



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES

TESIS
CALIDAD DE SERVICIO DEL TRANSPORTE DE MOTO
TAXI Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL DISTRITO
DE PISCO, 2019

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS
GLOBALES

AUTORES:
Bach. HALL ARIAS, EDGARDO ESTUARDO
Bach. ADVINCULA ESPINO, MANUEL EDUARDO

LIMA – PERÚ
2020

ASESOR DE TESIS

Dr. JUSTINIANO AYBAR HUAMANI

JURADO EXAMINADOR

Dr. FERNANDO TAN WONG
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario

Mg. EDUARDO DIAZ ZARATE
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres: Eduardo y Teresa porque donde quiera que se encuentren, sé que me están apoyando.

A mi esposa, Myriam, y a mis hijos Stuart y Stephanie porque son mi inspiración y apoyo para seguir adelante

Estuardo Hall Arias,

Esta tesis se la dedico a mi madre, porque siempre estuvo alentándome para poder culminar esta hermosa carrera.

A mi esposa, a mis hijos, porque ellos son mi fuerza para seguir avanzando en este camino que hoy se hace realidad

Manuel Advíncula Espino,

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser quien me iluminó y ayudo a terminar este trabajo de investigación.

A mi asesor Dr. Justiniano Aybar, por su apoyo y ayuda incondicional.

Estuardo Hall Arias,

A Dios, por darme sabiduría y fuerza en este trayecto de mi vida.

Especial agradecimiento al Dr. Justiniano Aybar por sus palabras de aliento que motivaron a culminar este proyecto.

Manuel Advíncula Espino,

RESUMEN

El estudio de investigación sobre la “Calidad de servicio del transporte de moto taxi y satisfacción del usuario en el distrito de Pisco, 2019”, se realizó debido al incremento desorganizado del transporte, esto ha ocasionado un alto índice de accidentes y delitos. que se comenten a diario con este medio de transporte, acrecentando el temor y desconfianza de la población. Se aplicó el tipo de investigación correlacional, no experimental, que estudia las relaciones que hay entre dos variables, sin manipular ni modificar su estudio. Llegando a la conclusión que la hipótesis de la calidad de servicio del transporte de moto taxi se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del distrito de Pisco, 2019. De un total de 53 887 habitantes del distrito, se aplicó la fórmula estadística para determinar la muestra y aplicar la encuesta. Se obtuvo como resultado de 382 usuarios del servicio de moto taxi, mayores de 18 años, de sexo masculino y femenino.

De los resultados obtenidos de la encuesta podemos decir, que la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario existe una correlación positivamente alta ($,719^{**}$).

Se realizó este proyecto basándonos en la información obtenida de la Municipalidad, que cuenta con personal capacitado para el desarrollo de estrategias de seguridad ciudadana, por ello, se entregó este aporte a la Municipalidad Provincial de Pisco para que sea aplicada en beneficio de su población.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario

ABSTRACT

The research study about the quality of motorcycle taxi transport service and user satisfaction in Pisco district, 2019, was done due to the increase of disorganized transport, this has caused a high rate of accidents and crimes that are committed daily with this means of transport, increasing fear and distrust of the population. The type of correlational research was applied, non-experimental, that studies the relationship between two variables, without manipulating or modifying the study, coming to the conclusion that the hypothesis of the quality of motorcycle taxi transportation service is significantly related to the user's satisfaction of the district of Pisco 2019.

From a total of 53,887 inhabitants of the district, the statistical formula was applied to determine the sample and apply the survey, the result was 382 users of the motorcycle taxi service over 18 years old, male and female.

Of the results obtained from the survey we can say that the relationship between quality service and user satisfaction there is a positively high correlation ($r = 0.719^{**}$).

This project was carried out based on the information obtained from the municipality which has trained personnel for the development of citizen security strategies. For this reason, this contribution is given to the provincial municipality of Pisco to be applied for the benefit of its population.

Keywords: Quality service, User satisfaction

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INDICES.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
INTRODUCCIÓN	xiv
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1. Planteamiento del Problema.....	16
1.1.1. Base Legal	17
1.1.2. Historia y Evolución.....	18
1.1.3. Lima – moto taxis sin control en la capital	18
1.1.4. Iquitos, la ciudad de los motocarros	20
1.1.5. Pisco: robo, muerte, informalización.....	21
1.2. Formulación del Problema	24
1.2.1. Problema General.....	24
1.2.2. Problemas Específicos.....	24
1.3. Justificación del Estudio.....	24
1.3.1. Justificación Practica.....	24
1.3.2. Justificación Teórica.....	25
1.3.3. Justificación Metodológica	25
1.3.4. Justificación Social	25
1.4. Objetivo de la Investigación	26
1.4.1 Objetivo General	26
1.4.2 Objetivo Especifico.....	26

II. MARCO TEÓRICO	27
2.1. Antecedentes de Investigación	27
2.1.1. Antecedentes Nacionales	27
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	35
2.3. Definición de Términos básicos	65
III. MARCO METODOLÓGICO	70
3.1. Hipótesis de la Investigación	70
3.1.1. Hipótesis General.....	70
3.1.2. Hipótesis Específica	70
3.2. Variable del Estudio	70
3.2.1. Definición Conceptual	70
3.3. Tipo y nivel de la investigación	71
3.3.1. Nivel de investigación	72
3.3.2. Tipos de correlación:	72
3.4. Diseño de la Investigación	72
3.5. Población y muestra de estudio.....	73
3.5.1. Población.....	73
3.5.2. Muestra.....	73
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	74
3.6.1. Técnicas de Recolección de Datos.....	74
3.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos	74
3.6.3. Validación y confiabilidad del instrumento.....	75
3.7. Métodos de Análisis de Datos	80
3.8. Aspectos Éticos.....	80
IV. RESULTADOS	81
4.1. Resultados de la investigación	81
4.1.1. Datos generales	81
4.1.2. Resultados de la Relación entre variables.....	83
4.1.3. Frecuencia.....	85
4.2. Contrastación de Hipótesis	88
4.2.1. Hipótesis general.....	88
4.2.2. Hipótesis específicas	90
V. DISCUSIÓN	96

5.1. Análisis de Discusión de Resultados	96
VI. CONCLUSIONES.....	99
VII. RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
ANEXOS	105
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	106
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	107
Anexo 3: Instrumentos.....	108
Anexo 4: Validación de instrumentos	111
Anexo 5: Matriz de datos	133
Anexo 6: Propuesta valor	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Parque de vehículos menores inscritos, según departamento: 2009-2018.....	22
Tabla 2.	Las 10 Expectativas claves de los clientes	43
Tabla 3.	Alfa de cronbach de calidad de servicio.....	75
Tabla 4.	Alfa de cronbach de satisfacción del usuario.....	77
Tabla 5.	Valores y significados del Alfa de Cronbach.....	79
Tabla 6.	Validación de Expertos.....	79
Tabla 7.	Género de los encuestados	81
Tabla 8.	Análisis de calidad de servicio	83
Tabla 9.	Análisis de satisfacción del usuario	84
Tabla 10.	Análisis de Fiabilidad.....	85
Tabla 11.	Análisis de Seguridad.....	86
Tabla 12.	Análisis de Elementos Tangibles	87
Tabla 13.	Rho de spearman de calidad de servicio con satisfacción del usuario.....	88
Tabla 14.	Tabla cruzada calidad de servicio y satisfacción del usuario	89
Tabla 15.	Prueba de chi-cuadrado de calidad de servicio y satisfacción del usuario.....	89
Tabla 16.	Correlación de fiabilidad con satisfacción del usuario	90
Tabla 17.	Tabla cruzada de fiabilidad con satisfacción del usuario.....	91
Tabla 18.	Prueba de chi-cuadrado fiabilidad con la satisfacción de usuario	91
Tabla 19.	Correlación de seguridad con satisfacción del usuario	92
Tabla 20.	Tabla cruzada de seguridad con satisfaccion del usuario	93
Tabla 21.	Prueba de chi-cuadrado de seguridad con satisfaccion del usuario ..	93
Tabla 22.	Correlación de elementos tangibles con satisfacción del usuario	94
Tabla 23.	Tabla cruzada de elementos tangibles con satisfacción del usuario..	95
Tabla 24.	Prueba de chi cuadrado de elementos tangibles con satisfacción del usuario.....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Evolución del Parque Vehicular 2004 - 2015.....	19
Figura 2.	Moto Taxi en Iquitos	20
Figura 3.	Pisco: Informalidad y caos de los Moto Taxis.....	21
Figura 4.	Evolución del Parque de Vehículos Menores Inscritos: 2009 – 2018	22
Figura 5.	Ocho principios de la gestión de la Calidad.....	45
Figura 6.	Calidad de servicio	47
Figura 7.	Fidelidad del Cliente.....	53
Figura 8.	La fórmula de servicio excelente.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. <i>Genero de los Encuestados</i>	82
Gráfico 2. <i>Análisis Calidad de Servicio</i>	83
Gráfico 2. <i>Análisis de Satisfacción del Usuario</i>	84
Gráfico 2. <i>Análisis de fiabilidad</i>	85
Gráfico 2. <i>Análisis de seguridad</i>	86
Gráfico 6. <i>Análisis de elementos tangibles</i>	87

INTRODUCCIÓN

Consideramos de mucha importancia el presente estudio de investigación, cuyo título es “Calidad de servicio del transporte de moto taxi y satisfacción del usuario en el distrito de Pisco, 2019”.

Hay muchos conceptos para poder definir la calidad del servicio, pero podemos decir que cuando la empresa decide organizarse y tener como objetivo el logro de la mejora de la calidad del servicio inculcando a todos sus trabajadores a lograr la meta, pero como paso fundamental se tienen que conocer las expectativas de los clientes, que es lo que quieren, escuchar las recomendaciones y quejas para poder lograr la excelencia en la calidad y la satisfacción del cliente.

La satisfacción es la expectativa del cliente que al recibir el servicio compara esta expectativa con lo que recibió por el servicio y emite un juicio de valor que puede ser mala, regular o buena, toda empresa desea que los juicios de valor de los clientes sean buenos para poder tener un cliente satisfecho y fiel.

En la parte I, exponemos el planteamiento del problema, en la cual podemos describir situación preocupante que vive la ciudad de Pisco, asimismo formulamos las interrogantes de la presente investigación, la justificación del estudio y objetivos de la investigación.

En la parte II, exponemos el marco teórico, donde analizamos los antecedentes tanto nacionales como internacionales afines a nuestra investigación, las definiciones de términos básico y las bases teóricas.

En la parte III, exponemos los métodos y materiales de nuestra investigación, hipótesis de la investigación, variables del estudio, tipo y nivel de investigación, siendo de tipo correlacional, el diseño de nuestra investigación es No experimental porque no se manipulan las variables, como población tomamos el distrito de Pisco que tiene 53 887 habitantes y como muestra obtuvimos a 382 usuarios del transporte de moto taxi, la técnica usada fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fue la encuesta, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

En la parte IV, se exponen los resultados obtenidos de la investigación analizando los resultados en forma individual y luego comparándola de acuerdo a la hipótesis que se formularon.

En la parte V, exponemos la discusión del análisis de descripción de resultados donde se comprobó y contrastó los resultados haciendo referencia de los resultados obtenidos del Spss v25

En la parte VI, exponemos las conclusiones luego de analizar los resultados estadísticos que se obtuvieron en nuestra investigación.

En la parte VII, planteamos las recomendaciones que ayudarán a resolver los problemas expuestos en nuestra tesis.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

El moto taxi es definido por la Real Academia Española como un peruanismo que significa motocicleta de tres ruedas, En países como Colombia es una actividad común, surge por la necesidad de la población de movilizarse en ciudades del interior del país, donde es difícil el tránsito hacia la carretera, (Moto taxi Wikipedia)

El uso de este medio de transporte en Lima se inició en los 90, como una necesidad de traslado corto y rápido, llamándosele al inicio con el nombre de taxi cholo en alusión a los provincianos que manejaban dicho vehículos, pero esto cambio al incrementarse en más sectores de la población que buscaban generar ingresos económicos ante la falta de empleo, convirtiéndose en una alternativa de transporte como los ómnibus, taxis u otro medio de transporte, pero también con su crecimiento se incrementó el problema de seguridad por la ausencia de control y fiscalización de las autoridades, el mal servicio al pasajero es muy frecuente es este medio de transporte además de algunos delitos como robos al paso y otros. (Diario El Peruano 2016).

En el distrito de Pisco, el servicio de transporte se ha incrementado más, debido al crecimiento poblacional y a la alta demanda de movilizarse de la población, pero muchos de estos servicios son malos e informales ocasionando muchos accidentes de tránsito y pérdida de vidas humanas, y gran parte de estos vehículos son moto taxis (RPP 2017).

El Ministerio del Interior con Resolución Ministerial Nº 809-2019-IN de fecha 03 de junio del 2019, aprobó un listado de los 120 distritos más vulnerables al crimen y la violencia, este listado fue elaborado por la Dirección General de Seguridad Ciudadana en el marco de la estrategia Multisectorial de Barrio Seguro, encontrándose 2 distritos de la provincia de Pisco en el mencionado listado, El distrito de Pisco se encuentra en la ubicación 12, mientras que el distrito de San Clemente figura en la ubicación 18, los indicadores para la elaboración del listado fueron la tasa de homicidios según lugar del hecho, la tasa de victimización y tasa de internos por lugar de residencia. Hecho que alarmo en gran magnitud a toda la población pisqueña. Los continuos asaltos empleando moto taxis han alarmado a la población, acrecentando la desconfianza al

transportarse en algún vehículo con estas características.

Ante esta situación, se hace propicio el desarrollo de la presente investigación científica sobre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, con el fin de que los resultados que se obtengan puedan aplicarse de ser necesario en la Municipalidad Distrital de Pisco.

1.1.1. Base legal

La Ley de Transporte Público de pasajeros en vehículos Menores Ley N° 27189 del 25 de octubre de 1999, tiene por objeto reconocer y normar el servicio de transporte público especial de pasajeros en vehículos menores, moto taxis y similares como un medio de transporte vehicular terrestre, considera como a los vehículos de tres ruedas, especialmente acondicionadas para el transporte de personas.

Mediante **D.S N° 004-2000-MTC** del 01 de febrero del 2000, se aprobó el reglamento nacional de transporte público Especial de pasajero en vehículos motorizados y no motorizados y su modificatoria con **D.S. 055-2010-MTC** del 1 de diciembre del 2010, en su **Artículo 4°** Competencias de las Municipalidades Distritales La competencia de las municipalidades distritales comprende las siguientes facultades:

- **Normar**, aprobar las normas complementarias para la gestión y fiscalización del servicio, sin contravenir los reglamentos nacionales.
- **De gestión**, otorgar los permisos de operación para la prestación del servicio Especial dentro de su jurisdicción
- **De fiscalización**, realizar las acciones fiscalizadoras del servicio especial de mediante la supervisión, detección de infracciones, imposición y ejecución de sanciones por incumplimiento de las disposiciones que regulan dicho servicio dentro de su jurisdicción

En su **artículo 23°** Registro Municipal de Vehículos Menores del Servicio Especial, dice “La Municipalidad Distrital Competente establecerá un Registro Municipal de Vehículos Menores del Servicio Especial, en el cual deberán inscribirse todos los transportadores autorizados, conductores y vehículos menores que autorice de conformidad con este Reglamento”.

1.1.2. Historia y evolución

El Perú se convirtió en el primer país en América Latina en utilizar a los moto taxis como vehículo de transporte público, debido a su fácil adaptación a los diferentes tipos de geografía que hay en nuestro país. Fue principalmente en ciudades como Iquitos, Pucallpa o Puerto Maldonado donde se popularizaron.

El moto taxi se convirtió en una herramienta de trabajo para muchos pobladores, originándose una alta oferta por el servicio, que nos ha llevado a la disminución de la calidad del servicio, rebaja de tarifas, baja rentabilidad del negocio, falta de mantenimiento a las unidades, competencia desleal, etc. lo que conlleva al panorama actual que se manifiesta a través de un alto grado de informalidad, alto riesgo de accidentes de tránsito, asaltos y robos y contribución a empeorar las condiciones ambientales y del tránsito de las principales ciudades.

Hoy en día, es el transporte de pasajeros o de carga más usado en la mayoría de provincias, además de haberse incorporado también a las ciudades de la costa como Trujillo, Chiclayo, Piura, Ica, Tacna, Tumbes y la capital Lima.

Entre las ciudades de la sierra, es el medio de transporte más utilizado en Cajamarca, Ayacucho, Cusco etc.

1.1.3. Lima – moto taxis sin control en la capital

Según cifras de la ONG Luz Ámbar, cerca de 600 mil motos taxis se han apoderado de las avenidas y calles en varios distritos de Lima, el gran congestionamiento vehicular y la carencia de eficientes medios de transporte público ha ocasionado que las personas usen las polémicas y no menos cuestionadas y peligrosas moto taxi. Al respecto, el presidente de la ONG Luz Ámbar, Luis Quispe Candia, señaló que actualmente más del 40% de moto taxis son informales, situación por la que responsabilizó a las autoridades municipales.

La Ley 27189, que rige el servicio de moto taxis, dispone que los alcaldes distritales son los encargados de administrar ordenar y fiscalizar el servicio de estos vehículos, pero la situación es otra, los alcaldes en vez de fiscalizar autorizan sin criterio y no ponen orden. El experto señaló además que la ley vigente solo considera permisos para el tránsito de estos vehículos en zonas alejadas de la ciudad, donde no llegaran los

vehículos mayores, pero esta medida no se respeta y en distritos como Comas, Independencia, San Martín de Porres, Lince, San Miguel y Barranco, las motos taxis se desplazan cerca de autos y vehículos de transporte público.

