó lo expresado en el modelo SERVQUAL considerando la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas se calcularon las brechas, provenientes de las percepciones menos las expectativas para cada ítem y dimensión.

La Tabla 13-4 muestra los resultados promedio de los 399 usuarios (tamaño de la muestra) de la cooperativa de Transportes Chambo, que respondieron el cuestionario.

En esta tabla, las preguntas se dividen en cinco dimensiones, de la siguiente manera:

- Seguridad: Preguntas 1-2-3-4
- Fiabilidad: Preguntas 5-6-7-8-9
- Capacidad de respuesta: Preguntas 10-11-12-13
- Empatía: Preguntas 14-15-16-17-18
- Elementos Tangibles: Preguntas 19-20-21-22

Tabla 13-4: Brechas existentes entre las expectativas y las percepciones de los clientes de la calidad de servicio

SEGURIDAD			
PREGUNTAS	PROMEDIO PERCEPCIÓN	PROMEDIO EXPECTATIVA	BRECHA
1. ¿Los colaboradores de la cooperativa atienden cortésmente a los usuarios?	3.85	6.91	-3.06
2. ¿La cooperativa dispone de recursos para atender primeros auxilios? (botiquín, extintor, cinturones de seguridad, señalética)	3.88	6.91	-3.03
3. ¿La cooperativa cumple con las horas de uso de la unidad? (no exceder la velocidad)	4.97	6.76	-1.79
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte demuestran profesionalismo al brindar su servicio?	5.17	6.75	-1.58
TOTAL	4.47	6.83	-2.37
FIABILIDAD			
PREGUNTAS	PROMEDIO PERCEPCIÓN	PROMEDIO EXPECTATIVA	BRECHA
5. ¿Las unidades de la empresa son confiables cumpliendo las normas de bioseguridad?	3.96	6.88	-2.92

6. ¿El servicio ofrecido por la cooperativa Chambo, ha realizado bien su atención desde la primera vez?	5.14	6.83	-1.69
7. ¿Está satisfecho con el servicio de transporte que le brindan?	5.19	6.7	-1.51
8. ¿El conductor de la unidad respeta las señales de tránsito?	4.93	6.69	-1.76
9. ¿El conductor de la unidad de transporte ofrece ayuda a las personas con capacidades especiales?	4.7	6.73	-2.03
TOTAL	4.78	6.77	-1.98
CAPACIDAD DE RESPUESTA			
PREGUNTAS	PROMEDIO PERCEPCIÓN	PROMEDIO EXPECTATIVA	BRECHA
10. ¿Se sintió cómodo mientras viajaba en la unidad de transporte?	5.53	6.77	-1.24
11. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los usuarios? (carga de equipaje)	4.11	6.82	-2.71
12. ¿La cooperativa cumple con los horarios establecidos para la partida de sus unidades?	5.13	6.72	-1.59
13. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte están capacitados para solucionar problemas?	5.14	6.7	-1.56
TOTAL	4.98	6.75	-1.78
EMPATÍA			
PREGUNTAS	PROMEDIO PERCEPCIÓN	PROMEDIO EXPECTATIVA	BRECHA
14. ¿La cooperativa se muestra atenta a las inquietudes de los clientes?	5.2	6.75	-1.55
15. ¿La cooperativa Chambo tiene horarios convenientes de salida de sus unidades?	5.22	6.75	-1.53
16. ¿Existe paciencia por parte del chofer y ayudante al momento de bajar de la unidad de transporte?	4.64	6.76	-2.12
17. ¿Se respeta el cobro de las tarifas preferenciales? (tercera edad, personas con discapacidad, estudiantes)	4.87	6.73	-1.86
18. ¿Existe respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa de transporte?	5.29	6.73	-1.44
TOTAL	4.98	6.75	-1.77
ELEMENTOS TANGIBLES			
PREGUNTAS	PROMEDIO PERCEPCIÓN	PROMEDIO EXPECTATIVA	BRECHA
19. ¿La cooperativa cuenta con apoyabrazos en buen estado?	5.47	6.67	-1.2
20. ¿La cooperativa cuenta con asientos en buen estado?	5.36	6.65	-1.29
21. ¿La limpieza de las unidades son las adecuadas?	5.19	6.78	-1.59
22. ¿La cooperativa cuenta con ventanas en buen estado?	5.32	6.67	-1.35
TOTAL	5.34	6.69	-1.36

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

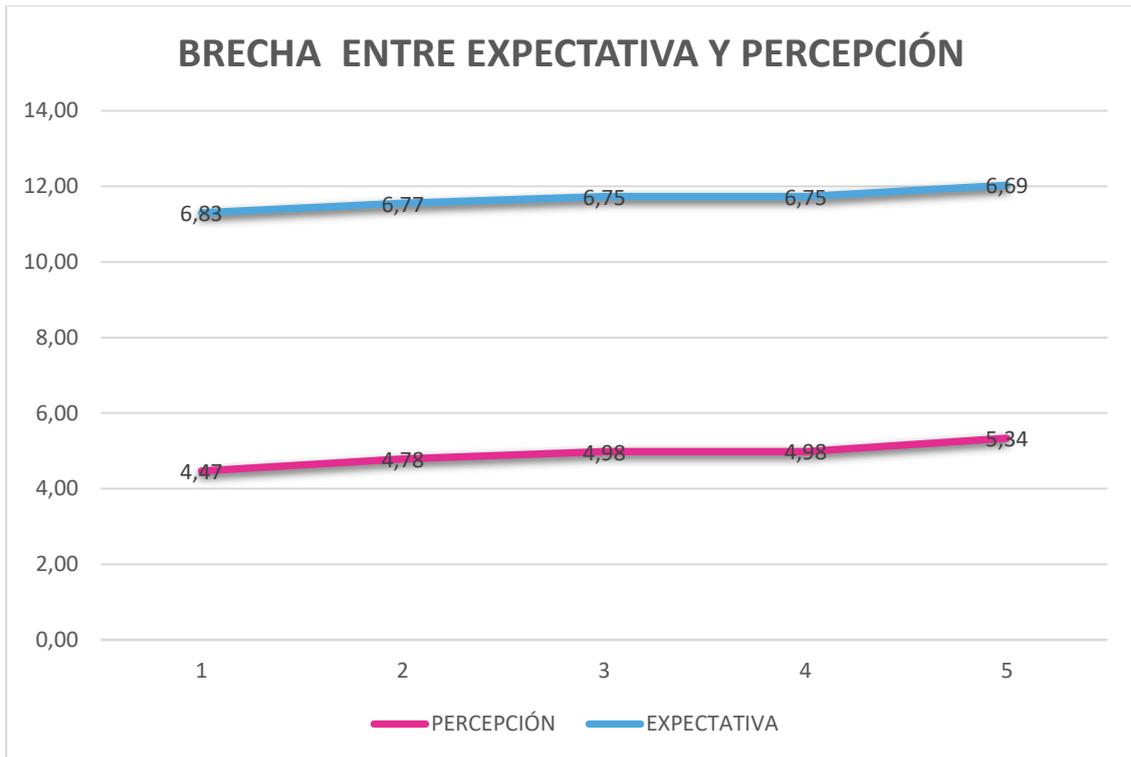


Ilustración 17-4: Brecha entre expectativa y percepción

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

Análisis e Interpretación: Como se aprecia en el análisis el componente que poseen brechas negativas son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía es decir que no se cumple con las expectativas de los usuarios, como en los criterios que lo conforma.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Título

Propuesta de un plan de mejoras de la calidad de servicio para la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, en la provincia de Chimborazo período 2022; aplicando el modelo SERVQUAL.

5.2. Objetivos

5.2.1. *Objetivo General*

Diseñar un plan de mejoras basado en el modelo SERVQUAL aplicado al servicio de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, en la provincia de Chimborazo

5.2.2. *Objetivos Específicos*

- Desarrollar indicadores para medir la calidad
- Conocer las necesidades de los usuarios que hacen uso de las unidades de la cooperativa Chambo
- Mejorar la calidad del desarrollo interno de la cooperativa para lograr cumplir con los requisitos que dan a conocer los usuarios.

5.3. Antecedente de la propuesta

Para alcanzar un servicio de calidad y que el usuario se sienta satisfecho se realizó un estudio mismo que se identificó la necesidad de mejorar las dimensiones de seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles detallando criterios como colaboradores dispuestos ayudar, que sean comunicativos, sus instalaciones sean agradables, entre otros.

5.4. Justificación

Es necesario un plan de mejoras porque se pretende desarrollar las actitudes y conocimientos de los colaboradores sobre su capacidad, es importante su cognición y postura porque son los principales activos de la cooperativa, su eficacia y atención al usuario dependen de la calidad

percibida por el cliente. Los colaboradores motivados que trabajan en equipo son esenciales, ya que es la base de las organizaciones exitosas que respalda sus logros, ayuda a recuperar sus fortalezas, minimiza sus debilidades y, por lo tanto, mejora la gestión, la esencia de una fuerza de trabajo motivada radica en la calidad de sus actitudes hacia ellos en sus relaciones personales con los funcionarios, en la confianza, el respeto, también es importante el entorno de trabajo y la medida en que se facilita o se dificulta el trabajo de cada persona.

5.5. Propuesta

5.5.1. Seguridad

- Los colaboradores deben mostrar su educación
- Las unidades de transporte de la cooperativa deben poseer recursos para atender primeros auxilios
- Los usuarios deben notar la seguridad que brindan los colaboradores al momento de cumplir con las normas de uso de la unidad
- Los colaboradores deben ser bien formados como profesionales

5.5.2. Fiabilidad

- La cooperativa debe cumplir con las normas de bioseguridad
- Realizar bien el servicio desde la primera
- Los usuarios deben confiar en la cooperativa al brindar un buen servicio
- Los colaboradores deben cumplir con las señales de tránsito
- Los colaboradores deben mostrar interés para ayudar a las personas con capacidades especiales

5.5.3. Capacidad de respuesta

- Los usuarios deben estar satisfechos con el servicio brindado
- Los colaboradores deben ofrecer un servicio rápido
- La cooperativa debe dar cumplimiento al tiempo de los viajes
- Los colaboradores deben dar una respuesta rápida al presentarse algún problema

5.5.4. Empatía

- Los colaboradores deben estar prestos a solventar inquietudes de los usuarios

- Debería existir un horario conveniente para los usuarios por parte de la cooperativa
- Los colaboradores deben tener cierta consideración con los usuarios al momento de descender de la unidad
- Debería existir una preocupación por los intereses de los usuarios respecto al cobro de las tarifas preferenciales
- Los colaboradores deben mostrar amabilidad a sus usuarios para que se sientan seguros

5.5.5. Elementos tangibles

- La cooperativa debería tener equipos de aspecto moderno
- Las instalaciones físicas de la cooperativa deberían ser atractivas
- Los colaboradores deben tener una imagen pulcra
- La limpieza de las unidades debería ser las adecuadas