Según el **Plan Estratégico Nacional de Seguridad Vial PENsv 2017 – 2021** aprobado con **D.S. 019-2017-MTC**, que es el nuevo instrumento de gestión que permitirá continuar con la política Nacional de Seguridad Vial en nuestro país, comunica que el parque vehicular aumentó, y lo hace de manera acelerada, en el primer quinquenio del nuevo siglo, manteniendo su tendencia dada al buen performance de nuestra economía y nivel de ingresos de nuestra población. Este parque se logra concentrar en lima metropolitana y principalmente en las principales ciudades del país. El nuevo fenómeno que nos aborda está relacionado con el ingreso de los vehículos menores. El moto taxi ingresa en el escenario de la movilidad urbana y como tal jugara un factor importante en la seguridad de los usuarios. Cabe destacar el crecimiento acelerado del parque de vehículos menores con la irrupción de las motos y moto-taxis, supera a los vehículos mayores.

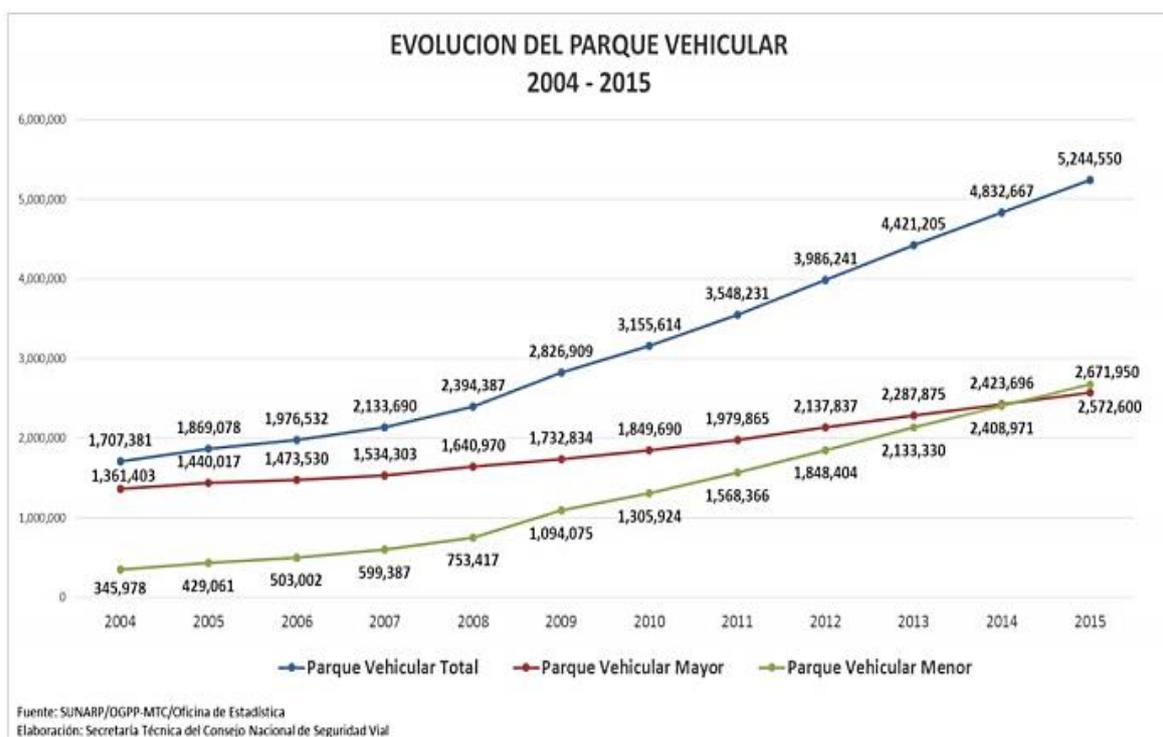


Figura 1. Evolución del Parque Vehicular 2004 - 2015
Fuente: Sunarp - MTC

1.1.4. Iquitos, la ciudad de los motocarros

Los moto taxi llamado en Iquitos motocarro vulneran todas las normas de tránsito sin que la autoridad municipal pueda hacer algo, en Iquitos se calcula que existen cerca de 40 mil de estos vehículos congestionando el tránsito en esta ciudad. Aproximadamente el 25% de la población que tiene 550 551 habitantes, depende de esta actividad directa o indirecta para sobrevivir, hay que tener en cuenta que muchas de estas unidades tienen más de 20 años de antigüedad.

Mientras que por un lado brindan un servicio efectivo y rápido, por el otro significan un peligro de seguridad para choferes y usuarios, y es que las calles de Iquitos tienen un solo carril, zigzaguean amenazantes decenas de “motokares”, cerrando el paso a carros y motos lineales en su loca carrera por ganar pasajeros, sin respetar las luces del semáforo.

Además, es el principal vehículo causante de más ruido en la ciudad, superando por largo el límite deseable que es de 70 decibeles, actualmente este registra 115 decibeles; lo que afecta la salud de los ciudadanos.



Figura 2. Moto Taxi en Iquitos
Fuente: Pro&Contra

1.1.5. Pisco: robo, muerte, informalización

El distrito de Pisco se ha convertido en unas de las ciudades más peligrosas, donde los delincuentes utilizan los llamados moto taxis para realizar sus fechorías a cualquier hora del día.

En el distrito de Pisco según el plan de seguridad ciudadana hay más de 7 000 moto taxis, habiendo muchas denuncias contra las personas y robos cometidos con este medio de transporte. Es por ello que la Municipalidad Distrital de Pisco ha tomado cartas en el asunto, haciendo un trabajo unificado con la Policía Nacional del Perú para erradicar la delincuencia realizando operativos, patrullaje en conjunto por toda la ciudad entre el cuerpo de serenazgo de la municipalidad de pisco y la Policía Nacional.

A todo esto, se suma la informalización que existe al adquirir estos vehículos donde muchos lo utilizan de fachada creando el desorden y pánico a las personas de ésta ciudad.

Esta Municipalidad otorga licencia de conducir induciendo a la formalización bajo la Ley N° 27189 – Ley de Transporte Publico Especial de Pasajeros y el Decreto Supremo N° 007-2016-MTC, que aprueba el reglamento nacional del sistema de emisión de licencias de conducir



Figura 3. Pisco: Informalidad y caos de los Moto Taxis
Fuente: La lupa

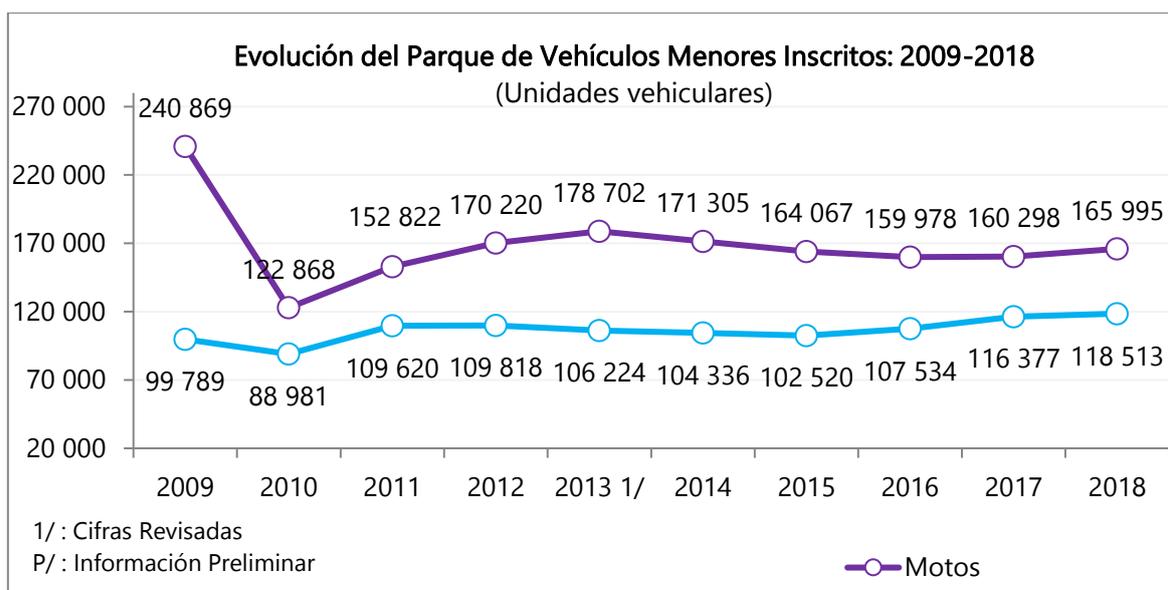


Figura 4. Evolución del Parque de Vehículos Menores Inscritos: 2009 – 2018
Fuente: Sunarp

Tabla 1.
Parque de vehículos menores inscritos, según departamento: 2009-2018
(Unidades)

Dpto.	2009	2010	2011	2012	2013 1/	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	340	211	262	280	284	275	266	267	276	284
	658	849	442	038	926	641	587	512	675	508
Motos										
Total de Motos	240	122	152	170	178	171	164	159	160	165
	869	868	822	220	702	305	067	978	298	995
Amazonas	8 017	2 425	3 467	2 950	2 675	2 263	1 948	1 510	1 483	1 678
Ancash	4 307	857	1 148	1 653	2 046	2 683	2 934	3 123	2 954	3 004
Apurímac	152	269	245	460	833	876	826	952	1,105	992
Arequipa	3 256	3 924	4 304	5 619	5 771	5 428	4 236	3 929	3 970	3 713
Ayacucho	1 360	1 581	1 995	2 506	3 231	3 374	2 670	2 515	2 229	2 113
Cajamarca	24 594	6 635	9 515	9 730	8 752	7 896	7 593	8 475	8 530	9 187
Cusco	3 616	4 420	7 141	7 183	10 038	8 127	6 574	6 263	6 040	6 187
Huancavelica	57	27	86	211	317	354	254	399	309	286
Huánuco	41 872	6 691	6 613	7 712	8 566	8 354	7 683	7 061	6 087	5 407
Ica	1 694	2 618	3 262	4 421	3 917	3 988	4 274	4 364	4 755	4 970
Junín	27 822	6 072	9 798	8 066	6 905	7 074	8 084	8 365	7 931	7 891
La Libertad	3 546	4 285	5 745	8 394	9 507	8 391	7 021	7 124	6 343	6 979
Lambayeque	58 941	6 674	9 120	11 177	8 967	9 655	9 106	8 398	8 111	8 125
Lima	23 902	30 352	38 495	45 318	53 514	47 326	47 853	46 738	50 133	51 899
Loreto	7 004	12 478	8 480	8 057	7 422	8 127	8 045	7 140	6 801	7 879
Madre de Dios	4 165	5 016	6 285	5 878	5 007	4 608	4 109	3 828	3 963	4 071
Moquegua	225	265	192	319	333	251	117	123	121	141
Pasco	1 584	45	147	241	349	448	365	323	232	228
Piura	6 144	7 352	9 565	12 335	11 443	11 636	11 536	10 859	10 569	12 481
Puno	4 180	3 157	3 937	5 275	5 748	5 424	5 752	6 345	6 147	6 386

San Martín	7 595	10 189	14 325	12 821	12 387	13 609	13 722	12 799	13 257	13 292
Tacna	1 259	1 174	1 399	1 508	1 715	1 757	1 248	1 267	1 136	1 082
Tumbes	328	243	341	445	449	391	238	196	458	314
Ucayali	5 249	6 119	7 217	7 941	8 810	9 265	7 879	7 882	7 634	7 690
Mototaxis										
Total de Mototaxis	99 789	88 981	109 620	109 818	106 224	104 336	102 520	107 534	116 377	118 513
Amazonas	1 135	1 421	2 266	1 323	1 270	987	1,111	916	1,186	1,705
Ancash	1 651	321	559	468	593	683	617	588	500	502
Apurímac	6	2	6	14	58	119	208	268	236	245
Arequipa	252	315	649	941	822	703	562	513	668	605
Ayacucho	44	212	289	417	443	535	292	250	278	281
Cajamarca	6 545	2 843	3 807	3 517	3 023	2 428	2 769	3 103	3 378	3 755
Cusco	472	748	1,136	745	1 114	879	489	494	625	765
Huancavelica	0	0	2	17	33	41	5	25	200	27
Huánuco	9 849	2 072	2 235	2 559	2 083	1 812	1 670	2 051	1 895	1 907
Ica	34	298	1,096	1,043	400	736	1,220	1,607	1,749	1,828
Junín	9 544	1 666	2 463	2 270	2 204	2 259	2 458	2 758	2 769	3 006
La Libertad	917	1 433	1 325	1 505	1 984	1 839	1 109	1 039	0 904	1 010
Lambayeque	24 458	11 004	15 002	14 832	12 469	13 243	14 872	16 789	19 985	18 183
Lima	24 093	34 991	45 176	46 574	48 781	47 941	44 855	46 008	48 786	49 920
Loreto	3 298	7 211	4 165	4 013	3 957	3 967	4 123	4 191	4 872	5 078
Madre de Dios	714	898	1 123	1 273	1 079	908	1,015	1,317	1,472	1,758
Moquegua	0	20	38	35	45	69	64	18	11	6
Pasco	157	1	7	8	63	62	44	45	48	30
Piura	6 487	7 834	8 704	8 893	7 338	6 481	6 347	4 701	4 622	4 383
Puno	0	2 208	3 550	4 918	4 425	3 699	3 665	4 368	4 217	4 276
San Martín	4 587	7 108	8 825	6 624	5 932	6 602	8 024	8 196	9 400	9 864
Tacna	0	227	264	501	489	548	494	457	563	621
Tumbes	249	141	169	242	199	144	65	56	96	83
Ucayali	5 297	6 007	6 764	7 086	7 420	7 651	6 442	7 776	7 917	8 675

1/: Cifras Revisadas.

Fuente: Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)

Elaboración: MTC - OGPP - Oficina de Estadística

Como se puede apreciar en el cuadro de la evolución del parque de vehículos menores Inscritos, donde se encuentra incluido el moto taxi, que ha sido elaborado por la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP en el año 2009 había registrado 99 789 moto taxis y al 2018 hay registrados 118 513, Asimismo, en el cuadro Parque de Vehículos Menores Inscritos, según Departamentos, se puede apreciar que en el Departamento de Lima al 2009 había registrado 24 093 aumentando al 2018 a 49 920 moto taxis, También podemos observar que en el Departamento de Ica en el año 2009 se registraron 34 Moto taxis

al 2018 se encuentran registrados 1 828, teniendo en cuenta que estos datos solo son de moto taxis registrados o formales, comparándolo con lo expresado por el presidente de la ONG Luz Ámbar, Luis Quispe Candia, que en Lima habría cerca de 600 000 moto taxis entre formales e informales.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

PG ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio del transporte de moto taxi con la satisfacción del usuario en el distrito de Pisco, 2019?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1 ¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019?

PE 2 ¿Cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019?

PE 3 ¿Cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación practica

El presente estudio tiene como objetivo medir el grado de calidad de servicio del transporte de moto taxi y la satisfacción del usuario en el distrito de Pisco 2019, teniendo en cuenta que el servicio de moto taxi abarca a todo el Distrito de Pisco.

Con la presente investigación y tomando como referencia las encuestas que se realizan se podrá realizar las recomendaciones que se aplicaran en la vida práctica de la población, la información que se encuentra en esta tesis servirá para tomar medidas que mejorarían el servicio de moto taxi en el distrito de Pisco, y se obtendría como resultado mejora en la seguridad y ordenamiento del tránsito.

1.3.2. Justificación teórica

Esta investigación describe la problemática que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019 en el marco de los antecedentes nacionales e internacionales y las teorías científicas aplicadas. Las variables aplicadas y desarrolladas teniendo por autores a Alcaide (2015) que nos explica que para alcanzar la calidad del servicio lo fundamental es conocer y satisfacer las expectativas de los clientes luego organizarse y trabajar para satisfacer y darle a los clientes lo que esperan y para la satisfacción el autor Actualidad Empresa (2017) define la satisfacción del cliente como la percepción de cada cliente basado a su experiencia recibida posteriormente evalúa y califica el servicio recibido. Esta investigación será explicada y corroboradas con los antecedentes tanto nacionales e internacionales similares a esta investigación.

1.3.3. Justificación metodológica

La metodología utilizada en nuestra investigación es descriptiva correlacional, porque describe los hechos situaciones y fenómenos que ocurren en un contexto de tiempo, la correlación nos permite saber la relación existente entre ambas variables, como diseño de investigación es no experimental porque se evalúan todos los hechos o sucesos sin alterar las variables. Los instrumentos y las técnicas (cuestionarios y encuestas) usadas para el análisis de la información se podrán utilizar en otros estudios similares donde se requiera compara o medir la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

1.3.4. Justificación social

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones y su Reglamento Nacional de Administración del Transporte aprobado con D.S. N° 017-2009-MTC, regula el servicio de transporte privado y público de personas, con el fin de otorgar mayor seguridad a los usuarios y un servicio de calidad, pero el transporte de moto taxi incumple dicho reglamento, al dejar a los pasajeros en paraderos no autorizados, maltratando a los usuarios y ocasionando accidentes de tránsito por no respetar sus reglas, El Plan Local de Seguridad Ciudadana del distrito de Pisco 2019, comunica sobre la creciente delincuencia que hay en el distrito, muchos de estos

delitos son realizados por delincuentes que se movilizan en moto taxi, (pág., 12), del mismo modo informa que actualmente hay más de 7 000 moto taxis en el distrito, pero solamente empadronados hay 3 700 (pág., 13).