Tabla 1-5: Diseño Operativo de la Propuesta

Objetivo	Estrategia	Líneas de actuación	Indicador	Meta	Responsable
Fortalecer la seguridad de la cooperativa	Estrategia de seguridad	Diseñar Protocolos del servicio al usuario	# de protocolos diseñados	Diseñar un documento de protocolo sobre seguridad	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
		Contar con una aplicación que permita identificar la velocidad con la que transitan los conductores	# de aplicaciones instaladas / # total de unidades de la cooperativa	Instalar la aplicación en el 100% todas las unidades de la cooperativa Chambo cumpliendo	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
Fortalecer la fiabilidad de la cooperativa	Estrategia de fiabilidad	Motivación y reconocimiento de los colaboradores	(# de encuestas a colaboradores / # total de colaboradores de la cooperativa) x 100	Encuestar al 100% a los colaboradores de la cooperativa	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
		Guías de bioseguridad para atención al usuario	(# de guías de bioseguridad que se va a colocar en las unidades / # total de	Colocar una guía de bioseguridad en cada unidad de la cooperativa cumpliendo el 100%	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

			unidades de la cooperativa) x 100		
Fortalecer capacidad de respuesta de la cooperativa	Estrategia de capacidad de respuesta	Contratar colaboradores (cobradores)	(# de colaboradores contratados (cobradores) / # total de unidades) x 100	Cada unidad debe contar con al menos un colaborador	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
		Estrategias para el cumplimiento de horarios establecidos	(# de asistentes a la socialización de estrategias / # total de socios) x 100	Socializar las estrategias a los 21 socios	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
Fortalecer la empatía de la cooperativa	Estrategia de empatía	Plantear una vía de comunicación eficaz mediante sugerencias y quejas	(Cantidad de quejas resueltas / Cantidad de quejas recibidas) x 100	Brindar respuesta al 100 % de las quejas recibidas	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
Fortalecer los elementos tangibles de la cooperativa	Estrategia de elementos tangibles	Compra, instalación y revisión de kits de seguridad	(# de buses que cuenta con un kit de seguridad / # total de buses de la cooperativa) x 100	100% de los vehículos equipados con kits de seguridad	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
		Protocolo de limpieza y desinfección para el transporte público	# de protocolos diseñados	Diseñar un documento de protocolo sobre limpieza y desinfección	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

5.5.6. Estrategias

5.5.6.1. Diseñar Protocolos del servicio al usuario

- Línea de comunicación que responda las inquietudes de los clientes, sin contratiempos.
- Fortalecer a los colaboradores en atención al cliente

5.5.6.2. *Capacitación de Tránsito y Seguridad Vial*

- Actuación con los clientes

5.5.6.3. *Herramienta o aplicación para identificar la velocidad con la que transitan los conductores*

- Estrategias de conducción segura
- Instalación de la aplicación
- Capacitación de los colaboradores acerca de la aplicación velocímetro GPS

5.5.6.4. *Motivación y reconocimiento de los colaboradores*

Las personas que laboran para la empresa e interactúan con sus usuarios necesitan mantenerse motivadas, ya que sin duda son un factor importante para lograr los objetivos de la empresa.

- **Mostrar atención a los colaboradores:** permitiendo que den su aporte o sugerencias acerca de las decisiones que se necesita tomar es importante involucrarlos en estos procesos, esto ayudara a que se comprometan y muestren fidelidad a la cooperativa
- **Recompensas:** un incentivo importante puede ser el dinero especificando las expectativas ofrecidas
- **Reconocimiento de éxito:** si los colaboradores ayudan a mejorar de calidad de la cooperativa se podría dirigir a ellos mostrando su orgullo y palabras de felicitaciones.

5.5.6.5. *Guías de bioseguridad para atención al usuario*

Contar y conocer los protocolos de bioseguridad en las unidades de transporte:

- Protocolos de bioseguridad
- Implementar kits de bioseguridad
- Se debe realizar un seguimiento de las actividades

5.5.6.6. *Ingresar colaboradores (cobradores)*

- Ahorro de tiempo en espera y carga de equipaje
- Seguridad en el viaje

5.5.6.7. Estrategias para el cumplimiento de horarios establecidos

- Planificación de actividades
- Cumplimiento de cronograma de trabajo
- Control de actividades

5.5.6.8. Plantear una vía de comunicación eficaz mediante sugerencias y quejas

- Podrían formular los usuarios de la cooperativa
- Se desea que no sean anónimas
- Se llenará de manera escrita el formulario

5.5.6.9. Incentivar a los colaboradores del transporte

- Reconocimientos públicos
- Mecanismo de crecimiento profesional
- Tarjetas de agradecimiento personales
- Incentivos por méritos de desenvolvimiento

5.5.6.10. Compra, instalación y revisión de kits de seguridad

Elaboración y creación de 21 kits de seguridad para la cooperativa Chambo.

- Cinturones de seguridad
- Cámaras de vigilancia
- Señaléticas de seguridad
- Kits de carretera

Tabla 2-5: Estrategias establecidas para el desarrollo de la propuesta

ESTRATEGIA	OBJETIVO	BENEFICIARIOS	TEMA	CONTENIDO MINIMO	METODOLOGÍA	RESPONSABLE
Diseñar Protocolos del servicio al usuario	Crear protocolos del servicio al usuario es ayudar a los colaboradores a cómo deben actuar con los usuarios.	21 socios de la cooperativa Chambo	Crear protocolos del servicio al usuario	Línea de comunicación que responda las preguntas y quejas de los clientes, sin contratiempos.	Preguntas que abordara el protocolo Capacitaciones cognitivas y técnicas participativas activas	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Fortalecer a los colaboradores de atención al cliente		
			Capacitación de Tránsito y Seguridad Vial	Actuación con los clientes		
Aplicación para identificar la velocidad con la que transitan los conductores.	Implementar un velocímetro GPS	21 unidades de la cooperativa Chambo	Estrategias de conducción segura	Instalación de la aplicación	Tecnología aplicada a cada una de las unidades	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Capacitación de colaboradores de la aplicación Velocímetro GPS		
Motivación y reconocimiento del personal	Todos los colaboradores deberían estar a gusto con el trabajo que realizan	21 socios de la cooperativa Chambo	Estrategia de Fiabilidad	Mostrar atención a los colaboradores	Plan de desarrollo	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Recompensas		
				Reconocimiento de éxito		
Guías de bioseguridad para atención al usuario	Estimula la capacidad de persuasión, generando confianza	21 unidades de la cooperativa Chambo	Contar y conocer los protocolos de bioseguridad en las unidades de transporte	Protocolos de bioseguridad	Trípticos	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

	en los demás y la capacidad de liderazgo			Implementar kits de bioseguridad		
				Se debe realizar un seguimiento de las actividades		
Ingresar colaboradores	Mejorar la eficiencia y satisfacción para el usuario	21 unidades de la cooperativa Chambo	Mejorar la capacidad de respuesta de los colaboradores	Ahorro de tiempo en espera y carga de equipaje	Reclutamiento del personal	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Seguridad en el viaje		
Estrategias para el cumplimiento de horarios establecidos	Los colaboradores de la cooperativa deberían cumplir sus horarios establecidos de forma permanente	21 socios de la cooperativa Chambo	Cumplimiento de horarios laborales	Planificación de actividades	Ficha de cumplimiento laboral	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Cumplimiento de cronograma de trabajo		
				Control de actividades		
Plantear una vía de comunicación eficaz mediante sugerencias y quejas	La cooperativa debería tener conocimiento acerca de sugerencias y quejas por parte de los usuarios	21 socios de la cooperativa Chambo Todos los usuarios que hacen uso del servicio	Buzón de sugerencias y quejas	Podrían formular los usuarios de la cooperativa	Colocar un buzón en las instalaciones de la cooperativa	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Se desea que no sean anónimas		
				Se llenará de manera escrita el formulario		
Incentivar a los colaboradores del transporte	Los colaboradores deben sentir un ambiente laboral agradable para cumplir con sus funciones	21 socios de la cooperativa Chambo	Incentivo a los colaboradores	Reconocimientos públicos	Socialización	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Mecanismo de crecimiento profesional		
				Tarjetas de agradecimiento personales		
				Incentivos por méritos de desenvolvimiento		
Protocolo de limpieza y desinfección para el transporte público	Crear protocolos de limpieza y desinfección para que las unidades de la cooperativa se	21 unidades de la cooperativa Chambo	Crear protocolo de limpieza y desinfección	Acción de prevención, limpieza y desinfección	Desinfección diaria de las unidades	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo

	encuentren presentables para los usuarios					
Compra, instalación y revisión de kits de seguridad	Implementar un sistema de seguridad con cámaras, cinturones y señaléticas de seguridad para mejorar la seguridad de la Cooperativa de transportes Chambo	21 unidades de la cooperativa Chambo	Compra, instalación y revisión de kits de seguridad	Cinturones de seguridad	Tecnología y herramientas de seguridad	Gerente de la cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo
				Cámaras de vigilancia		
				Señaléticas de seguridad		
				Kits de carretera		

Realizado por: Yerovi Joselyn y Arroyo Mariela, 2022.

CONCLUSIONES

- Aplicando el modelo SERVQUAL analizamos que en la brecha final de seguridad es -2,37 lo cual es el resultado más bajo, seguido de fiabilidad con -1,98 después está la dimensión de capacidad de respuesta con -1,78, empatía dio como resultado -1,77 y elementos tangibles con un resultado de -1,36 entre expectativas y percepciones de los usuarios de la cooperativa, se pudo determinar que la garantía que brindan es deficiente ya que no cumplen con las del cliente.
- Al finalizar el estudio se cumplió los objetivos establecidos, se pudo diagnosticar la situación actual de la Cooperativa Interprovincial Chambo a través del resultado de las brechas de cada una de las dimensiones analizadas que son la seguridad, empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles respecto a la calidad de servicio, se logró conocer las expectativas y percepciones de los usuarios por lo cual se propuso estrategias de mejora para la empresa.
- Para mejorar la calidad de servicio realizamos una propuesta de plan de mejoras basadas en cada una de las dimensiones del modelo SERVQUAL, donde las estrategias planteadas nos permiten perfeccionar las deficiencias encontradas de la cooperativa a un 100%.

RECOMENDACIONES

- Conocer opiniones del usuario con más frecuencia por medio de encuestas directas, breves y prácticas con el fin de percibir sus expectativas y percepciones del servicio y así verificar si están satisfechos o no, esto va a permitir manifestar a la cooperativa sus deficiencias las cuales podrán ser tomadas como oportunidades de mejora en bien de ésta.
- Se debe elaborar una investigación constante para medir la calidad de servicio basada en la expectativa del usuario y lo que recibe de la empresa, debe enfocarse en mejorar las percepciones de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL.
- Considerar el plan de mejoras que se plantea con las estrategias de solución basadas en el modelo SERVQUAL y en la teoría de expectativas para mejorar la calidad de servicio de la cooperativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Almora, C. (2021). *Modelo de Abell*. Recuperado de: <https://marketinggenerators.com/es/modelos-de-marketing/modelo-abell-hammond/>.
- Álvarez, M. & Martínez, F. (2014). *Operacionalización de variables*. Recuperado de: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/57883>
- Barrera, O. (2010). *Rediseño de los procedimientos administrativos de la empresa cooperativa de transporte interprovincial de pasajeros ciudad de Piñas de la Provincia de El Oro, para mejorar la calidad de los servicios que ofrece a los usuarios* (Tesis de Pregrado, Universidad Técnica Particular de Loja). Recuperado de: <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/987/3/658X4638.pdf>
- Castañeda, S. (2022). *¿Qué es la calidad de servicio? concepto, tipos y medición*. Recuperado de: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/>
- Chávez, C., Quezada, R., & Tello, D. (2017). *Calidad en el servicio en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú* (Tesis de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9587>
- De la casa al trabajo. (2018). *Definición de Transporte Público*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/delacasaaltrabajo/p001>
- Diana, M. (2012). Measuring the satisfaction of multimodal travelers for local transit services in different urban contexts. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 46(1), 1-11. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2011.09.018>
- Domínguez, V. (2017). *Plan de mejora de la calidad en el servicio de la modalidad de taxi convencional en el cantón Guano-Provincia de Chimborazo* (Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espech.edu.ec/handle/123456789/8031>.
- Eduarte, A. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*, 7(1), 41-44. Recuperado de: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12591999000100006&lng=en&nrm=iso&tlng=es

- Efficy. (2018). *Satisfacción del cliente: ¿qué es? ¿cómo gestionarla?* Recuperado de: <https://www.efficacy.com/es/satisfaccion-del-cliente-definicion-historia-retos-y-estrategia/>
- Espinoza, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, 15(69), 171-180.
- Euroinnova. (2021). *Que es la calidad de un servicio*. Recuperado de: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-calidad-de-un-servicio>
- Febres, R. & Mercado, M. (2020). Satisfacción del usuario del servicio de medicina interna sobre la calidad de atención en el Hospital Daniel Alcides Carrión, Huancayo – Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(3), 397-403. Recuperado de: <https://doi.org/10.25176/RFMH.v20i3.3123>
- Gaya, C., Navas, R. & Pérez, M. (2013). *Técnicas de mejora de la calidad*. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=eKMOLUKeIr0C&oi=fnd&pg=PP1&dq=Mejora+de+la+calidad+&ots=oTcOZjMAkI&sig=Teu43qiB3jbM8FzPypCWI BOowIE#v=onepage&q=Mejora%20de%20la%20calidad&f=false
- González, M., Martínez, V., Sánchez, R., Ramos, J. & Peiró, J. (2009). Un análisis transnivel de las relaciones de la calidad de servicio y la confirmación de expectativas con la satisfacción de los usuarios. *Psicothema*, 21(3), 421-426.
- Heredia, J. (2015). *Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrando variables latentes*. Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/54821>.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta)*. México D.F.: Industria Editorial Mexicana.
- Martínez, A. (2015). *¿Qué es Cliente?* Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 1(34), 181-209. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

- Molinero, M. & Sánchez, A. (1998). *Transporte Público—Molinero Molinero, Sánchez Arellano*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/174341864/Transporte-Publico-Molinero-molinero-Sanchez-Arellano>
- Mora, J. & Natera, G. (2001). Expectativas, consumo de alcohol y problemas asociados en estudiantes universitarios de la ciudad de México. *Salud Pública de México*, 43(2), 89-96.
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, 4(4), 35-48.
- Morocho, M. & Plaza, M. (2016). *Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda.* (Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6804>
- Muñoz, M., Llamuca, J., Limaico, P. & Padilla, J. (2019). Modelos matemáticos y la calidad del servicio aplicados al transporte urbano en Riobamba. *Ciencia Digital*, 3(2.2), 146-160. Recuperado de: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i2.2.466>
- Ngatia, G., Fumihiko, N. & Toshiyuki, O. (2010). The Structure of Users' Satisfaction on Urban Public Transport Service in Developing Country: The Case of Nairobi. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8(1), 1288-1300. Recuperado de: https://www.jstage.jst.go.jp/article/easts/8/0/8_0_1288/_pdf/-char/en
- Ochoa, S. & Moreno, I. (2009). *Proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de transportación interprovincial. Análisis de la ruta Guayaquil-Salitre-Vinces* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral). Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/1444>
- Pérez, A., Rodríguez, A. & Molina, M. (2002). Factores Determinantes de la Rentabilidad Financiera de las Pymes. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 31(112), 395-429. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/02102412.2002.10779452>
- Portilla, Á., Zamanillo, Á., Dell'Olio, L. & Antón, F. (2004). Modelo de optimización de un sistema de transporte público urbano considerando el tráfico en la ciudad. *Carreteras*:

Revista técnica de la Asociación Española de la Carretera, 1(134), 19-28. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=973724>

Pozo, J. (2020). *Satisfacción del cliente. ¿Qué es y cómo medirla?* Recuperado de: <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>

Quiroa, M. (2021). *Cliente*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Reyna, F., Borja, G., & Mayorga, L. (2019). La calidad en el servicio al cliente: Factor de éxito de las empresas. *Opuntia Brava*, 11(4), 268-278.

Rodríguez, J. (2021). *¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas*. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

Sánchez, Ó. & Romero, J. (2010). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: Estudio de caso de la ciudad de Toluca, México. *Economía, sociedad y territorio*, 10(32), 49-80.

Sejzer, R. (2015). *Calidad Total: ¿Calidad o Percepción de la Calidad?* Recuperado de: <http://ctcalidad.blogspot.com/2015/09/calidad-o-percepcion-de-la-calidad.html>

Sitel Group. (2021). *Cinco pasos para gestionar las expectativas de los clientes*. Recuperado de: <https://www.sitel.com/es/blog/5-pasos-para-gestionar-las-expectativas-de-los-clientes/>

Spiegato. (2021). *¿Cuál es la diferencia entre transporte público y privado?* Recuperado de: <https://spiegato.com/es/cual-es-la-diferencia-entre-transporte-publico-y-privado>

Stradling, S., Anable, J. & Carreno, M. (2007). Performance, importance and user disgruntlement: A six-step method for measuring satisfaction with travel modes. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 41(1), 98-106. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2006.05.013>

Sullivan, P. (1998). *Profiting from Intellectual Capital: Extracting Value from Innovation*. Washington D.C.: John Wiley & Sons.

- Tejada, J. (2002). El Transporte Colectivo Urbano: Aplicación del Enfoque de Sistemas para un mejor Servicio. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 12(34), 285-302.
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Villanueva, J., & Palermo, K. (2005). *Percepción del Usuario del Transporte Colectivo sobre la Calidad del Servicio Ofrecido por la AMA* (Tesis de Posgrado, Universidad de Puerto Rico). Recuperado de: http://academic2.uprm.edu/uprati/interns/group1_final_reports/jaritcely.pdf
- Vique, J. (2019). *Propuesta de un modelo de mejoramiento de la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del transporte público y comercial del cantón Chambo, provincia de Chimborazo* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11473/1/112T0108.pdf>
- Wiki EOI. (2012). Calidad. Definiciones y evolución en Proyectos de negocio. Recuperado de: https://www.eoi.es/wiki/index.php/Calidad._Definiciones_y_evoluci%C3%B3n_en_Proyectos_de_negocio
- Zeithaml, V. & Bitner, M. (2001). *Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Recuperado de: <http://www.marcialpons.es/libros/marketing-de-servicios/9789701033258/>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Recuperado de: https://www.academia.edu/29423776/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_GESTI%C3%93N_DE_SERVICIOS



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo conocer información referente a la percepción de calidad que tiene el usuario del transporte público que funciona en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una encuesta por favor indíquenos su apreciación sobre el servicio que brinda la empresa de transporte Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, significando 1 que está completamente en desacuerdo y 7 que está completamente de acuerdo, si su decisión no es muy definida elija uno de los números intermedios.

Género: Femenino () Masculino ()
Edad: 15 a 25 años () 26 a 36 años () 37 a 47 años () 48 a 58 años () Más de 59 años ()
Estado civil: Soltero () Casado () Divorciado () Viudo () Otro ()
Lugar de residencia: Chambo () Riobamba () Otra ciudad ()

DIMENSIONES	ESCALA						
	1	2	3	4	5	6	7
Seguridad							
1. ¿Los colaboradores de la cooperativa atienden cortésmente a los usuarios?							
2. ¿La cooperativa dispone de recursos para atender primeros auxilios? (botiquín, extintor, cinturones de seguridad, señalética)							
3. ¿La cooperativa cumple con las normas de uso de la unidad? (no exceder la velocidad)							
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte demuestran profesionalismo al brindar su servicio?							
Fiabilidad	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿Las unidades de la empresa son confiables cumpliendo las normas de bioseguridad?							
2. ¿El servicio ofrecido por la cooperativa Chambo, ha realizado bien su atención desde la primera vez?							

3. ¿Está satisfecho con el servicio de transporte que le brindan?							
4. ¿El conductor de la unidad respeta las señales de tránsito?							
5. ¿El conductor de la unidad de transporte ofrece ayuda a las personas con capacidades especiales?							
Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿Se sintió cómodo mientras viajaba en la unidad de transporte?							
2. ¿Los colaboradores ofrecen un servicio rápido a los usuarios? (carga de equipaje)							
3. ¿La cooperativa cumple con los horarios establecidos para la partida de sus unidades?							
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte están capacitados para solucionar problemas?							
Empatía	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿La cooperativa se muestra atenta a las inquietudes de los clientes?							
2. ¿La cooperativa Chambo tiene horarios convenientes de salida de sus unidades?							
3. ¿Existe paciencia por parte del chofer y ayudante al momento de bajar de la unidad de transporte?							
4. ¿Se respeta el cobro de las tarifas preferenciales? (tercera edad, personas con discapacidad, estudiantes)							
5. ¿Existe respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa de transporte?							
Elementos tangibles	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿La cooperativa cuenta con apoyabrazos en buen estado?							
2. ¿La cooperativa cuenta con asientos en buen estado?							
3. ¿La limpieza de las unidades son las adecuadas?							
4. ¿La cooperativa cuenta con ventanas en buen estado?							

ANEXO B: ENCUESTA DE EXPECTATIVA DE CALIDAD

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo conocer información referente a la expectativa de calidad que tiene el usuario del transporte público que funciona en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo.

Indicaciones: A continuación, se le presenta una encuesta por favor indíquenos su apreciación sobre el servicio que brinda la empresa de transporte Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, significando 1 que está completamente en desacuerdo y 7 que está completamente de acuerdo, si su decisión no es muy definida elija uno de los números intermedios.

DIMENSIONES	ESCALA						
	1	2	3	4	5	6	7
Seguridad							
1. ¿Ud. esperaría que los colaboradores de la cooperativa atienden cortésmente a los usuarios?							
2. ¿Ud. esperaría que la cooperativa disponga de recursos para atender primeros auxilios? (botiquín, extintor, cinturones de seguridad, señalética)							
3. ¿La cooperativa debería cumplir con las normas de uso de la unidad? (no exceder la velocidad)							
4. ¿Ud. esperaría que los colaboradores de la cooperativa de transporte demuestren profesionalismo al brindar su servicio?							
Fiabilidad	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿Ud. esperaría que las unidades de la empresa sean confiables cumpliendo las normas de bioseguridad?							
2. ¿Ud. esperaría que el servicio ofrecido por la cooperativa Chambo, deba realizar bien su atención desde la primera vez?							
3. ¿Ud. estaría satisfecho con el servicio de transporte que le brinden?							
4. ¿Ud. esperaría que el conductor de la unidad respete las señales de tránsito?							