El presente estudio es de suma importancia porque permitirá obtener resultados que contribuirán al conocimiento de la problemática objeto de esta investigación.

1.4. Objetivo de la investigación

1.4.1 Objetivo general

OG. Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio del transporte de moto taxi con la satisfacción del usuario en el Distrito de Pisco, 2019.

1.4.2 Objetivos específicos

OE 1 Determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019

OE 2 Determinar cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019

OE 3 Determinar cómo el elemento tangible se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

2.1.1. Antecedentes Nacionales

En la tesis de Culqui, L., y Trigos, M. (2018) *“Calidad del Servicio y Satisfacción al Cliente del Terminal Terrestre de Chachapoyas, Amazonas-2018”*. (Tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública) Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

El objetivo de los investigadores fue determinar la correlación entre calidad del servicio que brinda el terminal terrestre de la ciudad de Chachapoyas – región de Amazonas, y la satisfacción de los clientes, su estudio se justifica por las condiciones poco eficientes en los paraderos de subidas y bajadas de los pasajeros a los buses, déficit en seguridad ciudadana, congestión vehicular y mucho comercio ambulatorio, pretendiendo saber cuál es la opinión que tiene los usuarios con respecto a los servicios que reciben en el terminal de Chachapoyas.

Problema general: ¿Qué correlación existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente del terminal terrestre de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas, durante el año 2018?

Objetivo general: Determinar la correlación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente del terminal terrestre de la provincia de Chachapoyas, de la región Amazonas, durante el año 2018.

El tipo de investigación utilizado por los tesisistas fue descriptivo correlacional y el diseño de investigación aplicado fue No experimental-transversal, porque su objetivo era recabar datos en un momento dado, con el objetivo determinar la relación de ambas variables, la calidad del servicio con la satisfacción del cliente del terminal terrestre de la provincia de Chachapoyas en la región Amazonas.

El investigador aplicó el instrumento a 30 personas tanto hombre como mujeres que asisten al terminal terrestre de Chachapoyas, y usan el servicio referido, dividiendo a la población en sub grupos y seleccionando aleatoriamente a

las personas, en su fórmula estadística aplicada hay un nivel de confianza del 95% y los instrumentos que el investigador utilizó fueron las fichas textuales de resumen que abrevia la información pero manteniendo la idea principal y parafraseo o descrita por el mismo investigador.

Para la presente investigación se aplicó la recolección de datos mediante el método de cuestionario a 30 usuarios del terminal terrestre de la ciudad de Chachapoyas – Amazonas, utilizando como método de medición la escala Likert que tiene como finalidad valorar la opinión de las personas, aplico una escala a la variable calidad del servicio de 1 como totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo y a la variable satisfacción del cliente la escala fue 1 Muy mala y 5 Muy Buena, para esta investigación los tesistas utilizaron el coeficiente del alfa de Cronbach, para medir la confiabilidad de los instrumentos.

Del total de entrevistados el 56.7% fueron hombres y 43.3% fueron mujeres, el nivel de satisfacción de los usuarios con relación al servicio que presta la empresa, para el 36.7% es regular, para el 33.1% es buena y lo que manifestaron que es muy mala fue el 1.4%.

Las conclusiones a las que llegaron los investigadores fueron:

- La existencia de una correlación moderada entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario del terminal terrestre de la provincia de Chachapoyas año 2018
- Sobre la percepción y expectativas de la calidad del servicio el 52% de los usuarios del terminal terrestre dijo estar de acuerdo
- El nivel de satisfacción, es 36.7% regular, 33.1% buena y 1.4% muy mal, con relación al servicio de la empresa de transporte de Chachapoyas.
- Con respecto a las dimensiones de calidad del servicio con la satisfacción del usuario de la empresa de transportes de Chachapoyas existe una relación moderada.
- La percepción del usuario de la empresa de transporte de Chachapoyas de la infraestructura y la satisfacción del cliente, su relación es alta

- La relación entre la satisfacción del cliente y la percepción de la fiabilidad es alta.
- La satisfacción del cliente y la percepción de capacidad de respuesta, su relación es moderada.
- Moderada es la relación de la percepción de la empatía y la satisfacción del cliente.
- Moderada es la relación de la seguridad y la satisfacción del cliente.
- Alta es la relación de satisfacción del usuario y la infraestructura.
- Moderada es la satisfacción del usuario con la expectativa de la fiabilidad.
- Baja es la satisfacción del cliente con la capacidad de respuesta.
- Moderada es la satisfacción del cliente con la empatía de la empresa de transporte de Chachapoyas.
- Baja es la satisfacción del cliente con relación a la seguridad de la empresa de transporte de Chachapoyas.

En la tesis de Quispe, Y. (2015) “Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en el servicio de Traumatología del Hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas – 2015”. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas) Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú.

En su trabajo de investigación, el tesista quiere conocer cómo se relaciona la calidad del servicio con la satisfacción del usuario de traumatología del Hospital Hugo Pesce Pecetto de la ciudad de Andahuaylas - 2015, la población manifiesta que existe un inadecuado trato, demora en la atención del servicio y deficiente atención por parte del personal del hospital, por este motivo se puede considerar como mala la calidad del servicio del referido Hospital.

Justifica su investigación con el objetivo de conocer el nivel de calidad de servicio del hospital en mención, que si es deficiente generara la ausencia de pacientes y más bien el crecimiento de pacientes en los hospitales privados por su

mejor atención, teniendo en cuenta que en este servicio está en juego el bienestar de la salud de los pacientes que acuden al hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto de la ciudad de Andahuaylas.

Problema general: ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del Hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas-2015?

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas - 2015.

La metodología utilizada en esta investigación es de enfoque cuantitativo pues utiliza la recolección de datos para probar su hipótesis, y de tipo correlacional, porque lo que quiere es evaluar la relación entre sus dos variables que son la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, el tipo de diseño para esta investigación es No experimental, pues sus variables no se manipulan, y se analizan y estudian los hechos después de ocurridos.

Su investigación la aplicó a una población de muestra referencial de 159 pacientes del hospital, del servicio de traumatología, aplicando como técnica de investigación la encuesta, y como instrumento uso el cuestionario, usando para la primera variable calidad del servicio veintiocho ítems y para la segunda variable satisfacción del usuario nueve ítems, para el análisis de los resultados uso la estadística descriptiva utilizando gráficos, tablas, usando el programa estadístico SPSS 22.

El tesista llegó a las siguientes conclusiones:

Se encontró la tesis del investigador Secce, I. (2018). En su tesis de investigación lleva por título "*Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en las Empresas de Moto Taxi del Distrito de Andahuaylas, 2017*". (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas), Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú.

En la ciudad de Andahuaylas según el tesista el incremento de los vehículos menores llamados moto taxis ha alcanzado a más de 1035 unidades y las quejas

de los pobladores por el servicio que ofrecen va en aumento, las principales causas son: hay un deficiente trato a los pasajeros, no quieren llevar a los ancianos y niños, no hay limpieza en las motos taxis y en los conductores.

Como justificación a su investigación el tesista tuvo por motivo determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de las empresas de moto taxi, con el objetivo de identificar las causas del mal servicio y poder optimizar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en las empresas de Moto taxi del Distrito de Andahuaylas 2017.

Problema general: ¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios de las empresas de moto taxi en el distrito de Andahuaylas?

Objetivos generales: Determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios de las empresas de moto taxi en el distrito de Andahuaylas, 2017.

En cuanto a la metodología de investigación utilizada es cuantitativa, el tipo de investigación es correlacional y su diseño No experimental. La población para su estudio este tesista considero a 17 333 pobladores de 18 a 50 años y considero como muestra probabilística a 200 clientes de moto taxis, y utiliza como instrumento de la recolección de datos la encuesta, además de utilizar el sistema estadístico SPSS V23 donde realizó medida ponderada alfa de cronbach.

Finalmente, a la conclusión que arribó el investigador fue:

- el objetivo general de relación de calidad de servicio y la satisfacción del usuario fue de positiva moderada de 0,682.
- El primer objetivo específico es la relación entre la satisfacción del usuario y la empatía hay una relación positiva moderada de 0,444.
- El segundo objetivo específico de relación entre satisfacción del usuario y fiabilidad fue de positiva baja de 0,362.
- El tercer objetivo específico de relación entre satisfacción del usuario y seguridad fue de positiva moderada de 0,612.

- El cuarto objetivo específico de relación entre satisfacción del usuario y aspectos tangibles fue de positiva moderada 0,611.
- El quinto objetivo específico de relación entre satisfacción del usuario y capacidad de respuesta fue de positiva moderada de 0,511

Se encontró la tesis del investigador Huancollo, J. (2018). En su tesis de investigación lleva por título “Calidad de Servicio y la Satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017”. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración), Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Perú.

El tesista investigó los factores que causan que el personal no pueda realizar un buen servicio a los usuarios, determinando que una de las causas es la monotonía laboral de parte del personal de la Municipalidad Distrital de Tacaro – Huancané – Puno, otras causas indicadas por el tesista son la desmotivación laboral, el desconocimiento de los procesos y la casi nula capacitación del personal.

El tesista justifica su estudio, indicando que permitirá saber cómo la calidad del servicio se relaciona e influye en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017, asimismo, el resultado servirá como base para otros tesis para estudios similares,

Problema General: ¿De qué manera influye la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017?

Objetivos generales: Demostrar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017.

La metodología que utiliza el investigador en su estudio, es de investigación aplicada, como diseño es no experimental – transeccional - correlacional causal, usando para su estudio como base para la recolección de datos a los habitantes de Taraco – Huancané que está conformado por 14,014 habitantes información obtenida según INEI.

La muestra probabilística para su trabajo de investigación le arrojó como resultado a 374 usuarios que concurren a la Municipalidad de Taraco – Huancane

– Puno, utilizando para recolección de datos la encuesta, usando un cuestionario de 48 preguntas.

El proceso de la información recolectada la proceso en excel y el SPSS.

Finalmente, el investigador llego a las siguientes conclusiones:

- Hipótesis especifica 1, determina que hay influencia positiva del 0.482 que es muy significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, afirmando que la atención, los horarios no tiene satisfechos a los usuarios a la Municipalidad de Tacaro – Huancané Puno.
- Hipótesis especifica 2, determina que existe una influencia positiva de 0.429 muy positiva entre la capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios
- Hipótesis especifica3, determina que hay una influencia positiva media del 0,521 muy significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Tacaro – Huancané – Puno
- Hipótesis especifica 4, el tesista concluye hay una influencia positiva media del 0.521 muy significativa, entre fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Tacaro – Huancané – Puno
- Hipótesis especifica 5, determina que existe influencia positiva del 0.482 muy significativas entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad de Tacaro – Huancané – Puno

Se encontró la tesis de los investigadores Arhuis, F, y Campos, Y. (2016). En su tesis de investigación lleva por título “Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal – Huancayo 2015”. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración), Universidad Nacional del Centro del Perú.

En la ciudad de Huancayo los tesistas, en su investigación sobre la calidad del servicio de la empresa Automotriz San Cristóbal influye en la satisfacción de los usuarios de la ciudad de Huancayo, asimismo proponer estrategias que sean aplicadas por la empresa para mejorar la calidad del servicio.

La justificación de los tesisistas se enmarca en la satisfacción que deben tener los clientes al recibir los servicios, también manifiestan que existe la necesidad de corregir los problemas de calidad del servicio de la empresa de transporte, sabiendo que este servicio abarca a casi toda la región centro del país.

Problema general: ¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa Automotriz San Cristóbal - Huancayo 2015?

Objetivo general: Determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa Automotriz San Cristóbal - Huancayo 2015.

El método es la científica, la investigación de tipo descriptivo – explicativo de base No experimental y corte transversal. La población que utilizaron los tesisistas es la base de datos registrada en la empresa Automotriz San Cristóbal que usaron como medios de transporte durante el primer trimestre del 2015, siendo esta población de 484 personas, la muestra obtenida después de aplicar la fórmula estadística arrojó a 36 clientes, utilizando como instrumento para el estudio de las variables SERVPERF.

Los tesisistas llegaron a las siguientes conclusiones:

- Como objetivo general determinaron que la calidad de servicio está relacionada directamente con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte San Cristóbal, con un 82% de la variación de satisfacción del cliente.
- Se determinó que la confiabilidad del servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal.
- Se determinó que la sensibilidad del servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal.
- Se determinó que la seguridad del servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal.
- Se determinó que la empatía del servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal.

- Se determinó que la tangibilidad del servicio influye directamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal.

2.1.2. Antecedentes internacionales

En la tesis Moran, G. (2016) *“Análisis de la Calidad del Servicio de Transporte Urbano de Buses en la Ciudad de Esmeralda desde la Óptica del Usuario”*. (Tesis de grado previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas Mención Planeación) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas, Ecuador.

El Investigador hace un análisis del transporte de buses en la Ciudad de Esmeralda, Ecuador, justificando su análisis porque la empresa cuenta con casi 60 años de servicio en la ciudad, siendo este servicio deficiente y teniendo muchas quejas por parte de la población, la investigación que hizo el tesista permitió conocer la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios que utilizan el transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeralda, con el fin de determinar las causas del deficiente servicio y poder aplicarlas para la mejoras del servicio de transporte de la ciudad de Esmeralda – Ecuador.

Para el estudio de esta investigación de tipo descriptivo, su objetivo fue describir el comportamiento y características del conjunto de datos recolectados, por medio de gráficos, resúmenes y tablas, además utilizo como técnica de investigación la observación, encuesta y entrevista, realizando la encuesta a 407 personas mayores de 15 años en las parroquias urbanas de la Ciudad de Esmeralda que cuenta con 189 504 habitantes, realizo la entrevista a dos directivos y cuatro socios de las organizaciones de transporte de la ciudad, asimismo con la observación pudo obtener información visual sobre la congestión del servicio de transporte, estado de los buses, la calidad del servicio.

Como resultado de su investigación pudo obtener que el 61.43% de la población lo usa 1 a 2 veces diarias, el 31.45% lo hace 3 o 4 veces al día y solo 1.71% no lo usa, determinando que el 98.29% de la población encuestada hace uso del servicio de transporte diario.

Sobre las expectativas que quiere tener el usuario sobre el buen trato de

parte del chofer tuvo un 90.17% de los encuestados, manifestando en algunos casos que los choferes no esperan a los usuarios haciéndolos subir a la carrera, a esto se suma el mal trato por parte cobrador al exigir el pasaje. Sobre los aspectos de limpieza y comodidad de los buses para 79.60% de los usuarios es regular y mala, otro aspecto que considero el investigador es la calificación sobre como maneja el conductor el cual arrojó en la encuesta el 78.63% de regular y mala, manifestando que manejaban a excesiva velocidad a veces por ganar pasajeros a la competencia.

Sobre la encuesta realizada se consultó a los usuarios de forma general sobre el servicio que prestan las empresas de transporte, teniendo como resultado que el 93.85% de los usuarios de transporte lo califica de regular, mala y muy mala, no estando de acuerdo con el servicio prestado.

El investigador propone el establecimiento de diálogos entre las empresas que prestan servicio de transporte en la ciudad de Esmeralda con fin de intercambiar opiniones, quejas y soluciones a problemas frecuentes y así poder dar un óptimo servicio, del mismo modo propone que se efectúe una evaluación anual del servicio que se presta.

En la tesis de Armada, E, (2015) "La satisfacción del usuario como indicador de la calidad del servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis y Evolución". (Tesis para optar el grado de Doctor) Universidad de Murcia - España.

El tesista en su trabajo de investigación tuvo como primer objetivo el identificar como ha sido la evolución de la satisfacción del usuario con los servicios deportivos municipales teniendo como referencia dos momentos de tiempo los años 1991 y 2015, tomando como criterios, aspectos generales de investigación percibida por los usuarios, calidad de las infraestructuras y del material de deportes, personal, pago del servicio, información sobre actividades deportivas.

Su segundo objetivo es estudiar la satisfacción que perciben los usuarios al momento de usar las instalaciones deportivas en el año 2015, subdividiéndolo por género, edad y situación profesional, tomando como criterios aspectos generales de satisfacción recibidas, calidad de las infraestructuras y del material deportivo, personal, pago del servicio, información sobre actividades deportivas.

El servicio municipal de deportes utiliza como criterio para determinar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, las encuestas a los usuarios, teniendo como finalidad comparar las encuestas del año 1991 con las del año 2015. La población objeto de este estudio estaba compuesta para el año 1991 por 4,199 usuarios y para el año 2015 por 20,000 usuarios de los centros deportivos, para el tamaño de la muestra se usó la fórmula variables Proporcional y poblaciones finitas. Las muestras recolectadas para el año 1991 fueron de 552 usuarios de 10 centros deportivos y para el año 2015 fue de 677 de 17 centros deportivos que administra el Ayuntamiento de Cartagena.

El investigador realizó un análisis descriptivo de las muestras, resumiendo los datos en figura y tablas, con el objetivo de comparar las respuestas de los usuarios de los cuestionarios del año 1991 con las 2015, utilizando la prueba t de student que se usa para cotejar la medida de dos grupos independientes, utilizando la estadística de Statistical Package for the Social Sciences -SPSS para el análisis de los datos como p valor de $p < 0.05$.