5. ¿Ud. esperaría que el conductor de la unidad de transporte ofreciera ayuda a las personas con capacidades especiales?							
Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿Ud. esperaría sentirse cómodo mientras viaja en la unidad de transporte?							
2. ¿Ud. esperaría que los colaboradores ofrezcan un servicio rápido a los usuarios? (carga de equipaje)							
3. ¿La cooperativa debería cumplir con los horarios establecidos para la partida de sus unidades?							
4. ¿Los colaboradores de la cooperativa de transporte deberían estar capacitados para solucionar problemas?							
Empatía	1	2	3	4	5	6	7
1. ¿La cooperativa se debería mostrar atenta a las inquietudes de los clientes?							
2. ¿La cooperativa Chambo debería tener horarios convenientes de salida de sus unidades?							
3. ¿Ud. esperaría que exista paciencia por parte del chofer y ayudante al momento de bajar de la unidad de transporte?							
4. ¿Ud. esperaría que se respete el cobro de las tarifas preferenciales? (tercera edad, personas con discapacidad, estudiantes)							
5. ¿Debería existir respeto por parte de los funcionarios de la cooperativa de transporte?							
Elementos tangibles	1	2	3	4	5	6	7
5. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con apoyabrazos en buen estado?							
6. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con asientos en buen estado?							
7. ¿La cooperativa debería cumplir con una limpieza adecuada para las unidades?							
8. ¿Ud. esperaría que la cooperativa cuente con ventanas en buen estado?							

ANEXO D: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO

	<p>ESCUELA SUPERIOR PÓLITECNICA DE CHIMBORAZO</p>	
<p>Proyecto: “PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL CHAMBO, EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2022; APLICANDO EL MODELO SERVQUAL”</p>		
<p>Objetivo: Analizar la situación administrativa actual en la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo, en la provincia de Chimborazo.</p>		
<p>Dirigido: presidente de la Cooperativa de Transporte Terrestre Interprovincial Chambo.</p>		
<p>Instrucciones: Es un placer dirigirme a usted con la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración para responder la presente entrevista</p>		
<p>Lugar: Instalaciones de la Cooperativa</p>	<p>Fecha: 2022</p>	<p>Tiempo: 60min</p>
<p>#</p>	<p>Pregunta</p>	<p>Respuesta</p>
<p>1</p>	<p>¿Cree usted que la cooperativa es actualmente efectiva brindando su servicio a la ciudadanía?</p>	<p>Por supuesto siempre estamos brindando el mejor servicio, siempre abalizados de las rutas y frecuencias que tenemos disponibles.</p>
<p>2</p>	<p>¿Con que frecuencia se realizan actividades para mejorar la atención al usuario?</p>	<p>Capacitaciones 2 veces al año, servicio al cliente, leyes de tránsito y primeros auxilios.</p>
<p>3</p>	<p>¿Cómo pueden mejorar la experiencia del usuario acerca del servicio?</p>	<p>Siempre prestando el mejor servicio y atención y siempre prestos a escuchar cualquier inquietud de los usuarios.</p>
<p>4</p>	<p>¿Considera que la cooperativa satisface las necesidades del usuario?</p>	<p>Nosotros como operadora damos cumplimiento a lo estipulado por la ley en nuestro contrato de operación.</p>

5	¿Cuál es la calidad de la información sobre el servicio brindado por los colaboradores?	Siempre mantenerlos en constante capacitación para que brinden un excelente servicio.
6	En general, ¿qué tan satisfecho está con esta cooperativa en el ámbito laboral?	La verdad me siento satisfecho con la institución ya que siempre nos manejamos con los estatutos y reglamentos que rige en la operadora.
7	¿Cuál es el aspecto o aspectos que mejoraría en su experiencia acerca de la cooperativa?	Siempre tener diálogos con los socios y colaboradores de la institución.
8	¿Qué acciones ha realizado la empresa para mejorar la calidad del servicio?	Estar en constante capacitación en servicio al cliente y mejorando el parque automotor.
9	¿Las estrategias que se plantean en la Cooperativa, ayudan a desarrollar la efectividad en el desempeño de estos?	Siempre y cuando sean sacadas cómo resolución que vayan en beneficio de la operadora.
10	¿Cree Ud., que un Control Interno es fundamental para el crecimiento de la Cooperativa? ¿Por qué?	Si, ya que por medio de ese control vamos a estar siempre informados de la vida interna de nuestra operadora.

ANEXO E: RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA EXPECTATIVA DE CALIDAD

ENC.	SEGURIDAD				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				EMPATÍA					ELEMENTOS TANGIBLES			
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4
1	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7
2	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	6
6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	6	7	7	6	7	7	6	7	7	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7
8	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
9	7	7	6	6	6	7	7	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7

10	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
11	6	7	7	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6
12	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	7	7
13	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6
14	6	7	7	6	7	6	6	7	7	6	7	6	6	7	7	7	7	6	6	7
15	7	7	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7
16	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7
17	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	6	6	7
18	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7
19	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	7
20	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7
21	6	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6
22	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6
23	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6
24	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7
25	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6
26	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	7	7	7	6	7
27	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7
28	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
29	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7
30	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
31	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	7
32	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	7	6	7	7	7	6	7
33	7	7	6	6	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6
34	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7
35	7	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7
36	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	7
37	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
38	7	7	6	7	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	7	7	6	7	7
39	7	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	7	7	6	6	6
40	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
41	7	7	7	6	7	6	7	7	6	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7	6
42	7	7	6	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7
43	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
44	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	7	6	7	6	6	7	7	6	7	7
45	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6
46	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
47	7	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	6
48	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
49	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7
50	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7
51	7	7	6	6	7	6	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7
52	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
53	7	7	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
54	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
55	7	7	7	6	7	6	6	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7
56	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6
57	7	7	7	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7
58	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6
59	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
60	7	7	7	6	7	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6
61	7	7	7	7	7	7	6	7	6	6	6	7	7	6	7	7	6	6	6	6
62	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
63	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7

64	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6
65	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6
66	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7
67	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
68	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
69	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
70	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6
71	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
72	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7
73	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6
74	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
75	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
76	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6
77	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
78	7	7	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6
79	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7
80	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	6
81	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	6	6
82	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7
83	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
84	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
85	7	7	6	6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	7	7	7	6	6	6
86	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
87	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
88	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
89	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
90	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
91	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
92	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
93	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
94	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
95	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
96	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
97	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7
98	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
99	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7
100	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	6
101	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6
102	7	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6	6	7
103	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
104	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
105	7	7	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6
106	7	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
107	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
108	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	6	6	7	6	6	6	6
109	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	7
110	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
111	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	6	7	7	6	7	7	6	6	6
112	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
113	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	6	7	6	6	6
114	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
115	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6
116	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
117	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7

172	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	6	6	7	6	7	7	7	6	6	6	6
173	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6
174	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6
175	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	6
176	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	6
177	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6
178	7	7	6	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6
179	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6
180	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7
181	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6
182	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
183	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	7	7	6
184	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	7	7
185	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6
186	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
187	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7	7
188	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	7	6	6	6	7	7
189	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	7	7	7	7
190	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6
191	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7
192	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	7
193	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7
194	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
195	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7
196	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	7	7	7
197	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	6	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7
198	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	6	6	6	6
199	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
200	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
201	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
202	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
203	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
204	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
205	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
206	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
207	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
208	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
209	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
210	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
211	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
212	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
213	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
214	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
215	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
216	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
217	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
218	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
219	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
220	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
221	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
222	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6
223	6	7	7	6	7	7	6	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7
224	6	7	7	6	7	7	6	7	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6
225	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	7	7	6	7	6

388	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
389	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7
390	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
391	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
392	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6
393	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
394	7	7	7	7	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	6	6
395	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
396	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7
397	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
398	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	7	6	6
399	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

ANEXO F: RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD

ENC.	SEGURIDAD				FIABILIDAD					CAPACIDAD DE RESPUESTA				EMPATIA					ELEMENTOS TANGIBLES				
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	
1	1	2	2	3	4	3	3	1	4	5	7	6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2
5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	4	3	4	3	3	5	4	7	4	6	6	4	4	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4
10	5	5	3	4	4	4	5	4	6	4	4	4	4	1	3	4	7	2	3	4	4	4	4
11	6	4	3	6	6	5	6	4	3	6	3	5	5	6	6	3	4	5	6	6	5	5	5
12	5	4	6	6	5	5	6	6	4	6	3	6	4	5	6	3	3	6	6	6	7	6	6
13	6	5	4	5	5	5	6	4	3	6	3	6	5	5	6	4	4	5	6	6	5	5	5
14	6	5	4	5	5	6	6	5	3	6	3	6	5	5	6	2	4	6	5	6	5	5	5
15	3	3	6	6	2	5	5	6	6	6	2	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
16	1	3	6	6	2	6	6	6	6	6	2	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	6
17	2	3	6	6	4	6	6	6	6	5	2	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6
18	3	3	6	6	2	5	6	6	6	6	3	6	6	5	5	4	6	5	5	5	6	5	5
19	3	2	5	6	2	6	5	4	4	6	4	6	6	6	6	4	5	6	5	5	6	5	5
20	3	4	6	6	2	6	6	5	5	6	2	6	5	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6
21	3	3	6	6	1	6	6	6	5	6	2	6	6	6	6	3	4	5	6	6	5	5	5
22	2	2	5	6	3	5	6	6	3	6	2	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6
23	2	3	6	6	1	5	5	5	6	6	2	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5
24	2	2	5	6	3	6	6	5	6	6	2	6	6	5	6	3	3	6	5	5	6	5	5
25	2	2	5	6	2	6	5	6	6	6	3	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5
26	3	4	6	6	2	5	5	4	5	6	4	6	6	5	6	3	6	5	5	5	6	6	6
27	3	3	6	5	1	5	5	6	5	6	4	6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	5	5
28	3	4	6	6	4	6	6	6	6	6	2	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6
29	2	1	5	5	2	5	5	6	6	6	2	5	5	5	6	4	6	6	6	6	5	6	6
30	2	2	5	6	3	5	5	5	5	6	2	6	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6
31	2	2	5	6	1	5	5	6	6	5	2	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
32	1	1	5	6	1	5	5	5	1	6	6	4	5	5	6	3	2	4	6	6	1	1	1
33	3	3	5	6	2	6	5	5	5	6	1	5	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5
34	3	1	6	6	1	5	6	6	2	6	5	4	6	6	6	3	2	5	6	5	2	1	1
35	2	3	5	6	1	6	5	5	1	6	6	5	6	5	6	1	2	5	5	6	1	2	2
36	1	2	6	5	2	6	5	6	2	5	6	4	5	6	5	1	5	4	6	5	2	3	3
37	2	2	5	6	1	5	6	6	1	6	6	4	5	5	6	2	5	4	5	6	2	3	3
38	2	2	5	5	2	6	6	5	2	5	6	4	5	6	6	4	1	5	4	5	1	3	3
39	3	1	6	5	1	5	5	5	2	6	6	5	6	6	5	2	4	5	5	5	3	4	4
40	2	1	5	5	2	5	6	6	3	6	5	6	5	5	5	1	4	6	5	6	3	5	5