Finalmente, a las conclusiones que llegó el investigador fueron:

- Los valores medios de satisfacción percibida es alta con respecto a los usuarios de las instalaciones deportivas, con una pequeña diferencia a favor del año 1991.
- La valoración de las instalaciones y material deportivo actualmente es superior a la que recibían en el año 1991.
- El valor en la calidad de personal es alto, pero es menor en comparación a los del año 1991
- El valor del coste y forma de pago de los servicios es parecido en los años 1991 y 2015.

De los resultados obtenidos indican mejores niveles de satisfacción percibida por los usuarios del servicio Municipal en año 1991.

Se encontró el estudio realizado por Sánchez, A. (2017). En su tesis llamada *"Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa"*. (Tesis Previo a conferirle el título de Administradora de Empresas en el grado académico de licenciada) Universidad Rafael Landívar,

Zacapa, Guatemala.

El tesista en su trabajo de investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio al cliente, determinando en los clientes la existencia de una brecha de insatisfacción, realizando así una evaluación de 360° para fines de su desarrollo, esta evaluación es principalmente para los jefes o altos ejecutivos y personal de trabajo.

Se tomó como muestra a 88 personas (70 clientes, 14 colaboradores y 04 directivos), donde se diseñó 02 cuestionarios formulando 22 preguntas de medición perspectiva y 22 preguntas de medición expectativa; utilizando la escala de Likert, donde se tomó como 05 puntos a los clientes muy satisfechos y 01 a los clientes muy insatisfecho, dando como resultado un nivel bajo en lo que respecta a calidad de servicio ya que arrojó como resultado un margen de -0.18, esto cabe indicar que las expectativas del cliente no sobrepasan las percepciones.

En cuanto a la metodología, basado en la escala de Likert se utilizó el Método Servqual basándose a las cinco dimensiones como: elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y fiabilidad donde se midió la calidad de servicio y las brechas de insatisfacción; se considera que la investigación aplicada es de tipo descriptivo.

Así mismo, en la variable calidad del servicio luego de la evaluación realizada arrojó como índice -0.18, lo que indica la insatisfacción de los usuarios o clientes que reciben el servicio, llegando a identificar diferencias de percepción entre los trabajadores y los directivos referente a las expectativas de los clientes, esto indica que los directivos no están en contacto directo con los clientes sino los trabajadores del restaurant.

La conclusión que arribó Sánchez en su investigación, es al restaurante Pizza Burger Diner de Gualán tiene una brecha de insatisfacción de los clientes con un promedio de -0.17 que corresponde a elementos tangibles -0.22, seguida por capacidad de respuesta -0.21, empatía -0.16, fiabilidad -0.14 y confiabilidad -0.13. Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones superan las expectativas de los clientes.

En la tesis López, D. (2018) Calidad del servicio y la Satisfacción de los

clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil (Tesis de grado previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador.

El tesista realiza un estudio para determinar la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil Ecuador, teniendo en cuenta que en su país hay un proceso de incremento de locales de restaurantes, lo cual hace que la competencia cada día sea más dura y exigente, del resultado de esta evaluación se podrá determinar mejores decisiones y poder crear un mejor ambiente y mejorar la relación con los clientes.

Realizaron una investigación descriptiva, que le permitió conocer las variables, características y preferencias que influyen en los clientes al decidir por el restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.

El esquema planteado para esta tesis es de estudio de corte transversal no experimental, tomando como muestra base a los asistentes del restaurante que fueron 7,280 en los últimos tres meses, la determinación de la muestra a encuestar resulto para 365 asistentes.

Para las 25 preguntas, las cuales contenían 5 dimensiones de la variable Calidad, que eran tangibles, confiabilidad, respuestas, garantía y empatía, se utilizó la escala LIKERT y el programa estadístico SPSS para su análisis.

A las conclusiones que llegó el tesista es que determino que es muy relevante el buen servicio al cliente, esto depende del fracaso o éxito de cualquier empresa, la satisfacción al cliente es primordial en una organización.

Pudo determinar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, los equipos, las comidas, la confiabilidad del personal, pero por otra parte, llego a la conclusión que existen clientes insatisfechos con el personal de servicio que no brinda un trato personalizado, muy poco personal y no están capacitados, esto se manifiesta en la demora en la atención del servicio, pudiendo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.

En la tesis, Rivera, S. (2019) Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador (Tesis de grado previo a la obtención del Grado Académico de: Magister en Administración de Empresas) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador.

La empresa Greenandes se dedica a la exportación e importación de contenedores a puerto a nivel mundial, el tesista tiene como objetivo determinar el grado de calidad de servicio de la empresa en mención, teniendo en cuenta que nos encontramos en un mundo globalizado donde la competencia es cada vez más difícil y dura, asimismo el tesista quiere comprender cuales son las expectativas y percepciones que tienen los clientes, con el fin de brindar un buen servicio. Este proceso comprende realizar acciones estratégicas que permitan lograr un mejor impacto en el servicio y el logro de cambios que sean sostenibles.

El tipo de investigación utilizado es del enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, porque describe situaciones, hechos, sucesos a estudiar, el diseño utilizado es una investigación no experimental transversal.

El instrumento de medición que se aplicó a este estudio es el modelo SERVQUAL que se usa para la evaluación de la calidad del servicio a diversos tipos de empresas.

Para la recolección de datos utilizaron dos cuestionarios, para medir las expectativas y las percepciones de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador, ambos cuestionarios constan de veintidós preguntas, con cinco dimensiones que son, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Para la población objeto de este estudio se determinó que fueran todos los clientes que tenía la empresa Greenandes Ecuador, con un total de 336 a la fecha del estudio, aplicando la técnica de muestreo probabilístico y aplicando la formula estadística para determinar el tamaño de la muestra, el resultado fue 179 encuestados, pero lo aplicaron a 180 clientes.

Utilizaron la escala de Likert del uno al siete donde una representaba cuando el cliente estaba totalmente en desacuerdo y siete cuando el cliente está totalmente de acuerdo, para el análisis de la información utilizaron el SPSS, para facilitar la

interpretación de los resultados.

Finalmente, a las conclusiones que arribo el tesista fue que la calidad del servicio influye significativamente en la calidad del servicio, de los resultados de la prueba del coeficiente de spearman se obtuvo .0457 indicando que hay una relación positiva moderada entre las variables calidad del servicio y satisfacción de los clientes.

Sobre el resultado de las dimensiones todas muestran valores negativos, Los elementos tangibles obtuvieron una percepción de 6.36 sobre una expectativa de 6.45, dando un valor negativo de -0.09.

La dimensión de seguridad y empatía muestran valores negativos de -0.35 y -0.05 respectivamente.

La dimensión fiabilidad tiene una percepción de 4.32 sobre una expectativa de 6.29 es decir una brecha negativa de -1.97

La dimensión capacidad de respuesta obtiene una brecha negativa de -0.99

En cuanto a la dimensión fiabilidad los resultados de alfa de cronbach fueron mayores a 0.8, es decir los ítems se encuentran relacionados entre sí.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Calidad del servicio

2.2.1.1. Calidad.

Según Alcaide, J. (2015), la calidad del servicio constituye una de las condiciones imprescindibles para lograr la fidelización de los clientes” (p. 169).

Asimismo, Alcaide, J. (2015) vuelve a referir que

Calidad es igual a la satisfacción total de los clientes.

El nivel de calidad de un servicio es el resultado de la diferencia (positiva, neutra o negativa) que se produce entre la prestación del servicio y las expectativas de los clientes.

Para poder lograr la calidad lo más importante es conocer y satisfacer lo que

el cliente quiere ósea sus expectativas, luego la empresa tiene que organizarse y trabajar para llegar a la satisfacción de los clientes, para proporcionarle lo que quieren y que el nivel de calidad siempre sea positivo, las expectativas de los clientes son.

- 1) **Fiabilidad**, la empresa que logra que la gente le sea fiel es porque cumple las promesas que hace, admite su error si se equivoca, cumple con el servicio a la hora y fecha pactada, se interesa por resolver los problemas para dejar satisfecho al cliente.
- 2) **Seguridad**, cuando la empresa está pendiente y preocupada por la seguridad física del cliente, esto hace que el cliente se sienta seguro, es muy importante la confianza que genera la persona que nos presta un servicio.
- 3) **Elementos tangibles**, son los elementos físicos que pueden ser percibidos por los clientes este tema es muy importante porque debemos cuidar la apariencia de nuestros vehículos, instalaciones y cuidar la apariencia personal, para que el cliente se lleve una buena impresión y se sienta seguro.
- 4) **Accesibilidad**, el contacto con la empresa sea fácil, vía teléfono, web u otro medio de comunicación, igualmente la comunicación rápida para poder suministrar alguna información que solicita el cliente.
- 5) **Cortesía**, el cliente espera recibir un buen trato por el personal de la empresa, el personal debe tener calma y habilidad para resolver el problema de algún cliente disgustado
- 6) **Comunicación**, La comunicación que debe tener el empleado con el cliente debe ser clara sin tecnicismo y que pueda ser entendible por el usuario, además se deben de adecuar al grado de conocimiento de los clientes sobre algún tema.
- 7) **Credibilidad**, los empleados con su buena aptitud hacen que los clientes crean en la empresa, solucionado los problemas que tienen los clientes en forma sincera.

- 8) **Capacidad de respuesta**, Es dar un servicio eficaz y rápido, ser flexible y aceptar lo que el cliente está solicitando, y dar respuesta inmediata a alguna información que solicita el cliente.
- 9) **Compresión y conocimiento del cliente**, significa que siempre la empresa debe estar retroalimentándose sobre lo que quiere el cliente y actuar de acuerdo a los resultados.
- 10) **Profesionalidad**, Es saber con amplitud el tema o los servicios que se prestan, resolver algún inesperado problema que tienen los clientes, tener una buena relación con los usuarios.

2.2.1.2. Herramientas de fidelización

Tabla 2.

Las 10 Expectativas claves de los clientes

1	Fiabilidad	6	Comunicación
2	Seguridad	7	Credibilidad
3	Elementos Tangibles	8	Capacidad de Respuesta
4	Accesibilidad	9	Conocimiento y comprensión del cliente
5	Cortesía	10	Profesionalidad

Fuente: Alcaide, J.

Para la prestación de un servicio es importante tener en cuenta dos dimensiones:

La calidad interna, que también es llamada como calidad técnica, que es el beneficio principal que solicitan los clientes, por ejemplo, nuestro terno cuando lo llevamos a la lavandería fue devuelto en buenas condiciones en el tiempo pactado.

La calidad externa, cuando no solo se entrega el beneficio principal que solicita el cliente, sino además este servicio se convierte en una experiencia negativa o positiva, por ejemplo, cuando llevamos nuestro terno a la lavandería y lo entregaron limpio, pero no el mismo día que se pactó, esta calidad se califica como baja o negativa.

Según Melera, C. (2016), comentaba que:

La noción que mejor capta el concepto de la calidad de los servicios es aquella que hace referencia al conjunto de actuaciones de una empresa que permiten satisfacer a un cliente y que le predisponen a volver a comprar al mismo proveedor.

El desempeño que debe tener una empresa si quiere una mejora continua en la calidad del servicio debe de estar enmarcadas en las expectativas del cliente, esta mejora de servicio hará que pueda conservar sus clientes y a la vez influirá en atraer a más clientes.

Sobre los factores fundamentales de la calidad del servicio:

- **La funcionalidad**, es la acción de hacer algo práctico, y funcional de un servicio.
- **La disponibilidad**, es la acción de estar siempre a disposición de cualquier solicitud de un servicio.
- **La flexibilidad**, es la propiedad de acceder o ser flexible a alguna solicitud de los clientes.
- **La serviciabilidad**, es recepción de las quejas o sugerencia del cliente, saber escuchar.
- **La calidad relativa**, es la acción de cumplir con los requerimientos de los usuarios, tomando en cuenta que todos los clientes son diferentes pero la metas es satisfacerlos a todos.
- **Vida útil**, es la duración del tiempo del servicio solicitado por los clientes.
- **La relación precio-servicio**, a mayor costo mayor exigencia de servicio.

Según Lizarzaburu, E. (2016), “la calidad tiene que ver con cuán adecuado es un producto o servicio para el uso que se pretende hacer de él” (p. 36)

Nuestro concepto es que la calidad es llegar a complacer la expectativa del cliente lo que quiere o desea recibir de un producto o servicio, llegar a su satisfacción.

Según Lizarzaburu, E. (2016), en su artículo indica 8 principios de la gestión de la calidad, que a continuación se detalla:

- **Enfoque del cliente**, el punto central de toda empresa es el cliente, por eso se debe estudiar sus expectativas y llegar a complacerlas.
- **Liderazgo**, la empresa para lograr la fidelidad del cliente necesita un líder que sepa dirigir y orientar a sus empleados para el logro de sus objetivos.
- **Participación del personal**, la base de la empresa es su personal es la que tiene el contacto con los clientes, su compromiso con la empresa será para beneficio de los clientes.
- **Enfoque basado en el proceso**, este conjunto de actividades realizados con eficiencia y eficacia serán para beneficio del cliente y de la empresa.
- **Enfoques del sistema para la gestión**, saber organizar la interrelación del personal dentro de la empresa se lograrán los objetivos deseados.
- **Mejora continua**, para aplicar este principio es necesario saber qué es lo que quiere el cliente, preguntarle, hablar con él y al aplicarlo se lograra este objetivo.
- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**, la encuesta es la mejor forma para lograr este objetivo.
- **Relaciones beneficiosas con el proveedor**, saber relacionarse, ser amable hará que la relación influya en la fidelización con el cliente. (p. 39:)

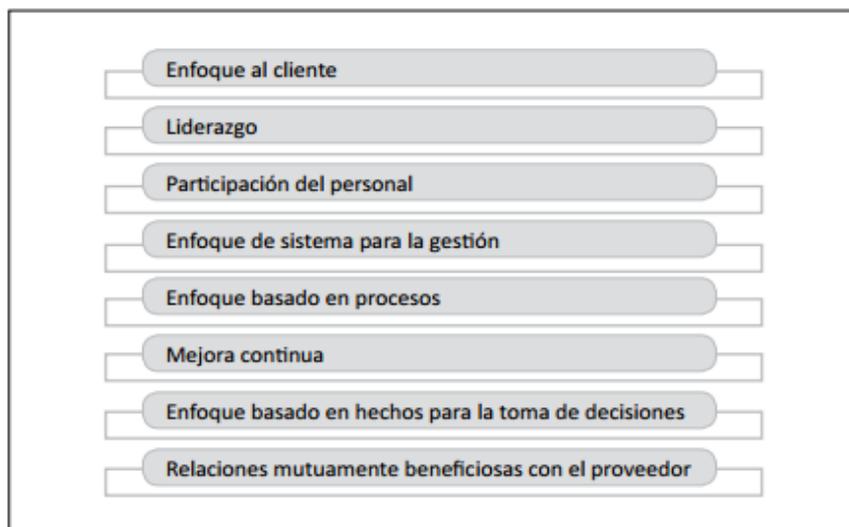


Figura 5. Ocho principios de la gestión de la Calidad
Fuente: Lizarzaburu, E.

Según Moya, M. (2019), en su artículo sobre Calidad de Servicio indica: Cuándo hablamos de calidad en servicio, inmediatamente se nos viene a la mente el concepto cliente.

Es indudable que la calidad del servicio está ligada fuertemente al cliente, toda empresa debe usar la retroalimentación de las expectativas de los clientes con el objetivo de saber, conocer y medir los niveles de satisfacción de sus clientes.

Todo cliente espera recibir amabilidad, buena atención, respuesta rápida, seguridad por mencionar algunos y si es posible a bajo costo. Debemos de tener en cuenta que el cliente ahora tiene la red informática a su disposición, para poder hacer las comparaciones tanto de servicio como de costo, a esto sumamos que todos los clientes no son iguales ni piensan lo mismo, las empresas para saber las necesidades o expectativas de los clientes puede recurrir a las encuestas o también las preguntas que pueden hacer los empleados que tienen contacto directo con los cliente, hasta una simple conversación sobre la calidad del servicio, si se siente seguro, si la respuesta ha sido rápida, si la atención ha sido amable, ayuda a saber lo que quiere el cliente.

Esto va a ayudar a la empresa a mejorar la calidad del servicio, a hacer que sus clientes sean fieles a la empresa y también que estos puedan recomendar los servicios a otras personas de esta forma se ganaría más clientes.

Los clientes evalúan el servicio con los siguientes factores:

- **Elementos tangibles**, es la apariencia del vehículo o instalación de la empresa, si es de buen nivel atraerá a su cliente.
- **Cumplimiento de promesa**, es el cumplimiento de lo acordado oportunamente de acuerdo a lo prometido o pactado.
- **Actitud de servicio**, es una parte importante saber que nuestro proveedor nos escucha nos atiende y es servicial.
- **Competencia de personal**, después del servicio todos los clientes evaluamos como ha sido la atención y si ha sido competente la persona que nos atendió.
- **Empatía**, todo cliente quiere que lo traten como si fuera el exclusivo, que la comunicación con la persona que lo atiende sea amable cordial de respuesta rápida y sincera.



Figura 6. Calidad de servicio
Fuente: Elaboración propia

Según Lovelock, C. y Wirtz, J. (2015):

La calidad del servicio significa cubrir o exceder de manera consistente las expectativas de los consumidores.

La calidad del servicio es la expectativa y percepción que tienen los clientes sobre los que pasara durante y después de la prestación del servicio.

Garantía del servicio

Esta es una de las formas en que las empresas tienen un buen manejo de las quejas, ofreciendo una garantía por la prestación del servicio que no se logró satisfacer los estándares ofrecidos, el cliente puede recibir la devolución de su dinero, también podrá recibir un reemplazo del servicio, esta garantía hace que la empresa logre aprender a partir de ver sus fallas de servicio y realizar las correcciones inmediatamente.

El poder de las garantías

- 1) Las garantías hacen que las empresas estén pendientes de lo que los clientes quieren y esperan de cada servicio.
- 2) Las garantías hacen que las empresas instituyan normas claras, que tienen que ser comunicadas a los clientes y empleados, porque el pago por compensación por un mal servicio forma un precedente negativo en

los costos financieros de la empresa.

- 3) Las garantías requieren un sistema para generar una retroalimentación sobre la expectativa de los clientes y aplicarlas lo antes posible.
- 4) Las garantías obligan a que las empresas analicen el motivo de sus fallas y puedan resolverlas antes de volver a cometer el mismo error.
- 5) Las garantías influyen en el cliente sobre el peligro o riesgo de la decisión de servicio o compra, a su vez esto crea una fidelidad del cliente.

Diferentes perspectivas de la calidad del servicio

- 1) **Perspectiva trascendental de la calidad**, es aplicado al arte visual y a la experiencia, pero plantea que los clientes reconozcan la calidad del servicio mediante la experiencia.
- 2) **Método basado en la manufactura**, está basado en la oferta, el cumplimiento de las especificaciones que se han desarrollado dentro de la empresa, las que son promovidas por la productividad y costos.
- 3) **Las definiciones basadas en el usuario**, tiene como proposición que la calidad del servicio entra por los ojos del potencial cliente u observador, también reconoce que todos los clientes no tienen las mismas necesidades y no piensan lo mismo.
- 4) **Las definiciones basadas en el valor**, es la calidad representada en valor.

El Modelo de las brechas en el diseño y la prestación del servicio

- 1) **La brecha del conocimiento**, la capacitación constante de todo el personal incluido la gerencia sobre la perspectiva de los clientes, la comunicación de los empleados con la gerencia, la retroalimentación de los clientes sobre percepción y satisfacción.
- 2) **Brecha de la Política**, lograr un adecuado proceso de servicio al cliente, otorgar diferentes niveles de servicios a los clientes incluyendo diferentes precios, instaurar estándares de servicios medibles para el cliente, los empleados deben entender y conocer las metas y prioridades.
- 3) **La brecha de la entrega**, Una adecuada selección del personal con capacidad y habilidad para el puesto, capacitación del personal constante

sobre atención al cliente, la adquisición de tecnología y equipo para la mejora del desempeño.

- 4) **La brecha de las comunicaciones**, desarrollo de campañas de publicidad para estandarizar el otorgamiento del servicio de todos los locales, la publicidad debe contener expectativas reales para los clientes, comprobar toda la publicidad y el contenido de los sitios web de ser necesario antes de usarlos.
- 5) **La brecha de la percepción**, es importante hacer tangible el servicio que se realiza, se debe mantener la comunicación con el cliente sobre el servicio que se está realizando. (pp. 359-384)

Para Fernández, D. Fernández, E. (2015):

Unos de los elementos fundamentales para la competitividad de la empresa es la mejora de la calidad y la aptitud de las empresas para ofrecer sus servicios o bienes de mejor calidad.

Una empresa es competitiva al cumplir lo siguiente:

- El cumplimiento en tiempo de entrega de servicios y bienes
- Precios reales y de acuerdo al mercado, competitivos.
- Calidad de gestión alta
- El proceso productivo de alto rendimiento
- Renovación constante de sus productos y servicios
- El cumplimiento con normas internacionales como ISO
- El área de control de calidad debe ser la más importante de la empresa

Procedimientos y evaluación de control de servicio. Tratamiento de las anomalías producidas en la prestación del servicio.

Es verificar que se hayan cumplido todos los requisitos en la aplicación de los procesos de calidad en la atención al cliente, una de los problemas constantes que tienen las empresas es la falta de información amplia y correcta por parte de los empleados, por este motivo el cliente no compra el producto o servicio, además la atención que recibieron no fue la más adecuada.

La empresa que quiere ser competitiva debe crear un área de servicio de control interno, que debe elaborar las directivas para la correcta atención al cliente, en donde debe estar establecido los objetivos del servicio, sus funciones y como se desarrollara y su ámbito de acción, asimismo se adiestrara o capacitara a todo el personal para que realicen una adecuada atención al cliente.

Para tratar las anomalías en el servicio de control interno se realizará lo siguiente:

- La emisión de informes o directivas
- Verificar aquellos expedientes que por su dificultad deben ser revisados previamente
- Examinar los pactos realizados con el cliente
- Estar pendiente de cumplir con los pactos acordados con el cliente
- Autorizar y aceptar los derechos del cliente
- Los responsables de servicio de control interno estarán autorizados a solicitar al área o persona de la empresa los documentos o informes que necesite para su evaluación. (p. 258)

Según Ortega, O. (2017):

Ideas sobre calidad, calidad procede del latín *qualitas* o *qualitatis*, y se refiere a algún atributo que puede poseer alguna cosa o alguien. En la actualidad en todas las organizaciones o empresas existen un sistema productivo si se dedican a la fabricación de bienes o algún otro producto, o también un sistema servuctivo, si prestan algún servicio, llamándose a este proceso como calidad total y ampliado tanto de manera horizontal como vertical también puede llamarse calidad integral, antes de 1986 la calidad de los productos o servicios estaba restringido al espacio interno de la empresa o política interna de la empresa, pero ahora se incluyó a los proveedores, clientes u otros iniciándose así el proceso de averiguar o investigar las necesidades de los clientes. En algunos años de su aparición el término de calidad total ha logrado instalarse en las empresas u otras organizaciones, a través de un conjunto teórico de viable aplicación y utilidad, que ayuda al

mejoramiento de la calidad en beneficio de los consumidores.

Ideas equivocadas sobre calidad, unos de los errores más importantes que tienen las empresas es creer para lograr un aumento significativo de la productividad que acreciente las ganancias de la empresa es creer que pueden lograrlo aumentando la cantidad y tratar de reducir los costos, pero la experiencia ha demostrado que la mejor manera de afrontar la improductividad es mejorando la calidad del producto o servicio, podemos tomar como premisa que la productiva acrecienta si la calidad mejora.

EIPE - Bussines School (2017), define la calidad como:

Las características que deben tener un producto o servicio para poder llegar a satisfacer las necesidades de los clientes.

El marketing tiene como funciones para poder colaborar con las organizaciones u empresas a dar servicio y productos de calidad:

- Conocer las necesidades de los clientes
- Entregar los servicios y productos a tiempo
- Después de haber realizado el servicio o venta se debe seguir en comunicación con los clientes
- Escuchar las sugerencias de los clientes

En conclusión, podemos decir que estamos de acuerdo con Alcaide, J. al decir que el nivel de la calidad del servicio es la conclusión a la que llega el cliente al evaluar la prestación del servicio y la compara con su expectativa, además califica a la calidad del servicio como una de las condiciones más importantes para que los clientes sean fieles a la empresa donde compran o piden un servicio. La Empresa como factor importante deberá conocer las expectativas del usuario luego podrá trabajar y organizarse para lograr la satisfacción del cliente, nombraremos a tres dimensiones que evalúan la calidad de los servicios: Fiabilidad, Seguridad y Elementos tangibles.

2.2.2. Satisfacción del usuario.

Actualidad Empresa (2017) define la satisfacción del cliente como:

Objetivo de motivar y alinear a todo el personal de una institución, organización u empresa que tiene como fin el lograr una excelente satisfacción y poder exceder las expectativas deseadas por los usuarios o clientes con respecto a los servicios o productos que ofrecen y obtener su fidelización.

La satisfacción, es la expectativa en comparación al juicio de valor que se formó después de recibir el servicio el cliente, para lograr una satisfacción del cliente es necesario formar una cultura de excelencia en el personal de la empresa e inculcarle su compromiso con la visión que esta tiene, cuyo objetivo es lograr la satisfacción del cliente y su fidelización, capacitando al personal para que adquieran los conocimientos y habilidades para prestar un excelente servicio, tratando siempre de conocer las expectativas del cliente, porque sin esa información no podemos lograr una verdadera gestión basada en el logro de su satisfacción.

Las expectativas es lo que el cliente quiere recibir de los proveedores, estas pueden variar de acuerdo a los diversos de segmentos de clientes o familias que existen, los errores más comunes es el desconocimiento de las expectativas de los clientes, la falta de transparencia al no ser sinceros y mentir al cliente, muchas promesas que no se cumplen,

Fidelización, es la lealtad que tiene los clientes a algún producto o servicio que recibieron y hace que el cliente regresa en forma periódica. Es más difícil conseguir un cliente nuevo que mantener al cliente fiel, escuchando su comentario o queja, atendiéndolo con rapidez y tratando de lograr su satisfacción.

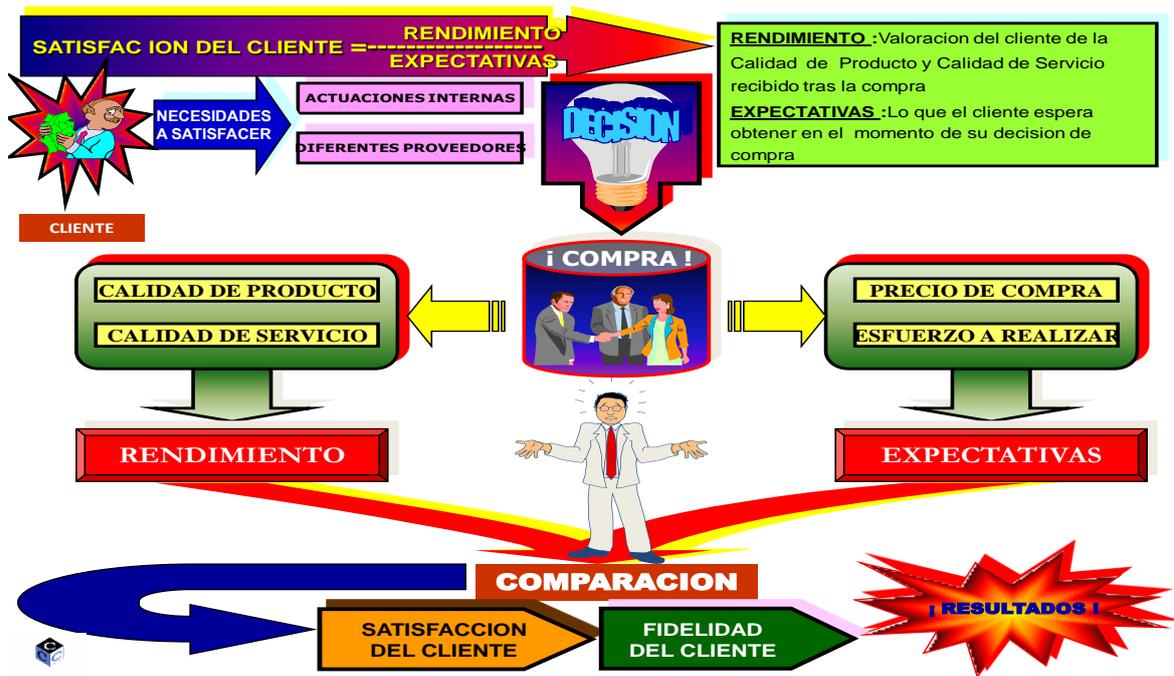


Figura 7. Fidelidad del Cliente
Fuente: Actualidad Empresa – Calidad del servicio

2.2.2.1. Pilares del servicio excelente:

2.2.2.1.1. Dimensiones de la calidad

1) Calidad interna:

- Fiabilidad, un servicio correcto, cumpliendo sus promesas y en los plazos pactados.
- Profesionalidad, son los conocimientos y habilidades que deben tener los empleados para prestar un buen servicio
- Accesibilidad, cuando es fácil de ponerse en contacto con la empresa
- Seguridad, la seguridad, riesgos de los clientes es lo más importante.

2) Calidad externa:

- Capacidad de Respuesta. La respuesta inmediata a suministrar al cliente un servicio solicitado
- Cortesía, la atención al cliente debe ser con respecto, amabilidad y amistad
- Comunicación, la información debe ser clara y entendible para los clientes y deben estar siempre dispuestos a escucharlos.

- Credibilidad, la imagen de los empleados hacia los clientes debe de ser de honestidad y confianza.
- Compresión y conocimiento del cliente, uno de los objetivos principales de la empresa es entender las necesidades de los clientes.
- Elementos tangibles, los elementos físicos de la empresa dan una buena imagen.

2.2.2.1.2. ¿Cómo saber lo que piensan los clientes?

- Es el objetivo de los empleados que tienen contacto con los clientes
- Recabar y analizar las recomendaciones y quejas de los clientes
- Analizar e investigar a las empresas de la competencia sobre estudios realizados
- Estudio a los clientes importantes.

2.2.2.1.3. La fórmula del servicio excelente

La empresa y sus empleados deben tener una compacta cultura de servicio y si a esto sumamos el conocimiento de las expectativas de los clientes dará como resultado un servicio excelente y satisfacción de los clientes.

2.2.2.1.4. Los principios fundamentales del servicio excelente

- La mala calidad no es rentable, la calidad excelente sí.
- El servicio es un proceso participativo.
- El servicio de excelencia empieza por la dirección de la empresa
- Todo el personal es responsable del servicio excelente
- Servir es vender



Figura 8. La fórmula de servicio excelente
Fuente: Actualidad Empresa – La fórmula del servicio excelente

Cárdenas, A (2019), manifiesta que movilizarse en Lima es cada vez más difícil. El Índice Global de Satisfacción del Conductor, un estudio publicado por Waze, realizó una investigación en la ciudad de Lima llegando a la conclusión que Lima es la peor ciudad para conducir en América Latina, un dato sumamente preocupante.

Todos los días se reportan accidentes de tránsito en la ciudad siendo el número de muertos muy alto, gran parte de ello por la negligencia o tal vez por falta de educación vial o desconocer las normas de tránsito, El índice global de satisfacción del conductor señala que Lima es la peor ciudad para conducir, otro factor es la gran cantidad de vehículos que circulan por la ciudad calculándose como 34 mil vehículos que circulan por Lima siendo su capacidad de recepción de solo 16 mil, haciendo que nos demoremos muchas horas atascados en terrible tráfico, del mismo modo hace que el consumo de combustible se desperdicie por esta causa, haciendo que para el ciudadano desplazarse de un lugar a otro sea un

verdadero calvario, habiendo un alto nivel de informalidad en el transporte público, siendo el acceso al servicio de transporte público de calidad un factor importante que permita a los usuarios mejorar su nivel de vida, a la fecha las políticas que ha implementado el estado no ha dado resultado y no ha mejorado la calidad del servicio de transporte Público.

Según Fernandez, D. y Fernandez, E. (2015):

La satisfacción del cliente es el punto neurálgico de cualquier empresa, y para poder saber cuánto le satisface el servicio recibido al cliente hay que medirlo, esta medición va a dar a la empresa las debilidades, las fortalezas y necesidades del cliente, pudiendo hacer comparaciones sobre si el servicio ha mejorado o ha bajado su calidad y poder hacer los cambios necesarios por el bien de la empresa, y la mejor manera de saber cuál es el nivel de satisfacción del cliente es mediante la encuesta, la evaluación constante sobre las cualidades del servicio nos permite saber si el cliente está satisfecho y tiene fidelidad con la empresa que presta el servicio.

Fidelización del cliente

Para una mayor fidelización del cliente es necesario un correcto proceso de servicio al cliente, si tenemos en cuenta que un cliente fiel es aquel que regresa a comprar sus productos a la misma tienda o a pedir un servicio a la misma empresa.

¿Qué tenemos que hacer para fidelizar a los clientes?

- Es conseguir que un potencial comprador se convierta en cliente
- Premiar a los clientes recurrentes así no se irán y comprarán otros productos
- El ofrecimiento de promociones para los clientes fieles
- Otorgar tarjetas a los clientes fieles, para que puedan obtener beneficios como descuentos especiales, puntos que se puedan canjear por algún artículo y también la empresa podría entregar tarjetas de crédito de la propia empresa.

Concepto e identificación del cliente: El cliente interno. El cliente externo.

Se considera cliente a un consumidor fiel a un servicio o producto, porque ha sido complacido al momento de recibir un servicio o producto habiendo rebasado sus expectativas.

Cliente externo, son todas aquellas personas que van a alguna institución, empresa u organización a solicitar un servicio o comprar un producto, teniendo la libertad de poder escoger a su proveedor si considera que no está conforme con el servicio o producto recibido.

Cliente interno, son todos los individuos o personas que se encuentran dentro de las instituciones, empresas u organizaciones, que trabajan realizando diversas labores y son considerados clientes internos porque reciben de sus compañeros servicios o productos para realizar su trabajo, para los clientes internos su proveedor es la empresa en la que laboran.

Fases de atención al cliente.