41	1	2	6	5	1	4	6	5	2	5	4	6	5	6	5	2	4	5	6	5	4	6
42	2	2	5	6	2	5	6	6	3	5	3	6	6	5	5	3	4	5	5	6	4	5
43	3	2	5	5	3	6	5	5	2	5	3	4	6	5	6	3	5	6	5	6	4	5
44	2	3	6	6	2	6	6	5	3	6	4	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6
45	1	2	6	5	1	5	6	6	2	5	3	6	5	6	5	4	6	5	5	6	6	5
46	1	2	6	5	1	6	5	5	2	6	2	5	6	5	6	2	4	6	6	5	3	4
47	2	2	6	5	2	6	5	5	6	5	4	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6
48	3	2	5	6	1	5	6	6	5	5	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6
49	2	3	6	6	2	5	6	6	5	6	4	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6
50	1	1	5	6	2	5	5	6	6	5	3	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5
51	3	3	6	5	2	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6
52	2	3	5	6	2	6	6	5	5	6	4	6	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6
53	1	1	5	5	2	5	6	6	5	5	4	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6
54	2	2	5	6	2	6	6	5	5	6	3	6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6
55	1	2	5	5	3	6	6	6	5	6	4	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6
56	3	3	5	6	3	5	5	5	5	6	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	2	1	5	6	2	6	5	5	6	6	4	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6
58	2	2	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
59	3	3	6	5	3	6	6	5	6	6	4	6	6	5	6	3	4	6	6	6	3	4
60	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	2	4	6	5	5	6	6
61	3	3	5	5	5	6	6	5	5	5	3	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5
62	3	4	5	6	3	5	6	5	5	6	3	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
63	3	3	5	6	2	5	5	6	5	5	3	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
64	3	3	5	5	2	5	6	4	4	6	3	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5
65	2	3	5	6	3	6	6	4	3	6	4	6	6	5	5	4	4	4	6	6	5	6
66	1	7	1	7	2	1	7	7	7	7	1	7	1	7	7	1	1	6	7	1	1	1
67	7	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
68	5	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7
69	3	3	5	5	2	5	6	5	5	6	4	5	6	6	6	3	4	5	6	6	5	6
70	2	3	5	6	1	6	5	5	4	6	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
71	3	3	5	6	3	6	5	5	5	5	3	6	5	5	5	6	6	6	5	5	4	5
72	6	3	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	6	5	7	7	7	7	5	5	7	6
73	3	2	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	3	3	5	5	1	5	5	4	4	6	2	5	5	5	5	6	6	6	4	4	4	4
75	3	3	6	3	5	3	5	5	5	6	5	5	3	2	5	1	6	1	7	7	7	7
76	1	1	4	4	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5
77	4	1	1	7	1	7	6	7	1	7	5	7	7	5	7	2	5	4	7	7	5	7
78	2	2	4	4	2	4	4	5	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	6	6	5	6
79	3	1	3	3	3	3	5	5	4	5	4	3	1	1	3	5	3	3	6	6	4	6
80	2	2	5	5	2	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	3	2	5	5	1	4	5	5	5	6	2	5	5	5	5	6	3	3	5	5	6	5
82	3	5	5	5	1	3	4	5	6	5	3	6	5	6	6	4	4	5	5	5	5	5
83	2	6	4	2	6	1	6	5	1	7	3	7	1	7	7	4	2	6	7	7	7	5
84	6	7	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7
85	3	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5
86	7	2	6	7	7	7	6	6	6	6	2	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7
87	6	4	6	6	5	7	7	6	7	7	5	6	6	5	7	6	6	7	7	7	6	7
88	7	2	2	6	7	6	6	7	7	7	2	7	7	7	2	6	6	6	2	7	7	7
89	7	1	2	7	7	2	7	7	2	7	2	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
90	7	6	6	7	7	7	7	6	6	3	7	4	6	3	7	4	6	7	6	6	7	7
91	4	4	5	6	4	5	6	6	5	6	5	4	6	5	5	6	6	7	5	6	5	6
92	6	7	5	7	7	7	7	7	5	6	3	7	5	6	7	6	7	7	7	7	4	7
93	3	1	5	1	3	5	2	1	1	2	4	3	3	4	2	3	3	3	7	5	6	3
94	7	3	2	7	7	7	7	3	2	6	3	4	3	7	3	7	4	6	3	3	6	5
95	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7
96	7	6	7	6	6	7	6	7	6	6	7	6	6	5	6	7	7	6	7	7	6	6
97	2	2	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
98	3	3	5	5	2	5	6	5	5	6	3	6	6	6	6	3	4	6	5	5	5	5
99	2	3	5	6	1	6	5	5	4	5	2	5	5	5	5	4	4	6	5	5	6	5
100	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5
101	3	3	5	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5
102	3	3	4	5	2	5	5	5	4	6	3	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5
103	4	4	5	5	4	5	6	6	5	4	5	5	6	2	2	2	6	3	6	7	7	7
104	6	6	7	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	3	3	5	6

105	3	3	5	5	2	4	5	5	5	5	2	5	5	6	6	5	6	5	5	5	4	5	
106	3	3	5	5	3	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
107	5	3	4	5	3	4	5	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	2	4	5	5	5	
108	3	3	5	5	3	4	5	5	4	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
109	2	3	5	5	3	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	
110	4	4	5	4	6	5	6	5	5	4	4	3	3	2	2	3	5	5	5	6	5	5	
111	3	3	4	4	5	2	4	4	5	6	3	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	
112	6	6	7	6	5	5	6	6	6	6	7	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	6	
113	3	2	5	4	3	5	4	5	5	5	1	4	5	5	4	5	5	6	5	5	4	5	
114	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	
115	5	5	6	4	5	6	6	6	5	4	4	5	5	2	4	5	5	5	7	6	7	7	
116	3	3	5	6	3	5	6	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
117	6	6	7	7	7	6	7	7	6	6	5	5	6	4	4	4	6	6	7	7	7	7	
118	2	3	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	
119	6	6	7	7	7	6	6	6	5	7	5	5	6	6	6	5	6	7	7	7	7	6	
120	2	2	5	5	3	5	5	6	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	
121	5	6	6	5	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6	6	7	7	7	6	6	5	5	
122	3	3	5	5	3	5	5	4	3	6	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	
123	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	7	7	5	5	6	6	5	5	5	6	7	7	
124	2	2	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	
125	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	7	7	7	7	
126	2	2	5	5	2	5	5	4	4	6	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
127	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	
128	5	6	6	5	7	6	6	5	3	7	4	4	5	4	4	6	5	6	6	6	7	7	
129	3	3	5	6	3	5	5	6	5	6	4	6	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	
130	6	7	7	6	6	6	7	6	6	7	4	6	5	7	6	7	4	6	7	7	7	7	
131	6	6	7	5	7	6	6	5	5	7	5	6	6	5	6	6	6	6	7	7	7	7	
132	6	5	6	6	6	5	5	6	3	6	3	4	4	6	6	5	5	6	7	7	7	7	
133	6	6	7	7	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	
134	6	6	5	5	7	5	5	4	3	7	3	4	3	6	6	5	5	6	6	6	7	7	
135	5	5	5	3	5	6	3	3	3	7	2	3	2	6	5	3	5	4	7	7	7	7	
136	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	4	6	6	7	7	7	7	
137	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	
138	3	3	5	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
139	5	5	6	6	5	6	6	6	7	7	5	6	5	4	5	7	5	6	7	7	7	7	
140	3	2	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	6	5	5	4	4	4	4	
141	6	5	5	5	4	4	5	6	4	6	4	4	4	5	7	7	7	6	7	7	7	7	
142	6	5	5	5	5	5	4	6	3	6	4	5	6	5	6	7	7	7	7	7	7	7	
143	2	3	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	
144	2	2	4	5	3	5	5	4	3	6	3	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	
145	6	5	6	6	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	
146	7	6	5	6	6	6	7	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	7	7	6	6	
147	2	3	5	5	3	5	5	4	5	5	2	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	
148	2	3	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	6	5	4	4	5	6	6	5	5	
149	6	6	5	6	5	7	6	6	6	7	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	7	7	
150	5	6	6	6	7	7	6	7	7	6	7	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	
151	2	2	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	
152	6	5	5	6	6	7	7	7	5	6	5	6	6	6	6	5	7	7	5	7	7	7	
153	3	3	5	4	2	5	5	4	4	6	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	
154	5	5	4	5	3	4	3	5	4	7	5	5	4	5	6	5	4	4	7	6	6	7	
155	2	3	5	6	3	5	5	3	4	6	4	6	6	6	6	3	3	5	4	4	5	4	
156	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	
157	5	6	7	7	7	6	7	6	7	7	5	5	5	7	7	6	6	6	7	7	7	7	
158	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	
159	6	5	7	5	7	6	6	6	6	7	5	5	6	5	4	5	7	6	3	3	2	3	
160	6	5	6	6	6	5	5	6	3	6	2	6	6	7	6	7	7	7	6	6	6	7	
161	6	6	5	6	6	6	6	7	7	7	6	6	5	6	6	6	7	5	5	6	5	5	
162	2	2	5	5	3	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	
163	6	5	2	2	4	4	5	7	7	6	5	5	6	7	6	6	5	6	7	7	7	7	
164	2	2	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	6	6	5	5	6	4	4	4	4	
165	5	6	5	4	3	4	6	5	5	6	4	4	5	5	6	6	5	6	7	7	6	7	
166	3	3	4	5	3	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	
167	6	5	5	6	5	6	5	5	5	7	6	5	5	6	6	5	6	6	7	7	6	7	
168	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	