- **La acogida**, es el primer contacto que tiene el cliente con el personal de la organización o empresa, la actitud y la apariencia del personal es muy importante porque impactara en el cliente.
- **El seguimiento**, el análisis que tiene que hacer el empleado de la empresa es importante porque tiene que recabar datos del cliente, ¿qué quiere el cliente?, ¿qué servicios quiere solicitar?, ¿por qué lo quiere?, al saber esto se le hará más fácil su trato y podrá responder rápidamente a su solicitud.
- **La gestión**, este parte de la fase donde se debe expresar todo lo relacionado al servicio que se quiere brindar, informar al cliente sobre sus características y otras alternativas que puedan ayudar al cliente en su decisión.
- **La despedida**, es tan importante como cuando se produjo el primer contacto, debe hacerse una despedida educada, no importa si el cliente encontró lo que buscaba o no.

Elementos de atención al cliente

Para la fidelización del cliente se debe tener un buen trato en la entrega del servicio, la buena atención y otros elementos como:

El entorno, abarca la parte externa como fachada, estacionamientos, iluminación y limpieza del exterior y la parte interna como la limpieza del local, luces, orden, seguridad, esto invitara al cliente a realizar una compra o servicio.

La organización, la excelente organización es la mejor manera de gestionar un servicio o venta, cumplir con los horarios establecidos de apertura y cierre, el conocer sobre los servicios que se prestan por parte del personal de la empresa, es lo que el cliente espera recibir.

Los empleados, es muy importante la actitud y comunicación que debe tener el empleado, porque está representando a la empresa, saber lo que venden, las características de sus productos o servicios y también saber dialogar y convencer al cliente de su calidad.

HISAC Internacional S.R.L. (2016)

La importancia de este proceso es muy significativa porque nos permite saber la opinión del cliente, lo que le gusta, lo que no le gusta sobre un producto o servicio, esto permite a la empresa utilizar esta información para poder mejorar sus productos y servicios.

Esta publicación da algunas razones para la retroalimentación de los clientes, los definiremos:

- **Ofrece la mejor manera de medir la satisfacción del cliente**, la retroalimentación mediante las encuestas, hace saber si su producto o servicio satisface las expectativas de los clientes.
- **Puede Ayudar a mejorar un producto o un servicio**, después de escuchar a tus clientes se implementan los comentarios en los servicios a fin de lograr satisfacer su necesidad.
- **Proporciona información útil para crear una mejor experiencia del cliente**, toda empresa tiene como meta mejorar día a día el saber la

opinión de los usuarios hace que mejore la experiencia del cliente, haciendo que regrese y también pueda atraer a otros potenciales clientes.

- **Puede ayudar a mejorar la retención de clientes**, es uno de los objetivos de las empresas, saber si el cliente está satisfecho, está contento con el servicio.
- **Proporciona datos tangibles que puedan usarse para tomar mejores decisiones de negocios**, para poder tomar decisiones que mejoren la satisfacción de los usuarios debemos tener los datos. Qué mejor si son mediante las encuestas, con estos datos tendremos una visión exacta de la situación.

Ramos, D. (2018), afirma que la organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado o nivel en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información.

El cliente es parte importante para la sobrevivencia de las empresas, si no escuchamos sus necesidades o quejas no podremos saber sus expectativas se alejarán y no volverán a confiar en la empresa, por eso parte importante es saber escuchar a nuestros clientes, tiene que haber una buena comunicación con ellos, toda empresa debe tener como objetivo la superación de las expectativas de los clientes, no se debe caer en la rutina la mejora constante es la mejor manera de que el cliente confíe y sea fiel a los productos o servicios que brinda la empresa.

Muchas veces es fácil llegar a los objetivos, pero lo más difícil es mantenerse allí, hay que ser perseverante en el trabajo y hacer un constante seguimiento a la satisfacción del cliente, no se puede caer en el conformismo, si pasa esto no hay empresa.

Alcaide, J. (2015), menciona las **prácticas que caracterizan las empresas orientadas al cliente**

- 1) **Incentivos vinculados a la satisfacción de los clientes**, para lograr la satisfacción del cliente hay que otorgar recompensas a los trabajadores de acuerdo a los grados de satisfacción de los usuarios, se aplica hasta

el nivel de trabajador de menor nivel.

- 2) **La responsabilidad de la satisfacción de los clientes es de todos**, las empresas que están dispuestas a lograr la satisfacción del cliente, establecen que todo el personal es responsable de la satisfacción del cliente, no solo los que tiene contacto con los clientes.
- 3) **Medición integrales de la satisfacción de los clientes**, para lograr la medición de la satisfacción de los clientes la empresa lo debe realizar de forma profunda y extensa con un amplio número de dimensiones y frecuentemente.
- 4) **Impacto de la satisfacción de los clientes en los resultados**, es importante que las empresas realicen sus analices con seriedad y profundidad sobre el impacto que tiene la satisfacción de los clientes, en el desarrollo de su servicio, rentabilidad y otros que generen éxitos para la empresa.
- 5) **Foco continuo de los clientes**, esta práctica se orienta al trabajo arduo sobre las estrategias en los clientes, las que tienen que ser socializadas con todo el personal de la empresa.
- 6) **Servicio después del servicio**, esta práctica se orienta en la dedicación de la empresa de redoblar los esfuerzos para el apoyo a lo largo del servicio y también cuando este ha terminado.
- 7) **Interacción regular con los clientes**, la comunicación con los clientes es importante a través de encuentros informales, sitios en la web, llamadas telefónicas y otras vías de comunicación.

El concepto de riesgo percibido

Es la percepción de los clientes antes de haber realizado o solicitado el servicio con respecto a la funcionalidad del mismo y también los riesgos tanto físicos como económicos que se pueden producir al realizarse el servicio.

Características de los servicios

Hablaremos de dos de las características, una de las características del servicio es su intangibilidad, lo que quiere decir que no se puede tocar no son materiales. La segunda característica es la producción-consumo, su

definición es que esta se consume cuando se producen.

Cuatro vertientes de riesgo percibido

- **Riesgo de desempeño o funcional**, se refiere a la calidad del producto o servicio y si este satisface la expectativa del cliente.
- **Riesgo económico**, esta percepción está ligada a la relación del precio – calidad, haciéndonos la pregunta ¿está justificado el costo del dinero por el servicio que voy a recibir?
- **Riesgo psico-social**, esto se refiere a cometer un error que podría afectar nuestra integridad emocional y también nuestra imagen.
- **Riesgo físico**, se refiere la seguridad del cliente como de sus familiares

Según Lovelock, C. y Wirtz, J. (2015):

- 1) **Actúe con rapidez**, el tiempo es importante para poder arreglar o corregir algún problema que se presenta durante la prestación del servicio.
- 2) **Reconozca los sentimientos del cliente**, hay que entablar una buena conversación y entendimiento con el cliente para poder restablecer una relación que se pudiera haber dañado por el mal cumplimiento del servicio.
- 3) **No discuta con el cliente**, lo importante es llegar a una solución sin llegar a discutir con el cliente
- 4) **Demuestre que entiende el problema desde el punto de vista del cliente**, ver las cosas desde el punto de vista del cliente hace que podamos entender los fallos del servicio según la posición del cliente.
- 5) **Aclare la verdad e identifique la causa**, Se puede producir la falla por un malentendido del cliente, por un mal servicio de ser este el caso las disculpas y aclaración del problema deben de ser inmediatas.
- 6) **Otorgue al cliente el beneficio de la duda**, a veces los clientes no dicen la verdad y sus quejas no son razonables o verdaderas, pero es necesario hacerle creer que lo son, hasta poder demostrarle las causas que indiquen lo contrario, también la empresa puede verificar si existe antecedentes del cliente por estas quejas dudosas.

- 7) **Proponga los pasos necesarios para resolver el problema**, es importante informar al cliente la forma en que la empresa procede para solucionar el tema, demuestra que se toman medidas de corrección rápida.
- 8) **Mantenga al cliente informado acerca del progreso**, al cliente no le agrada esperar y que no le informen sobre el proceso de solución de su problema, esto hace que el cliente se moleste aún más, por eso comunicarle como se está solucionando el problema hará que se siente más tranquilo.
- 9) **Considere la posibilidad de una compensación**, cuando el cliente no recibió el servicio solicitado y que ha abonado, y por este motivo tuvo muchas dificultades como pérdida de dinero y de tiempo, lo más conveniente es ofrecerle un servicio equivalente o un pago monetario. Esto puede reducir el peligro de una demanda judicial.
- 10) **Persista para recuperar la buena voluntad del cliente**, Cuando la empresa no prestó el servicio eficientemente o simplemente no cumplió con el servicio, los retos para recuperar la confianza del cliente es un desafío grande, hay que ser muy persistente para poder recuperar su confianza y mitigar su enojo, así como comunicar que la empresa ya tomo medidas de solución al problema.
- 11) **Verifique el sistema y procure lograr su renombre**, después de que el cliente se haya retirado, es necesario verificar las causas o motivo que ocasionaron la falla en el servicio, una vez detectado el problema se debe tomar las medidas correctivas del caso.

Para QuestionPro (2019):

El más grande objetivo de las organizaciones o empresas en la actualidad es la satisfacción del cliente, teniendo éxitos algunos logrando muchos beneficios.

Tres elementos más importantes:

- 1) **Rendimiento de la empresa, percibido por el cliente**, es el desempeño de la empresa u organización que ha otorgado al cliente al haber solicitado un servicio o producto.

- 2) **Expectativas**, es cuando el cliente espera algo que quiere que suceda, estas se producen por:
- Alguna promesa hecha por la empresa
 - Por las experiencias de compras o servicios del pasado
 - Alguna opinión de familiares o amigos
 - Promesas hechas por otras empresas
- 3) **Niveles de satisfacción**, Después de haber concluido la compra o servicio los clientes califican los tres posibles niveles de satisfacción:
- a) **Insatisfecho**, cuando el servicio o producto recibido no alcanzar las expectativas deseadas del cliente
- b) **Satisfecho**, cuando el servicio o producto recibido alcanzar las expectativas deseadas del cliente
- c) **Complaciente**, cuando el servicio o producto recibido excede las expectativas deseadas del cliente

Para Feigenbaum, A (2019):

Lo más importante para cualquier empresa u organización que desea la satisfacción del usuario es conocer que es lo que opina del producto o servicio que recibió, de esta forma poder aplicar las correcciones y las mejoras en los servicios.

La satisfacción se puede expresar con la siguiente formula

$$\text{Satisfacción} = \text{Expectativas} - \text{Valor percibido}$$

Valor percibido, es el valor que da el cliente al servicio o producto que recibió expectativas, Es lo que el cliente espera o desea recibir del servicio o producto Satisfacción del Cliente, es lo que percibe el cliente después de haber recibido un servicio o realizado una compra y determina el grado en que se cumplió su expectativa.

Thompson, I (2019):

La satisfacción del cliente es la principal meta que tiene toda empresa, ganarse un lugar en el pensamiento y mente del cliente, por eso es el principal objetivo de todos los empleados de la empresa.

Los beneficios que tiene la empresa que ha obtenido la satisfacción del cliente:

- 1) Primer beneficio, cuando el cliente está complacido o satisfecho, regresa por el servicio o comprar el producto, por lo tanto, la empresa se beneficia al venderle nuevamente el producto u ofrecerle el servicio o tal vez otros adicionales.
- 2) Segundo beneficio, todo cliente que se encuentra conforme y satisfecho con el producto o servicio que recibió comunica a otros clientes, por lo tanto, la empresa se beneficia gratuitamente con la difusión de sus productos y servicios y puede obtener potenciales clientes.
- 3) Tercer beneficio, Todo cliente que se encuentra complacido o satisfecho por los servicios de una empresa ya no visita a la competencia, por lo tanto, la empresa se beneficia al tener un lugar en el mercado.
- 4) Toda empresa que pueda obtener la satisfacción del cliente se beneficiara con la lealtad del cliente, una comunicación gratuita de sus productos y servicios que atraerán a nuevos clientes y ser competitivos en el mercado.

En conclusión, podemos decir que estamos de acuerdo con Actualidad Empresa que define a la satisfacción del usuario como la evaluación que este hace después de haber recibido el servicio y lo compara con la expectativa que tenía sobre el mismo, después llegará a la conclusión sobre el nivel de servicio que recibió y lo calificara como buena mala o regular.

Por tal motivo las empresas deben de alinearse y organizarse y retroalimentarse sobre las expectativas que tienen los clientes para así logra una satisfacción de excelencia del cliente.

2.3. Definición de Términos básicos

Calidad del Servicio.

Es el objetivo que tiene toda empresa en lograr la máxima calidad de un servicio o producto con el fin lograr la fidelización de los clientes (Alcaide, 2015, p 50).

Calidad interna:

Podemos decir que calidad interna es el cumplimiento en estricto a solo lo que el cliente solicito y la empresa cumplió sin ningún añadido (Alcaide, 2015, p 170).

Calidad externa:

A diferencia de calidad interna aquí se cumple lo pactado, pero en este caso la organización realiza un añadido, como por ejemplo cuando compramos un producto y realizan él envió gratis y hasta con un regalo adicional (Alcaide, 2015, p 170).

Elementos tangibles:

Se refiera a todo lo material que hay en una empresa las instalaciones de la empresa en buenas condiciones, el personal que presta el servicio debe estar impecable, el cliente quedara contento al percibir estos detalles importantes (Alcaide, 2015, p 54).

Fiabilidad:

Se refiere a la confianza que tiene los clientes a una empresa porque el cliente recibió buen servicio, se cumplió lo prometido fue puntual a la hora de entregar de sus productos y servicios cumpliendo lo acordado (Alcaide, 2015, p 51).

Nivel de calidad de servicio:

Es lo que siente o evalúa un cliente después de recibir un servicio, esta calificación puede ser buena, regular o mala (Alcaide, 2015, p 49).

Perspectiva del cliente:

Es lo que cualquier persona desea recibir antes de recibir un servicio o realizar una compra de un producto (Actualidad Empresa, 2017).

QR:

Es un código de barra bidimensional en los que se guarda datos codificados, que pueden ser enlazados a un sitio web.

Capacidad de respuesta:

Es la actitud rápida o inmediata que debe tener la empresa ante el requerimiento o solicitud de un cliente (Alcaide, 2015, p 51).

Profesionalidad:

Es tener conocimiento de los servicios que se prestan, resolver algún inesperado problema que tienen los clientes, tener una buena relación con los usuarios (Alcaide, 2015, p 52).

Accesibilidad:

El poder comunicarse con la empresa debe ser fácil, del mismo modo poder averiguar o tener acceso inmediato a las características y costo de sus productos (Alcaide, 2015, p 52).

Cortesía:

El trato al cliente es importantísimo, si no hay buen trato el cliente no regresa (Alcaide, 2015, p 52).

Comunicación:

La comunicación entre empresa y cliente debe ser clara y sencilla, entendible para el cliente, evitar los tecnicismos que los clientes en ocasiones no entienden (Alcaide, 2015, p 52).

Credibilidad:

La buena aptitud de la empresa hace que los clientes crean en ella, solucionando los problemas o reclamos que los clientes tienen, en forma rápida y

sincera (Alcaide, 2015, p 53).

Satisfacción:

Es la sensación que tiene un cliente después de haber recibido un buen servicio, esto hace que el cliente sea feliz y se convierta un cliente recurrente (Actualidad Empresa, 2017).

Cliente interno:

Llamado así a todos los colaboradores que están en una empresa trabajando para entregar un buen servicio al cliente (Fernández, D. y Fernández, E. 2015 p 220).

Cliente externo:

Son los usuarios que esperan recibir un buen servicio (Fernández, D. y Fernández, E. 2015 p 220).

Seguridad:

Es un tema importante que la empresa debe tener en cuenta, velar por la seguridad de los clientes, si esto falla la empresa fracasa (Alcaide, 2015, p 53).

La flexibilidad:

Tenemos que ser flexibles y comprensivos ante la solicitud de algún problema del cliente, eso lograra la atracción de otros clientes (Melera, C. 2019)

Garantía del servicio:

Esta es una de las formas en que las empresas tienen un buen manejo de las quejas, ofreciendo una garantía por la prestación del servicio que no se logró satisfacer los estándares ofrecidos, el cliente puede recibir la devolución de su dinero, también podrá recibir un reemplazo del servicio, esta garantía hace que la empresa logre aprender a partir de ver sus fallas de servicio y realizar las correcciones inmediatamente (Lovelock, C. & Wirtz, J. 2015 p 359).

Empatía:

Toda cliente quiere que lo traten como si fuera el exclusivo, que se sienta cómodo y la respuesta a su solicitud sea rápida y sincera (Lovelock, C. & Wirtz, J. 2015 p 385)

Liderazgo:

Toda empresa necesita un líder que pueda y sepa dirigir y orientar a sus empleados para lograr sus objetivos (Lizarzaburu, E. 2016 p 39)

Brecha de comunicación:

Es el desarrollo de campañas que se debe llegar en forma clara al cliente teniendo expectativas reales (Lovelock, C. & Wirtz, J. 2015 p 383).

Ideas equivocadas de calidad:

Se refiere a que algunas empresas, creen que el aumento de su producción va acrecentar sus ganancias (Ortega, O. 2017)

Fidelización:

Es cuando la empresa logra que un cliente le sea fiel, que regrese siempre a solicitar sus servicios (Actualidad Empresa 2017).

El entorno:

Se puede decir que es la parte externa de la organización, que si esta descuidada los clientes no ingresan servicio (Fernández, D. y Fernández, E. 2015 p 222).

Foco continuo de los clientes:

Se basa en el estudio continuo de las estrategias para atraer a los clientes (Alcaide, J. 2015 p20).

Riesgo funcional:

Se refiere a riesgo de otorgar un mal servicio al cliente, las consecuencias son fatales para la empresa (Alcaide, J. 2015 p 66).

Riesgo físico:

Es el trabajo que realiza la empresa por la seguridad de sus clientes (Alcaide, J. 2015 p 66).

Complaciente:

Es cuando un servicio recibido ha excedido las expectativas del cliente, esto puede convertirse en fidelización del cliente, es el objetivo de toda organización (QuestionPro 2019).

Insatisfecho:

Cuando el servicio o producto adquirido no alcanzan las expectativas que deseaba el cliente (QuestionPro 2019).

La acogida:

Es el primer contacto que tiene el cliente con el personal de la empresa u organización, la actitud del personal es muy importante porque impactara en el cliente (Fernández, D. y Fernández, E. 2015 p 222).

La gestión:

Esta parte de la fase donde se debe expresar, todo lo relacionado al servicio que se quiere brindar, informar al cliente sobre sus bondades y características y otras alternativas que puedan ayudar al cliente en su decisión (Fernández, D. y Fernández, E. 2015 p 222).

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG La calidad de servicio del transporte de moto taxi se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios del distrito de Pisco, 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1 La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi del distrito de Pisco, 2019.

HE 2 La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi del distrito de Pisco, 2019.

HE 3 Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi del distrito de Pisco, 2019.

3.2. Variable del estudio

3.2.1. Definición conceptual

3.2.1.1. Calidad del servicio

Es la diferencia que existe entre el servicio que otorga la empresa y la expectativa de los clientes, esta evaluación da como resultado que la calidad puede ser positiva, neutra o nula, la expectativa es la escala que utiliza el cliente para medir la calidad del servicio. (Alcaide, J, 2015)

3.2.1.2. Satisfacción del usuario

Es el valor emocional que cada persona asigna a la compra de un producto o prestación de servicio, formándose un juicio de valor por el servicio o compra hecha, comparándolo con la expectativa que tenía. (Actualidad Empresa, 2017)

3.2.2. Definición operacional

Consiste en el conjunto de procedimientos, técnica y métodos para medir una variable en los casos de la investigación (Hernández, R. 2019 p. 137)

3.2.2.1. Calidad del servicio

La variable calidad del servicio se evaluó con las dimensiones de fiabilidad, seguridad y elementos tangibles utilizando para su valoración la escala de Likert que estaban compuestos por 21 ítems de acuerdo al tamaño de la muestra que se obtuvo de la aplicación de la formula estadística sobre la población del distrito de Pisco, 2019, Para el análisis de los datos se usó el programa estadístico SPSS v 25, del cual se obtuvieron tablas y gráficos según los resultados obtenidos garantizando la fiabilidad de los resultados.

3.2.2.2. Satisfacción del usuario

La variable satisfacción del usuario se evaluó con las dimensiones satisfacción y fidelización, utilizando para su valoración la escala de Likert, está compuesta por 21 ítems de acuerdo al tamaño de la muestra que se obtuvo de la aplicación de la formula estadística sobre la población del distrito de Pisco, 2019. Para el análisis de los datos se usó el programa estadístico SPSS v 25, del cual se obtuvieron tablas y gráficos según los resultados obtenidos garantizando la fiabilidad de los resultados.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

El tipo de investigación de acuerdo con Roberto Hernández- Sampieri y Christian Mendoza es de tipo aplicada porque se contrasta la teoría con los resultados registrados, es de método cuantitativa porque es un conjunto de procesos establecidos de manera secuencial para demostrar ciertos supuestos, no se puede obviar pasos, y se debe seguir el orden estrictamente, se utiliza cuando se quiere evaluar las magnitudes de algunos hechos y probar hipótesis. (Hernández Sampieri, 2019. p. 5).

Fuente: Hernández, R. (pág. 6) - Proceso Cuantitativo

3.3.1. Nivel de investigación

Nivel de investigación, correlacional, estudia la relación existente entre dos variables, estudiando si la ampliación o rebaja de una variable, concuerda con la ampliación o rebaja de la otra variable.

3.3.2. Tipos de correlación:

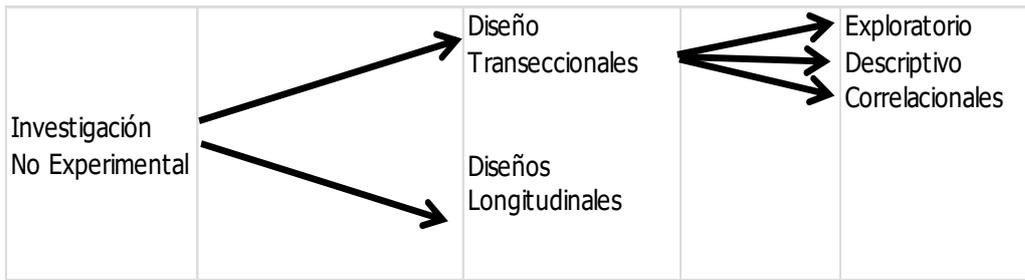
- **Positiva**, Cuando el aumento de una variable lleva al aumento de la otra variable o cuando disminuye una hace que disminuya la otra.
- **Negativa**, Es cuando el aumento de una variable influye en la rebaja de la otra y viceversa.
- **Descriptivo**, Este tipo de investigación tiene como objetivo el de describir una situación o fenómeno evaluando sus características y observando los procesos que la componen, no busca causa ni resultados de éste.

3.4. Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es no experimental y transeccional.

No experimental, porque no se modifican o manipulan las variables, pudiéndose ver y evaluar los fenómenos y variables en su contexto natural, para luego estudiarlas.

Transeccional o diseños transversales, se recogen los datos en un momento específico de tiempo, para describir variables y examinar su incidencia e interrelación.



Fuente: Hernández, R. (p. 177)

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Para el presente estudio de Investigación se tomó como población a los habitantes del distrito de la ciudad de Pisco, que según el Plan de Seguridad Ciudadana del distrito 2019, elaborado por la Municipalidad Provincial de Pisco tiene una población de 53 887 habitantes siendo 27 566 hombres y 26 321 mujeres.

3.5.2. Muestra

Muestra probabilística, en esta investigación científica de ruta cuantitativa la estrategia de muestreo que hemos utilizado es la muestra probabilística, que es una técnica que brinda a todos los habitantes la misma oportunidad de ser escogidos o seleccionados.

Muestra por conglomerados, este tipo de muestra se utiliza cuando es poco posible elaborar un marco de muestra de una población por encontrarse muy dispersa, siendo su costo relativamente caro. Es un procedimiento de muestreo probabilístico en los cuales los individuos de la población se escogen al azar por agrupaciones.

La muestra del presente estudio se realizó con 382 habitantes del distrito de Pisco, la cantidad la determino la siguiente formula estadística cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{53887 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (53887 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 382$$

N= Población

n= Muestra

Z= Nivel de Confianza (1.96) 95% de confianza

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= probabilidad de fracaso (0.5)

d= La precisión o Error (5% = 0.05)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica usada para la recolección de datos fue la encuesta, que se basa en las declaraciones de una fracción de la población, mediante un cuestionario, el cual nos permite acceder a sus opiniones, hábitos, costumbres y preferencias.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos que se utilizó fue el cuestionario que es un medio eficaz que nos ha permitido acceder a sus opiniones, hábitos, costumbres y preferencias, en un momento determinado, utilizando para su medición la escala Likert donde 1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre, 5 = siempre.

El cuestionario lo conforman cuarenta y dos preguntas, veintiuno por cada variable para su proceso en el programa estadístico informático SPSS v25.

La variable calidad del servicio está compuesta por tres dimensiones que son: **fiabilidad** que tiene 06 ítems, **seguridad** que tiene 10 ítems, **elementos tangibles** que tiene 05 ítems, haciendo un total de 21 ítems.

La variable satisfacción del usuario está compuesta por dos dimensiones que son satisfacción que tiene 10 ítems y fidelización con 11 ítems, haciendo un total de 21 ítems.

3.6.3. Validación y confiabilidad del instrumento

3.6.3.1. La confiabilidad del instrumento – Cronbach

Tabla 3.

Alfa de Cronbach de calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad				
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		N de elementos	
,880			,881	21
Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas?	44,47	105,809	-,228	,896
¿Los conductores de moto taxis respetan siempre las reglas de transito?	47,16	88,122	,764	,865
¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio?	47,23	90,414	,660	,869
¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	47,13	89,348	,715	,867
¿Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	47,16	89,107	,732	,866
¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayudan en la solución del problema de transito?	47,20	89,052	,752	,866
¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi?	47,01	87,708	,830	,863
¿Los moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos?	47,16	88,439	,770	,865
¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi?	46,95	88,328	,786	,865

¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	44,52	108,717	-,396	,899
¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi?	47,05	88,775	,791	,865
¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	47,02	89,380	,735	,867
¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores?	46,99	88,160	,819	,864
¿Cree usted que los moto taxis no deben usar lunas o micas polarizadas?	47,03	88,246	,816	,864
¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	44,47	111,352	-,557	,902
¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	47,03	87,963	,835	,863
¿Se siente usted a gusto con la limpieza del moto taxi en el que viaja?	46,98	94,273	,424	,876
¿Tienen buena apariencia y se les ve presentable a los conductores de moto taxi?	46,83	92,184	,541	,873
¿Considera usted que los moto taxis están siempre en buenas condiciones?	47,00	89,346	,757	,866
¿Con que frecuencia los moto taxis que aborda son vehículos modernos?	46,97	91,225	,628	,870
¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	44,66	116,020	-,696	,911

Fuente: SPSS V25

Este coeficiente nos indica que entre más cerca de 1 esté α , más alto es el grado de confiabilidad, considerando una fiabilidad positiva alta; en este caso, el

resultado nos da un valor de 0.880, entonces se puede determinar que el instrumento empleado es de confiabilidad positiva alta.

Tabla 4.

Alfa de Cronbach de satisfacción del usuario

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,792	,802	21

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Espera usted que el conductor de moto taxi brinde un mejor servicio?	54,04	75,224	-,421	,829
¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado?	56,47	59,373	,679	,765
¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas?	56,30	60,320	,576	,771
¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	56,38	60,346	,585	,770
¿Con que frecuencia los conductores de moto taxis discuten con los clientes?	54,02	64,936	,204	,793
¿Le inspira confianza los conductores de moto taxis?	56,44	59,455	,686	,765
¿Cree usted que los moto taxistas deberían formalizarse?	54,04	75,224	-,421	,829
¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día?	56,43	59,894	,632	,768
¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxi?	53,94	76,910	-,560	,831

¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido a alto volumen durante su recorrido?	56,61	57,299	,841	,755
¿Actúa con rapidez el conductor del moto taxi al momento de solicitar el servicio?	56,38	61,779	,481	,777
¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor del moto taxi al hacerle una consulta?	56,37	63,960	,326	,785
¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor del moto taxi a usted?	56,42	60,397	,606	,770
¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi?	56,34	56,209	,854	,752
¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas?	56,33	56,353	,848	,752
¿Considera usted que los conductores de los moto taxis lo valoran como cliente?	56,44	58,363	,753	,760
¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de moto taxi?	56,34	56,272	,849	,752
¿Si se presentara otra opción de movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi?	53,86	72,024	-,254	,816
¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas?	54,17	67,636	,038	,802
¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos?	54,13	69,145	-,063	,809
¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	54,04	57,982	,747	,760

Fuente: SPSS V25.

Este factor nos señala que entre más próximo de 1 esté α , más alto es el grado de confiabilidad, considerando una correlación positiva en este caso, el resultado nos da un valor de 0.792, entonces se puede establecer que es de

confiabilidad positiva alta.

El alfa de Cronbach ayuda a medir la fiabilidad y consistencia del instrumento que se utilizó en este trabajo de investigación, el cual ha sido determinado en el rango de cero a uno, en el cual cero significa nula la fiabilidad de los resultados y uno significa perfecta, en la siguiente tabla se muestra a continuación sus valores y significados:

Tabla 5.
Valores y significados del Alfa de Cronbach

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernandez- Sampieri, R

3.6.3.2. Validez del instrumento

Tabla 6.
Validación de expertos

Nombres y Apellidos	Especialidad
Dr. Justiniano Aybar Huamaní	Metodólogo – Temático
Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelú	Metodóloga
Dr. Víctor Andrés Medrano Arotingo	Temático

Fuente: Elaboración propia

3.7. Métodos de análisis de datos

En el método de análisis de datos se puso en funcionamiento la información obtenida mediante el uso del instrumento seleccionado para la recolección de la información que se desarrolló en el cuestionario para las variables calidad del servicio y satisfacción del usuario.

Se desarrolló una matriz de información para cada variable en la compilación de información y certificar el uso de interpretación. Para compilar cada una de las variables se utilizó una computadora core I5 con sistema operativo de windows 10 Pro, luego se utilizó el SPSS 25 (Statistical Package For Social Sciences).

Para realizar el procedimiento estratégico de medir la variable calidad de servicio, se trabajó con las siguientes dimensiones como son: fiabilidad, seguridad y elementos tangibles y para medir la variable satisfacción del usuario, se trabajó con las siguientes dimensiones como son: satisfacción y fidelización.

Con la SPSS v25 se realizó la estadística de fiabilidad para medir las variables de calidad de servicio y satisfacción del usuario, tablas cruzadas, tablas de frecuencias, rho de Spearman, chi-cuadrado, agrupación de variables, agrupación por dimensiones para luego realizar las correlaciones entre éstas. También se elaboró diagrama de barra con cantidad numérica y porcentaje.

3.8. Aspectos éticos

Que al momento de efectuar el sondeo se desarrolló una relación de confianza con las personas a entrevistar y así nos pudieron dar la información necesaria y correcta para que de esa forma poder desarrollar el cuestionario elaborado para esta investigación, llevando a cabo esta encuesta satisfactoriamente dichos datos no han sido alterados ni modificados por tal motivo los resultados obtenidos en nuestra investigación son datos reales.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios que utilizan el servicio de moto taxis en la ciudad de Pisco, 2019.

4.1.1. Datos generales

Tabla 7.
Género de los encuestados

		Tabla cruzada Sexo del Encuestado * Edad del Encuestado				
		Edad del Encuestado				
		18-25	26-35	36-45	46 a más	Total
Sexo del Encuestado	Femenino	54	74	62	26	216
	Masculino	32	32	67	35	166
Total		86	106	129	61	382

Fuente: SPSS v25

Existe relación entre los encuestados y el género de los encuestados.

Del 100% de los encuestados el género femenino alcanza un total de 216 usuarios con sus respectivas edades en el rango asignado.

Del 100% de los encuestados del género masculino alcanza un total de 166 usuarios con sus respectivas edades en el rango asignado.

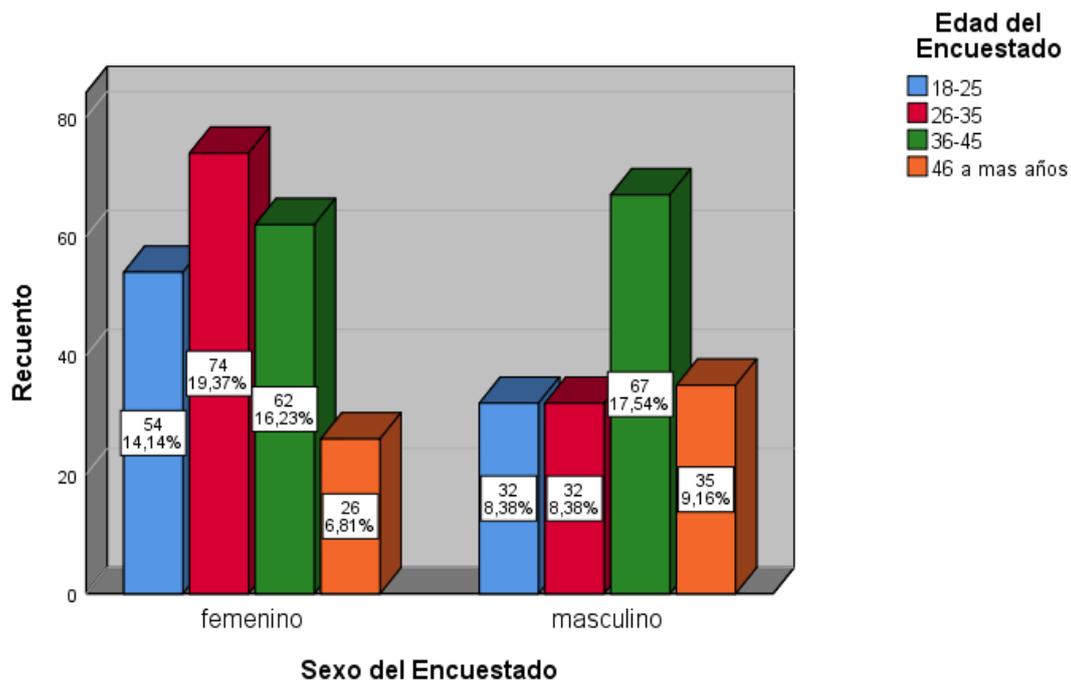


Gráfico 1. Genero de los Encuestados
Fuente: SPSS v25

En la tabla 5 y gráfico 1 se pueden apreciar los resultados de los datos generales de las encuestas realizadas donde se determina que los más recurrentes al servicio de calidad de servicio de transporte de moto taxi y satisfacción del usuario en el distrito de Pisco 2019 son del género femenino con un total de 74 encuestadas alcanza un total de 19.37.00%, en el rango de edades de 26 a 35 años. Luego en el género masculino con un total de 67 encuestados alcanza un total de 17,54% en el rango de edades de 36 a 45 años.