169	5	5	6	5	6	7	6	6	7	5	6	6	7	5	6	6	5	6	7	6	6	6
170	2	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	6	6	5	5	4	4	5	5	5	4	5
171	6	5	6	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6	6	4	6	6	7	7	7	7
172	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	6	5	6	6	5	4	5	5	5	4	5
173	2	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
174	2	2	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
175	3	3	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
176	2	2	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
177	2	3	5	5	1	5	5	3	4	5	2	5	5	6	6	5	4	6	5	5	5	5
178	2	2	5	6	4	5	6	4	5	6	3	5	6	5	6	4	3	5	5	5	4	5
179	3	3	4	5	3	5	6	5	5	5	1	5	5	5	6	2	3	6	5	5	5	5
180	2	2	5	5	3	5	5	3	4	5	3	5	5	6	5	3	4	6	5	5	5	5
181	2	2	5	5	2	5	5	4	5	6	3	6	5	5	5	2	3	5	6	5	6	6
182	2	2	5	5	3	5	5	4	5	6	3	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5
183	3	3	4	6	2	5	5	4	5	5	3	5	6	5	5	4	3	6	6	6	6	6
184	2	3	4	4	1	3	4	4	5	4	2	2	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4
185	2	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5
186	2	3	5	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
187	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	6	5	4	5	4	4	4	4	3	4
188	2	2	4	4	3	5	5	3	5	5	3	6	5	6	6	3	2	5	5	4	4	5
189	1	1	4	4	2	5	4	4	5	5	2	4	6	6	5	4	4	5	4	4	3	4
190	3	3	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4
191	3	4	6	6	2	4	4	5	2	5	2	3	5	6	5	3	3	6	5	5	5	5
192	2	3	5	5	3	5	4	4	5	5	3	2	5	6	3	3	3	5	5	5	3	5
193	3	3	4	5	2	5	5	4	4	5	2	2	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
194	3	3	5	5	3	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5
195	3	3	5	6	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4
196	2	3	4	4	2	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	5
197	3	4	5	5	3	6	5	4	5	6	4	5	5	6	5	4	4	5	5	5	4	5
198	2	2	4	6	3	5	6	5	5	5	2	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4
199	3	3	5	4	2	5	4	5	5	5	3	6	5	5	4	6	3	4	4	5	5	4
200	2	6	6	5	3	6	5	5	6	3	2	3	2	3	7	6	7	7	7	7	7	7
201	6	5	6	7	6	6	7	6	5	7	6	6	6	7	6	6	6	7	7	7	7	7
202	4	5	5	6	5	4	5	4	5	5	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	7	7
203	5	4	6	7	6	6	7	7	7	7	6	7	5	7	7	7	7	6	7	6	7	7
204	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	6	6	6	6	7	6	7	6	6	6	7	6
205	5	6	6	7	5	6	6	7	7	6	6	7	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6
206	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	6	7	7	7	7	7
207	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	7	7	6	6	7	7	6	7	6	6	6
208	6	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	3	6	5	5	5	6	5	5	6
209	3	5	5	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	3	3	2	2	2	6	6	6	7
210	6	6	5	5	5	4	4	4	4	5	6	6	6	4	5	5	5	5	3	3	4	5
211	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	5	6
212	5	6	5	5	6	5	6	6	6	7	6	6	3	2	4	5	6	6	6	7	7	7
213	6	5	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	5	6	5	6	6	7	6	6	6	6
214	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	7	6	6	6
215	6	7	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	5
216	5	5	4	6	6	6	6	5	4	5	5	4	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6
217	4	4	5	7	3	2	4	4	4	6	6	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4
218	4	5	6	6	4	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	4	6	5	6	6
219	5	6	5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	6	6	6	5	6	5	4	4	5	4
220	6	6	5	6	2	5	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	7	7	6	7	7	7
221	6	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	6	7	6	7	7	6	6	6
222	2	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
223	2	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4
224	2	3	5	5	3	6	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
225	2	5	4	5	1	5	5	4	4	5	2	3	5	5	4	6	3	5	5	5	5	5
226	2	2	5	5	3	5	6	5	5	6	3	5	5	6	4	4	4	5	5	4	4	5
227	2	3	5	5	1	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
228	3	3	4	5	2	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	2	5	5	5	4	5
229	3	3	5	4	2	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
230	2	3	4	4	2	5	4	4	5	5	2	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4
231	2	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	6	5	5	4	6	5	5	4	4	4	4
232	2	3	5	5	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4

233	3	3	4	5	1	5	4	4	6	5	2	5	5	5	2	4	5	5	5	4	4
234	3	3	5	6	3	5	4	4	5	5	2	3	5	5	5	2	3	4	4	3	3
235	2	2	5	5	2	5	5	4	3	5	3	3	5	5	5	3	4	5	4	4	4
236	3	3	4	5	2	5	5	4	3	5	3	4	6	6	5	2	3	5	4	5	4
237	3	3	5	5	2	5	4	4	5	5	3	4	6	5	4	4	5	5	4	5	4
238	3	3	5	4	2	5	4	4	4	4	3	2	5	5	3	5	5	5	3	4	4
239	3	3	5	4	2	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	6	4	4	4
240	3	3	5	4	3	5	4	4	5	5	2	3	5	5	5	3	4	5	4	3	3
241	2	2	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	4
242	3	3	5	6	2	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	4	6	3	3	4
243	3	2	5	4	3	6	5	4	4	5	2	5	5	6	5	2	3	5	4	6	4
244	2	3	5	5	3	5	5	4	3	5	3	5	4	5	6	4	4	5	4	4	4
245	3	3	4	4	2	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	6	4	4	4
246	3	3	6	5	2	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	3	4	6	3	4	4
247	3	3	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
248	3	3	5	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
249	3	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4
250	3	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4
251	3	5	3	5	3	5	5	3	4	6	3	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4
252	3	4	3	5	3	5	4	4	5	5	2	5	5	5	5	3	4	6	4	5	4
253	3	3	5	5	3	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
254	2	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
255	3	3	6	5	3	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
256	2	3	5	4	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
257	6	6	7	7	7	6	5	5	5	7	5	4	3	5	5	4	5	6	7	6	7
258	7	6	5	5	6	5	5	5	5	7	5	3	4	5	6	6	5	5	7	6	7
259	4	4	3	5	4	6	5	5	6	7	6	6	6	4	5	5	6	5	7	7	7
260	4	4	6	7	6	5	6	5	5	7	5	4	6	5	6	5	4	4	5	6	7
261	4	5	3	4	5	4	6	5	5	4	5	5	5	4	5	6	6	5	7	7	7
262	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	6	6	7	6	6
263	5	4	5	4	3	4	3	4	4	6	5	4	5	6	6	5	5	5	7	6	7
264	4	4	5	5	4	5	6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6
265	6	5	7	5	6	5	6	3	5	4	3	4	5	3	2	6	5	5	7	6	7
266	4	5	5	6	6	5	4	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	7	6
267	4	3	4	4	5	4	4	3	5	6	6	5	6	5	5	6	5	4	7	6	6
268	5	6	7	6	3	4	5	4	4	7	6	5	6	3	4	4	5	5	7	6	6
269	6	5	6	5	3	4	5	4	4	6	5	4	4	3	3	3	5	5	7	6	6
270	3	5	4	4	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6	7	7
271	4	4	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	7	6	5	6	6	6	6	7
272	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	7	6	7	6	5
273	4	5	5	6	5	4	6	7	7	6	5	4	4	4	5	5	5	6	5	6	5
274	7	7	6	6	5	6	7	6	4	7	6	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7
275	6	6	5	5	5	5	6	5	4	6	5	5	4	3	4	4	5	4	6	6	5
276	4	5	5	4	5	6	5	5	4	7	4	5	5	4	5	5	6	6	6	5	6
277	4	5	5	3	6	5	5	5	4	6	4	6	6	6	5	5	5	6	7	6	6
278	6	6	5	5	6	5	6	5	4	7	3	4	5	6	5	5	5	6	5	6	6
279	5	4	6	6	4	7	6	6	4	7	5	5	4	6	6	5	6	7	7	6	6
280	6	5	6	5	4	5	5	6	3	6	3	4	4	7	6	6	6	6	6	6	6
281	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7	5	6	7	7	6	6	7	7	7	7	6
282	6	5	5	2	4	5	5	4	3	6	5	5	4	5	5	6	6	5	7	6	7
283	5	6	6	7	5	6	6	6	4	6	4	6	5	6	5	6	6	6	7	7	7
284	7	7	6	6	7	6	7	5	5	7	5	6	6	5	6	7	7	6	7	7	6
285	4	5	5	4	6	4	4	4	4	6	4	5	5	5	4	4	5	5	6	5	7
286	6	5	6	6	4	3	3	4	2	5	6	5	4	6	6	5	6	6	7	6	7
287	4	5	5	4	6	5	6	7	6	7	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6
288	3	4	5	5	6	4	4	5	5	6	5	6	6	4	6	5	5	5	7	6	6
289	5	4	4	4	7	6	5	6	6	6	7	6	5	5	6	6	6	4	7	6	7
290	7	6	6	7	7	6	6	6	5	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	6	7
291	7	6	6	7	5	6	6	5	4	6	5	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6
292	7	7	6	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	6	6	6	7	6	6
293	7	6	6	5	4	5	4	4	4	7	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	7
294	7	7	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6
295	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6
296	4	4	3	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	4	5	7	6	7

297	4	4	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
298	5	4	5	6	5	4	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	7	6	6	6
299	4	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5
300	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	6
301	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
302	7	6	5	6	6	6	5	6	6	7	6	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7
303	4	6	5	5	6	5	6	7	7	6	5	5	6	7	6	6	6	6	7	7	7	6
304	6	6	7	7	7	7	7	6	6	7	6	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6
305	6	6	6	7	7	6	6	7	6	7	6	6	4	7	6	6	5	5	7	7	6	7
306	5	5	4	5	6	5	5	4	4	7	6	6	6	7	6	7	7	7	7	6	7	6
307	3	4	4	3	5	4	6	6	6	4	3	3	3	5	5	6	6	6	6	6	6	5
308	6	5	5	5	6	6	6	6	6	7	6	5	5	6	5	5	6	6	7	7	7	6
309	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	7	6	6	6	6	7	7	7	7
310	4	4	5	4	6	5	5	5	5	7	6	6	6	7	6	6	6	5	6	6	6	5
311	7	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	7	6	6	5
312	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	3	6	6	5	6	3	4	6	6	6	6	6
313	3	2	5	6	2	5	6	5	5	5	3	5	6	5	5	3	4	6	5	5	4	5
314	3	3	5	5	3	6	5	5	5	5	3	5	6	5	5	4	5	4	6	6	6	6
315	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6
316	3	4	5	5	2	5	5	4	4	5	3	6	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
317	5	4	5	6	7	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6
318	3	2	4	5	1	5	6	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
319	2	6	5	3	2	5	4	3	3	6	5	4	5	6	5	5	6	5	5	6	5	7
320	3	3	4	4	2	6	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	2	5	6	6	3	5
321	4	5	5	4	7	6	6	5	5	7	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7
322	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
323	3	2	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
324	3	3	5	5	2	5	5	4	4	6	4	6	6	5	6	3	3	5	5	5	4	5
325	3	3	5	5	3	5	5	4	4	6	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5
326	3	2	2	3	7	6	6	6	6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	7	6	6	6
327	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6
328	7	6	5	6	7	6	6	5	5	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	5
329	4	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	7	6	6	6
330	5	4	3	4	5	5	5	4	5	6	6	5	4	5	6	6	5	6	6	5	5	5
331	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7	6	7	7	7	6	7	6	6	7	7	7	7
332	6	6	5	6	6	5	5	5	5	7	6	6	5	7	6	6	6	6	7	7	6	6
333	6	5	6	6	6	5	5	6	6	7	6	6	6	5	6	5	6	6	7	7	7	7
334	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	5	6	7	6	6	6	6	7	6	7	6
335	6	5	6	6	7	6	6	6	5	7	6	5	5	7	6	5	6	6	7	6	5	5
336	3	4	4	5	3	5	5	5	2	6	5	5	5	4	5	6	5	5	6	5	5	5
337	6	6	5	6	6	5	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
338	6	6	5	5	7	6	6	6	6	7	5	6	6	3	2	2	2	2	7	6	5	6
339	6	6	5	5	6	5	4	4	4	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5
340	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	7	6	6	5	5	7	6	6	7
341	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6
342	6	7	6	6	7	6	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6
343	6	6	5	6	7	5	6	7	6	7	6	6	5	7	6	6	6	6	7	6	6	6
344	6	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6
345	7	7	7	7	7	5	6	6	5	7	5	6	6	7	5	6	6	5	5	6	6	6
346	6	5	6	6	6	5	6	6	6	7	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	4	7
347	6	5	6	6	6	5	4	5	5	7	5	6	6	4	6	6	5	6	6	5	5	5
348	6	4	5	5	5	6	5	5	6	6	5	7	6	7	6	7	7	6	7	6	6	6
349	6	4	5	5	5	4	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	7	7	7	7
350	6	6	7	6	3	4	4	4	5	6	5	7	6	5	6	6	6	5	7	6	6	6
351	5	6	5	4	6	5	5	4	5	6	6	7	6	6	5	6	6	6	7	6	6	6
352	7	6	6	7	7	6	7	7	6	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6
353	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
354	5	4	6	6	5	6	6	7	6	6	6	7	7	7	6	6	6	7	5	6	6	6
355	6	5	4	5	5	6	5	6	6	7	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6
356	4	5	5	4	6	6	5	7	7	5	6	6	7	5	6	6	6	5	6	5	6	6
357	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	5	5	3	5	4	4	3	5	5	4	5
358	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
359	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5
360	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5

361	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
362	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
363	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
364	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3
365	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
366	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4
367	3	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
368	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	6
369	3	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
370	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
371	3	3	5	4	3	5	3	4	5	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4
372	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
373	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4
374	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
375	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
376	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4
377	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
378	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	4	5
379	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
380	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
381	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
382	3	3	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
383	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3
384	3	3	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
385	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	5	4
386	3	3	5	5	3	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
387	4	3	4	5	3	4	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4
388	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3
389	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
390	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
391	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	5
392	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
393	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4
394	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
395	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
396	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
397	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3
398	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
399	3	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3

ANEXO G: RESPUESTAS DE LOS USUARIOS EN BASE A LA PONDERACIÓN DE DIMENSIONES

ENC.	1. ¿Qué tan importante considera usted sobre la fiabilidad?	2.¿Qué tan importante considera usted la seguridad?	3. ¿Qué tan importante considera usted sobre los elementos tangibles?	4. ¿Qué tan importante considera usted sobre la capacidad de respuesta?	5. ¿Qué tan importante considera usted sobre la empatía?	Total
1	20%	20%	20%	20%	20%	100%
2	20%	20%	20%	20%	20%	100%
3	15%	30%	15%	15%	25%	100%
4	10%	30%	15%	20%	25%	100%
5	20%	25%	15%	20%	20%	100%
6	20%	25%	15%	20%	20%	100%
7	20%	30%	10%	20%	20%	100%

8	15%	30%	19%	20%	16%	100%
9	20%	20%	20%	20%	20%	100%
10	15%	30%	10%	20%	25%	100%
11	20%	25%	20%	15%	20%	100%
12	20%	30%	15%	20%	15%	100%
13	20%	20%	20%	20%	20%	100%
14	20%	30%	15%	20%	15%	100%
15	20%	20%	20%	20%	20%	100%
16	15%	30%	20%	15%	20%	100%
17	20%	20%	20%	20%	20%	100%
18	20%	25%	15%	20%	20%	100%
19	20%	20%	20%	20%	20%	100%
20	20%	30%	15%	20%	15%	100%
21	20%	30%	15%	15%	20%	100%
22	20%	20%	20%	20%	20%	100%
23	20%	35%	15%	15%	15%	100%
24	10%	30%	10%	25%	25%	100%
25	20%	25%	15%	20%	20%	100%
26	20%	20%	20%	20%	20%	100%
27	20%	20%	20%	20%	20%	100%
28	20%	25%	15%	20%	20%	100%
29	20%	25%	20%	15%	20%	100%
30	20%	20%	20%	20%	20%	100%
31	20%	30%	15%	20%	15%	100%
32	20%	20%	20%	20%	20%	100%
33	20%	30%	15%	20%	15%	100%
34	20%	20%	20%	20%	20%	100%
35	20%	30%	15%	20%	15%	100%
36	20%	20%	20%	20%	20%	100%
37	20%	20%	20%	20%	20%	100%
38	20%	25%	15%	20%	20%	100%
39	20%	20%	20%	20%	20%	100%
40	15%	25%	20%	20%	20%	100%
41	20%	20%	20%	20%	20%	100%
42	15%	30%	15%	20%	20%	100%
43	20%	20%	20%	20%	20%	100%
44	20%	20%	20%	20%	20%	100%
45	20%	30%	10%	20%	20%	100%
46	20%	20%	20%	20%	20%	100%
47	15%	30%	15%	20%	20%	100%
48	20%	20%	20%	20%	20%	100%
49	15%	25%	20%	20%	20%	100%
50	20%	20%	20%	20%	20%	100%
51	20%	30%	10%	20%	20%	100%
52	20%	30%	10%	20%	20%	100%

53	20%	30%	10%	20%	20%	100%
54	20%	20%	20%	20%	20%	100%
55	20%	20%	20%	20%	20%	100%
56	15%	30%	15%	20%	20%	100%
57	15%	30%	20%	20%	15%	100%
58	20%	20%	20%	20%	20%	100%
59	20%	30%	10%	20%	20%	100%
60	20%	30%	10%	20%	20%	100%
61	15%	30%	15%	20%	20%	100%
62	20%	30%	10%	20%	20%	100%
63	20%	20%	20%	20%	20%	100%
64	20%	25%	15%	20%	20%	100%
65	20%	30%	30%	10%	10%	100%
66	20%	20%	20%	20%	20%	100%
67	20%	30%	30%	10%	10%	100%
68	20%	20%	20%	20%	20%	100%
69	20%	30%	10%	20%	20%	100%
70	20%	20%	20%	20%	20%	100%
71	20%	30%	20%	10%	20%	100%
72	20%	30%	15%	20%	15%	100%
73	20%	20%	20%	20%	20%	100%
74	20%	30%	30%	10%	10%	100%
75	20%	30%	10%	20%	20%	100%
76	10%	40%	20%	15%	15%	100%
77	20%	30%	10%	20%	20%	100%
78	20%	20%	20%	20%	20%	100%
79	20%	30%	10%	20%	20%	100%
80	20%	30%	10%	20%	20%	100%
81	20%	30%	10%	20%	20%	100%
82	20%	30%	15%	20%	15%	100%
83	20%	20%	20%	20%	20%	100%
84	20%	30%	10%	20%	20%	100%
85	30%	30%	10%	15%	15%	100%
86	10%	30%	20%	20%	20%	100%
87	20%	30%	15%	15%	20%	100%
88	20%	20%	20%	20%	20%	100%
89	30%	30%	15%	15%	10%	100%
90	10%	30%	20%	20%	20%	100%
91	20%	20%	20%	20%	20%	100%
92	30%	30%	15%	15%	10%	100%
93	10%	30%	20%	25%	15%	100%
94	15%	30%	25%	15%	15%	100%
95	20%	20%	20%	20%	20%	100%
96	20%	30%	10%	20%	20%	100%
97	20%	30%	10%	20%	20%	100%

98	20%	30%	10%	20%	20%	100%
99	20%	30%	10%	20%	20%	100%
100	20%	30%	10%	20%	20%	100%
101	20%	30%	20%	20%	10%	100%
102	25%	25%	10%	20%	20%	100%
103	20%	20%	20%	20%	20%	100%
104	20%	30%	20%	10%	20%	100%
105	10%	30%	20%	20%	20%	100%
106	15%	30%	25%	10%	20%	100%
107	20%	30%	20%	10%	20%	100%
108	20%	30%	15%	25%	10%	100%
109	20%	20%	20%	20%	20%	100%
110	10%	30%	15%	20%	25%	100%
111	10%	30%	20%	30%	10%	100%
112	20%	30%	10%	20%	20%	100%
113	20%	20%	20%	20%	20%	100%
114	20%	30%	25%	10%	15%	100%
115	15%	25%	30%	15%	15%	100%
116	20%	30%	10%	20%	20%	100%
117	20%	20%	20%	20%	20%	100%
118	20%	30%	10%	15%	25%	100%
119	25%	25%	20%	15%	15%	100%
120	15%	30%	20%	25%	10%	100%
121	15%	30%	15%	20%	20%	100%
122	20%	30%	10%	20%	20%	100%
123	20%	20%	20%	20%	20%	100%
124	20%	30%	20%	15%	15%	100%
125	20%	30%	30%	10%	10%	100%
126	20%	30%	20%	15%	15%	100%
127	20%	30%	10%	20%	20%	100%
128	10%	30%	20%	15%	25%	100%
129	15%	25%	20%	20%	20%	100%
130	25%	25%	20%	15%	15%	100%
131	20%	20%	20%	20%	20%	100%
132	25%	25%	20%	20%	10%	100%
133	20%	30%	25%	15%	10%	100%
134	20%	20%	20%	20%	20%	100%
135	20%	40%	20%	10%	10%	100%
136	20%	20%	20%	20%	20%	100%
137	20%	30%	25%	10%	15%	100%
138	20%	30%	10%	20%	20%	100%
139	20%	20%	20%	20%	20%	100%
140	20%	15%	30%	10%	25%	100%
141	25%	25%	20%	15%	15%	100%
142	20%	20%	20%	20%	20%	100%

143	20%	30%	20%	20%	10%	100%
144	20%	30%	20%	10%	20%	100%
145	20%	20%	20%	20%	20%	100%
146	15%	45%	15%	15%	10%	100%
147	20%	30%	10%	15%	25%	100%
148	20%	30%	10%	20%	20%	100%
149	20%	20%	20%	20%	20%	100%
150	20%	20%	20%	20%	20%	100%
151	20%	30%	15%	25%	10%	100%
152	15%	30%	30%	15%	10%	100%
153	20%	30%	10%	20%	20%	100%
154	20%	20%	20%	20%	20%	100%
155	20%	30%	10%	25%	15%	100%
156	10%	30%	20%	20%	20%	100%
157	25%	25%	25%	15%	10%	100%
158	20%	30%	15%	15%	20%	100%
159	20%	20%	20%	20%	20%	100%
160	20%	20%	20%	20%	20%	100%
161	20%	20%	20%	20%	20%	100%
162	20%	30%	10%	20%	20%	100%
163	20%	20%	20%	20%	20%	100%
164	20%	30%	10%	15%	25%	100%
165	20%	20%	20%	20%	20%	100%
166	20%	30%	10%	20%	20%	100%
167	25%	25%	20%	15%	15%	100%
168	20%	30%	20%	20%	10%	100%
169	25%	25%	20%	15%	15%	100%
170	20%	30%	20%	15%	15%	100%
171	20%	20%	20%	20%	20%	100%
172	25%	30%	15%	10%	20%	100%
173	20%	30%	10%	15%	25%	100%
174	20%	30%	15%	15%	20%	100%
175	20%	30%	10%	20%	20%	100%
176	20%	30%	10%	15%	25%	100%
177	15%	30%	10%	25%	20%	100%
178	10%	30%	20%	15%	25%	100%
179	20%	30%	10%	20%	20%	100%
180	20%	30%	10%	25%	15%	100%
181	25%	30%	20%	15%	10%	100%
182	25%	30%	10%	15%	20%	100%
183	20%	30%	10%	20%	20%	100%
184	25%	30%	20%	15%	10%	100%
185	20%	30%	20%	20%	10%	100%
186	25%	30%	10%	15%	20%	100%
187	20%	30%	10%	20%	20%	100%

188	15%	30%	10%	20%	25%	100%
189	20%	30%	10%	25%	15%	100%
190	25%	30%	10%	15%	20%	100%
191	20%	30%	20%	20%	10%	100%
192	20%	30%	20%	10%	20%	100%
193	20%	30%	15%	15%	20%	100%
194	25%	30%	10%	20%	15%	100%
195	20%	30%	10%	20%	20%	100%
196	15%	30%	10%	20%	25%	100%
197	15%	30%	10%	25%	20%	100%
198	20%	30%	10%	20%	20%	100%
199	15%	30%	10%	20%	25%	100%
200	25%	35%	15%	15%	10%	100%
201	20%	20%	20%	20%	20%	100%
202	25%	35%	15%	15%	10%	100%
203	20%	20%	20%	20%	20%	100%
204	25%	35%	15%	15%	10%	100%
205	20%	20%	20%	20%	20%	100%
206	20%	20%	20%	20%	20%	100%
207	20%	20%	20%	20%	20%	100%
208	20%	20%	20%	20%	20%	100%
209	20%	20%	20%	20%	20%	100%
210	20%	20%	20%	20%	20%	100%
211	20%	20%	20%	20%	20%	100%
212	20%	20%	20%	20%	20%	100%
213	20%	20%	20%	20%	20%	100%
214	20%	20%	20%	20%	20%	100%
215	20%	20%	20%	20%	20%	100%
216	20%	20%	20%	20%	20%	100%
217	20%	20%	20%	20%	20%	100%
218	20%	20%	20%	20%	20%	100%
219	20%	20%	20%	20%	20%	100%
220	20%	20%	20%	20%	20%	100%
221	20%	20%	20%	20%	20%	100%
222	20%	20%	20%	20%	20%	100%
223	20%	30%	10%	20%	20%	100%
224	15%	30%	20%	15%	20%	100%
225	20%	30%	10%	15%	25%	100%
226	20%	30%	15%	15%	20%	100%
227	25%	30%	10%	15%	20%	100%
228	20%	30%	10%	15%	25%	100%
229	20%	30%	10%	20%	20%	100%
230	15%	30%	20%	25%	20%	110%
231	25%	30%	10%	15%	20%	100%
232	15%	30%	10%	20%	25%	100%

233	20%	30%	10%	20%	20%	100%
234	15%	30%	20%	10%	25%	100%
235	10%	30%	20%	20%	20%	100%
236	20%	30%	20%	10%	20%	100%
237	10%	30%	20%	25%	15%	100%
238	20%	25%	15%	20%	20%	100%
239	20%	30%	15%	10%	25%	100%
240	15%	30%	10%	25%	20%	100%
241	20%	30%	20%	10%	20%	100%
242	25%	30%	15%	10%	20%	100%
243	20%	30%	20%	10%	20%	100%
244	20%	30%	10%	15%	25%	100%
245	20%	20%	20%	20%	20%	100%
246	20%	30%	10%	20%	20%	100%
247	10%	30%	15%	25%	20%	100%
248	20%	30%	10%	20%	20%	100%
249	15%	30%	20%	10%	25%	100%
250	10%	30%	20%	20%	20%	100%
251	25%	30%	10%	15%	20%	100%
252	20%	30%	20%	20%	10%	100%
253	20%	20%	20%	20%	20%	100%
254	20%	20%	20%	20%	20%	100%
255	20%	30%	10%	20%	20%	100%
256	20%	20%	20%	20%	20%	100%
257	30%	30%	20%	10%	10%	100%
258	20%	20%	20%	20%	20%	100%
259	15%	35%	20%	15%	15%	100%
260	20%	20%	20%	20%	20%	100%
261	20%	30%	20%	15%	15%	100%
262	20%	20%	20%	20%	20%	100%
263	20%	20%	20%	20%	20%	100%
264	30%	30%	20%	10%	10%	100%
265	20%	20%	20%	20%	20%	100%
266	20%	20%	20%	20%	20%	100%
267	20%	20%	20%	20%	20%	100%
268	30%	30%	20%	15%	15%	110%
269	20%	20%	20%	20%	20%	100%
270	20%	20%	20%	20%	20%	100%
271	20%	20%	20%	20%	20%	100%
272	20%	20%	20%	20%	20%	100%
273	20%	20%	20%	20%	20%	100%
274	25%	35%	15%	15%	10%	100%
275	20%	20%	20%	20%	20%	100%
276	25%	35%	15%	15%	10%	100%
277	20%	20%	20%	20%	20%	100%

278	20%	20%	20%	20%	20%	100%
279	20%	20%	20%	20%	20%	100%
280	20%	40%	15%	15%	10%	100%
281	20%	30%	20%	15%	15%	100%
282	20%	20%	20%	20%	20%	100%
283	20%	20%	20%	20%	20%	100%
284	20%	20%	20%	20%	20%	100%
285	20%	20%	20%	20%	20%	100%
286	20%	20%	20%	20%	20%	100%
287	20%	20%	20%	20%	20%	100%
288	20%	20%	20%	20%	20%	100%
289	20%	20%	20%	20%	20%	100%
290	20%	20%	20%	20%	20%	100%
291	20%	20%	20%	20%	20%	100%
292	20%	20%	20%	20%	20%	100%
293	20%	20%	20%	20%	20%	100%
294	20%	20%	20%	20%	20%	100%
295	20%	20%	20%	20%	20%	100%
296	20%	20%	20%	20%	20%	100%
297	20%	20%	20%	20%	20%	100%
298	20%	20%	20%	20%	20%	100%
299	20%	20%	20%	20%	20%	100%
300	20%	20%	20%	20%	20%	100%
301	20%	20%	20%	20%	20%	100%
302	20%	20%	20%	20%	20%	100%
303	20%	20%	20%	20%	20%	100%
304	25%	35%	15%	15%	15%	105%
305	20%	20%	20%	20%	20%	100%
306	20%	20%	20%	20%	20%	100%
307	20%	20%	20%	20%	20%	100%
308	20%	20%	20%	20%	20%	100%
309	20%	20%	20%	20%	20%	100%
310	20%	20%	20%	20%	20%	100%
311	20%	20%	20%	20%	20%	100%
312	20%	30%	10%	15%	25%	100%
313	20%	20%	20%	20%	20%	100%
314	10%	30%	15%	25%	20%	100%
315	20%	20%	20%	20%	20%	100%
316	20%	30%	10%	20%	20%	100%
317	20%	20%	20%	20%	20%	100%
318	20%	20%	20%	20%	20%	100%
319	25%	35%	15%	15%	10%	100%
320	10%	30%	15%	20%	25%	100%
321	20%	20%	20%	20%	20%	100%
322	20%	20%	20%	20%	20%	100%

323	20%	30%	10%	20%	20%	100%
324	20%	20%	20%	20%	20%	100%
325	20%	30%	10%	15%	25%	100%
326	20%	20%	20%	20%	20%	100%
327	20%	20%	20%	20%	20%	100%
328	20%	20%	20%	20%	20%	100%
329	20%	20%	20%	20%	20%	100%
330	25%	35%	15%	10%	15%	100%
331	20%	20%	20%	20%	20%	100%
332	20%	20%	20%	20%	20%	100%
333	20%	20%	20%	20%	20%	100%
334	20%	20%	20%	20%	20%	100%
335	20%	20%	20%	20%	20%	100%
336	20%	20%	20%	20%	20%	100%
337	20%	20%	20%	20%	20%	100%
338	20%	20%	20%	20%	20%	100%
339	20%	20%	20%	20%	20%	100%
340	20%	20%	20%	20%	20%	100%
341	20%	20%	20%	20%	20%	100%
342	20%	20%	20%	20%	20%	100%
343	20%	20%	20%	20%	20%	100%
344	20%	20%	20%	20%	20%	100%
345	20%	20%	20%	20%	20%	100%
346	20%	20%	20%	20%	20%	100%
347	20%	20%	20%	20%	20%	100%
348	20%	20%	20%	20%	20%	100%
349	20%	20%	20%	20%	20%	100%
350	20%	20%	20%	20%	20%	100%
351	20%	20%	20%	20%	20%	100%
352	25%	35%	15%	15%	10%	100%
353	20%	20%	20%	20%	20%	100%
354	25%	35%	15%	15%	10%	100%
355	20%	20%	20%	20%	20%	100%
356	20%	20%	20%	20%	20%	100%
357	25%	35%	10%	15%	15%	100%
358	15%	25%	15%	15%	30%	100%
359	20%	25%	15%	20%	20%	100%
360	20%	30%	10%	20%	20%	100%
361	20%	20%	20%	20%	20%	100%
362	20%	30%	10%	20%	20%	100%
363	20%	20%	15%	20%	25%	100%
364	25%	35%	15%	15%	10%	100%
365	10%	30%	20%	20%	20%	100%
366	20%	30%	15%	10%	25%	100%
367	20%	20%	20%	20%	20%	100%

368	20%	20%	20%	20%	20%	100%
369	20%	30%	10%	15%	25%	100%
370	20%	20%	20%	20%	20%	100%
371	30%	30%	15%	15%	10%	100%
372	10%	30%	20%	20%	20%	100%
373	20%	20%	20%	20%	20%	100%
374	25%	35%	15%	15%	10%	100%
375	20%	30%	10%	25%	15%	100%
376	20%	20%	20%	20%	20%	100%
377	20%	20%	20%	20%	20%	100%
378	20%	30%	15%	10%	25%	100%
379	20%	30%	10%	20%	20%	100%
380	30%	30%	15%	10%	15%	100%
381	25%	30%	15%	10%	20%	100%
382	20%	20%	20%	20%	20%	100%
383	20%	20%	20%	20%	20%	100%
384	20%	30%	10%	20%	20%	100%
385	20%	20%	20%	20%	20%	100%
386	20%	20%	20%	20%	20%	100%
387	20%	30%	10%	20%	20%	100%
388	20%	20%	20%	20%	20%	100%
389	20%	30%	10%	15%	25%	100%
390	30%	30%	30%	5%	5%	100%
391	20%	20%	20%	20%	20%	100%
392	20%	30%	10%	20%	20%	100%
393	25%	30%	15%	15%	15%	100%
394	20%	20%	20%	20%	20%	100%
395	10%	40%	25%	15%	10%	100%
396	20%	30%	10%	20%	20%	100%
397	20%	20%	20%	20%	20%	100%
398	20%	20%	20%	20%	20%	100%
399	20%	20%	20%	20%	20%	100%



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 19 / 12 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARIELA FERNANDA ARROYO GUAMANÍ JOSELYN KATHERINE YEROVI VINUEZA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: GESTIÓN DEL TRANSPORTE
Título a optar: LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.