4.1.2. Resultados de la Relación entre variables

Descripción de las variables

A continuación, se presentan los resultados de la relación entre la calidad del servicio de transporte de moto taxi y la satisfacción del usuario en el distrito de Pisco, 2019 que viene a conformar el objetivo general del trabajo de investigación.

Tabla 8.
Análisis de calidad de servicio

CALIDAD DE SERVICIO (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	8	2,1	2,1	2,1
	MEDIO	274	71,7	71,7	73,8
	ALTO	100	26,2	26,2	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V25

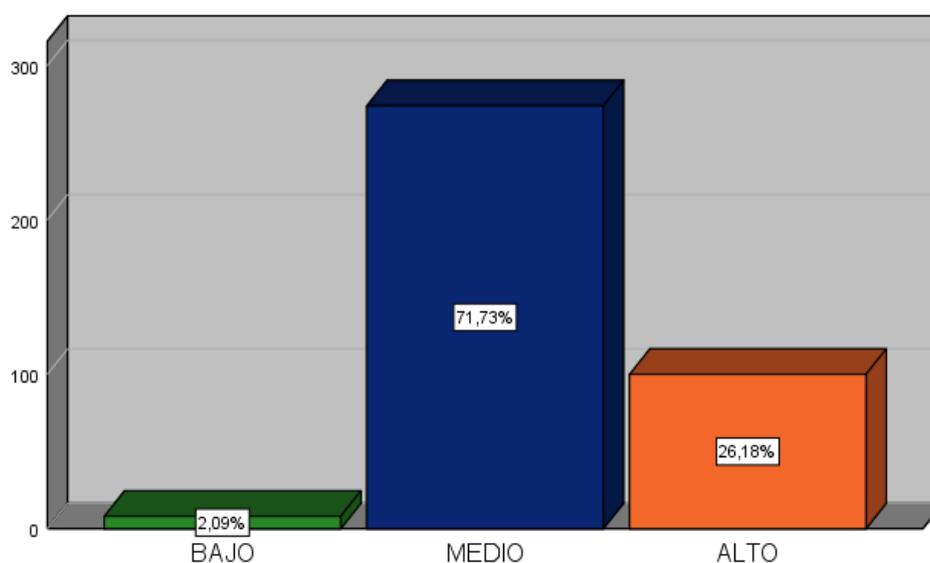


Gráfico 2. Análisis Calidad de Servicio
Fuente: SPSS V25

En la tabla 6 y del gráfico 2, podemos observar lo siguiente, donde: Los usuarios del servicio de moto taxi en lo que respecta a la variable calidad de servicio tiene como resultado una frecuencia de 274 y que en porcentajes representa el 71.73 % del total de encuestados. Por lo que se determina como “**medio**” el nivel de la calidad de servicio en el transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 9.

Análisis de satisfacción del usuario

SATISFACCIÓN DEL USUARIO (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	20	5,2	5,2	5,2
	MEDIO	207	54,2	54,2	59,4
	ALTO	155	40,6	40,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V25

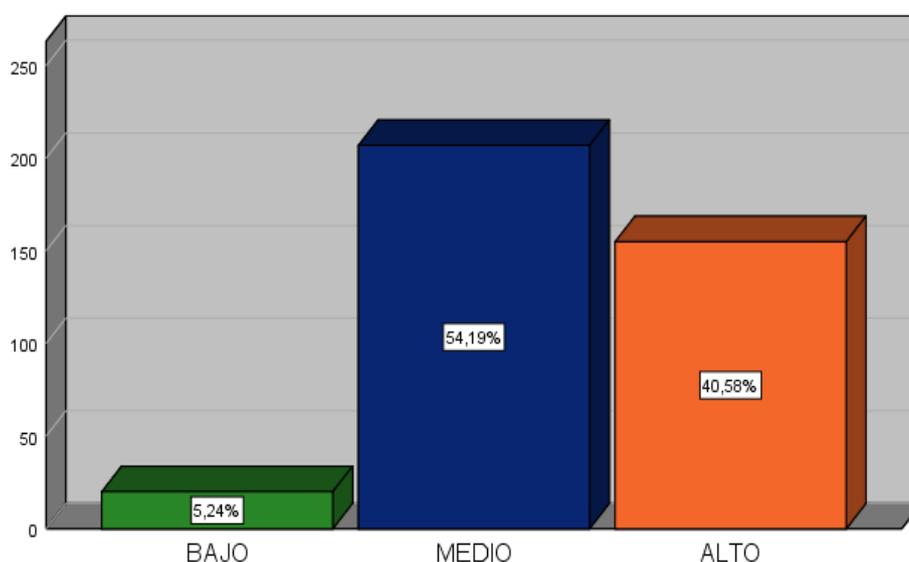


Gráfico 3. Análisis de Satisfacción del Usuario

Fuente: SPSS V25

En la tabla 7 y en el gráfico 3, podemos observar lo siguiente, los usuarios del servicio de moto taxi en lo que respecta a la variable satisfacción del usuario tiene como resultado una frecuencia de 207 y que en porcentajes representa el 54,19 % del total de encuestados. Por lo que se determina como “**medio**” el nivel de Satisfacción del Usuario con respecto a la calidad de servicio de transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

4.1.3. Frecuencia

Tabla 10.

Análisis de fiabilidad

D1 V1: FIABILIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	12	3,1	3,1	3,1
	MEDIO	270	70,7	70,7	73,8
	ALTO	100	26,2	26,2	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V25

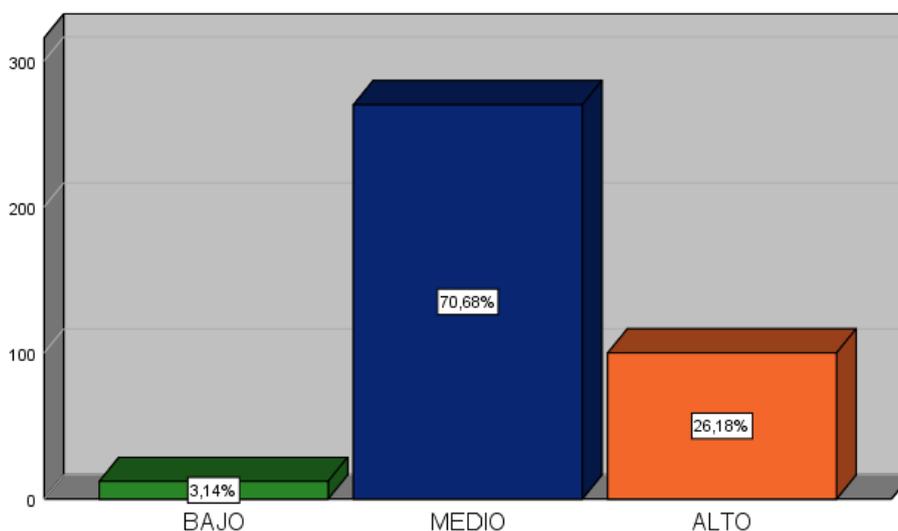


Gráfico 4. Análisis de fiabilidad

Fuente: SPSS V25

En la tabla 8 y gráfico 4, se aprecia los resultados que se obtuvieron en base a la dimensión fiabilidad que corresponde a la variable calidad de servicio a los usuarios de moto taxi del distrito de Pisco, arrojando como resultados el 70,68 % que comprende 270 usuarios, determinando como “**medio**” el nivel de fiabilidad a los servicios de moto taxis, y por otra parte el 3,14 % que comprende 12 usuarios, determinan como “**bajo**” el nivel de fiabilidad a los servicios de moto taxi.

Tabla 11.
Análisis de seguridad

D2 V1: SEGURIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	4	1,0	1,0	1,0
	MEDIO	275	72,0	72,0	73,0
	ALTO	103	27,0	27,0	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: SPSS V25.

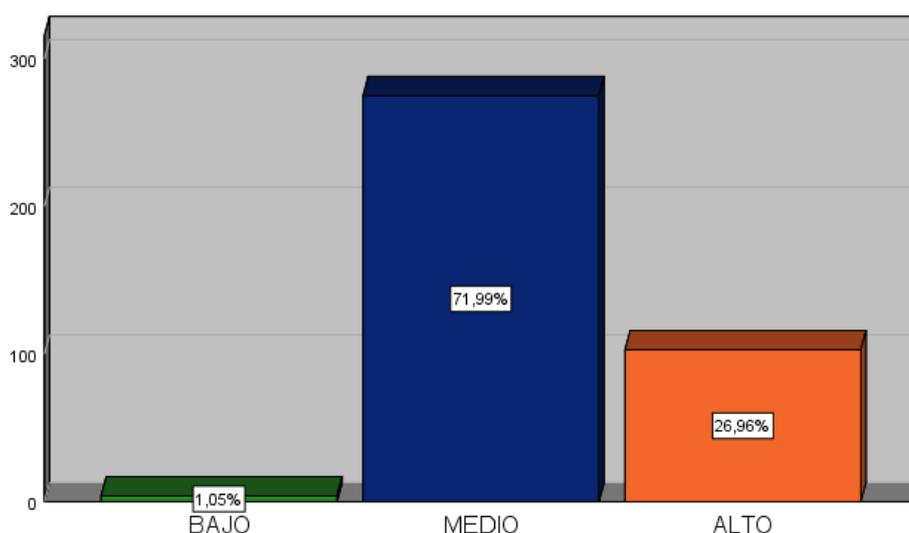


Gráfico 5. Análisis de seguridad
Fuente: SPSS V25

En la tabla 9 y gráfico 5, se aprecian los resultados en base a la dimensión seguridad que corresponde a la variable calidad de servicio a los usuarios de moto taxi del distrito de Pisco. En el que da como resultado un 71.99 % que comprende 275 usuarios, determinando como “**medio**” el nivel de seguridad que brindan a los usuarios, y por otra parte el 1.05 % que comprende 04 usuarios, determinan como “**bajo**” el nivel de seguridad que brindan a los usuarios del Moto Taxi.

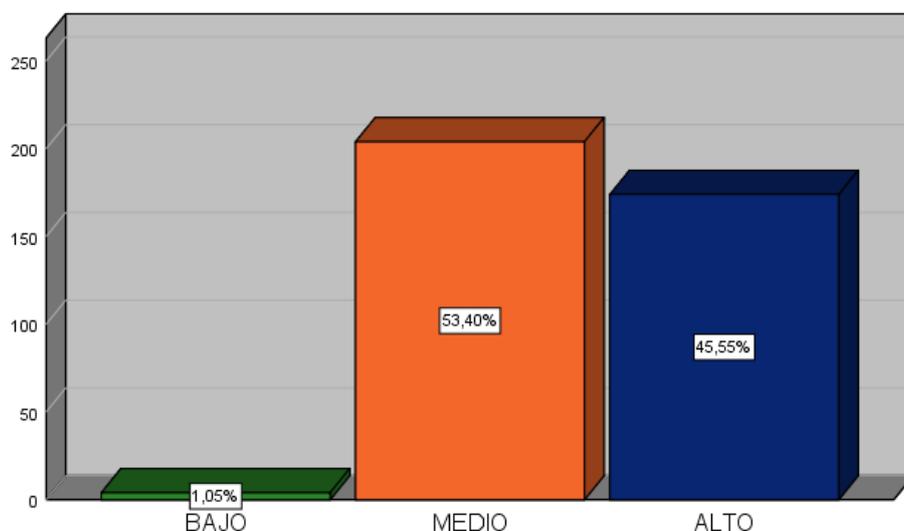


Gráfico 6. Análisis de elementos tangibles
Fuente: SPSS V25.

En la tabla 10 y gráfico 6, se observan los resultados en base a la dimensión elementos tangibles que corresponde a la variable calidad de servicio a los usuarios de moto taxis del distrito de Pisco. En el cual los resultados de un 53.40 % que comprende 204 usuarios, determina como **“medio”** el nivel a los elementos tangibles por los servicios de moto taxi, y por otra parte el 1.05% que comprende 04 usuarios, determinan que es **“bajo”** el nivel de los elementos tangibles de los servicios de moto taxistas, como la limpieza, modernidad del vehículo y apariencia de los conductores.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

Conforme a la formulación del problema y el objetivo general que fue propuesto con anterioridad, se muestra la hipótesis nula y la hipótesis alterna para su aceptación o rechazo:

a) Prueba de hipótesis

Ho: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

H1: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

b) Tipo de decisión

Sig. > 0.05; Significancia negativa

Sig. < 0.05; Significancia positiva

c) Estadístico.

Prueba estadística de Rho de Spearman – spss v25

d) Cálculos

Correlación de Rho de Spearman entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción de usuario en el distrito de Pisco 2019.

Tabla 13.

Rho de Spearman de calidad de servicio con satisfacción del usuario

			CALIDAD	SATISFACCIÓN
Rho de Spearman	CALIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	,719**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

Fuente: SPSS v25.

El resultado que se muestra en la tabla 11, indica que el valor del coeficiente de correlación de Spearman es $r=,719^{**}$ lo cual revela que existe una correlación positiva alta. El valor de significancia es de ,000 que es menor al nivel de confianza de $p < 0,05$, por lo cual se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; siendo así se puede

afirmar, que la calidad de servicio se relaciona de manera positiva alta con la satisfacción de los usuarios de las empresas de transportes de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 14.

Tabla cruzada calidad de servicio y satisfacción del usuario

			SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Calidad de servicio	Nunca	Recuento	4	4	0	0	0	8
		% dentro de satisfacción del usuario	20,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
	Casi nunca	Recuento	12	101	31	0	4	148
		% dentro de satisfacción del usuario	60,0%	64,7%	60,8%	0,0%	2,8%	38,7%
	A veces	Recuento	4	51	20	0	51	126
		% dentro de satisfacción del usuario	20,0%	32,7%	39,2%	0,0%	35,4%	33,0%
	Casi siempre	Recuento	0	0	0	4	23	27
		% dentro de satisfacción del usuario	0,0%	0,0%	0,0%	36,4%	16,0%	7,1%
	Siempre	Recuento	0	0	0	7	66	73
		% dentro de satisfacción del usuario	0,0%	0,0%	0,0%	63,6%	45,8%	19,1%
	Total	Recuento	20	156	51	11	144	382
		% dentro de satisfacción del usuario	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SPSS v25.

Tabla 15.

Prueba de chi-cuadrado de calidad de servicio y satisfacción del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	283,055 ^a	16	,000
N de casos válidos	382		

Fuente: SPSS v25.

Como el valor de significación asintótica es ,000 <0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

4.2.2. Hipótesis específicas

4.2.2.1. Hipótesis específica 1

Conforme a la formulación del problema y el objetivo general que fue propuesto con anterioridad, se muestra la hipótesis nula y la hipótesis alterna para su aceptación o rechazo:

Ho: La fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

H1: La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 16.

Correlación de fiabilidad con satisfacción del usuario

		Correlaciones		
			FIABILIDAD	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
	FIABILIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,475**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
Rho de	SATISFACCIÓN	Coefficiente de correlación	,475**	1,000
Spearman	DEL USUARIO	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

Fuente: SPSS v25

El resultado que se muestra en la tabla 14, indica que el valor del coeficiente de correlación de Spearman es $r=,475^{**}$ donde se aprecia una correlación positiva moderada. El valor de significancia es de 0,000 que es menor al nivel de confianza de $p < 0,05$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; siendo así se puede afirmar, que la fiabilidad brinda mejor el servicio, interés para resolver los problemas y de no cometer errores se relaciona de manera positiva significativa con la satisfacción de los usuarios de transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 17.

Tabla cruzada de fiabilidad con satisfacción del usuario

		Tabla cruzada D1 V1: FIABILIDAD*SATISFACCION DEL USUARIO						
		SATISFACCION DEL USUARIO						
D1 V1: FIABILIDAD			NUNCA	CASI		CASI		Total
				NUNCA	A VECES	SIEMPRE	SIEMPRE	
D1 V1: FIABILIDAD	NUNCA	Recuento	4	4	4	0	0	12
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	20,0%	2,6%	7,8%	0,0%	0,0%	3,1%
	CASI NUNCA	Recuento	12	90	27	0	43	172
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	60,0%	57,7%	52,9%	0,0%	29,9%	45,0%
	A VECES	Recuento	0	58	20	0	16	94
	% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	37,2%	39,2%	0,0%	11,1%	24,6%	
	CASI SIEMPRE	Recuento	4	4	0	4	15	27
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	20,0%	2,6%	0,0%	36,4%	10,4%	7,1%
	SIEMPRE	Recuento	0	0	0	7	70	77
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	0,0%	0,0%	63,6%	48,6%	20,2%
Total		Recuento	20	156	51	11	144	382
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SPSS v25.

Tabla 18.

Prueba de chi-cuadrado fiabilidad con la satisfacción de usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	221,389 ^a	16	,000
N de casos válidos	382		

Fuente: SPSS v25.

Como el valor de significación asintótica es ,000 <0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco.

4.2.2.2. Hipótesis específica 2

Conforme a la formulación del problema y el objetivo general que fue propuesto con anterioridad, se muestra la hipótesis nula y la hipótesis alterna para su aceptación o rechazo:

Ho: La seguridad no se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

H1: La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 19.

Correlación de seguridad con satisfacción del usuario

			SEGURIDAD	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	SEGURIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,746**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,746**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

Fuente: SPSS v25

El resultado que se muestra en la tabla 17, indica que el valor del coeficiente de correlación de Spearman es $r=,746^{**}$ donde hay una correlación positiva alta. El valor de significancia es de 0,000 que es menor al nivel de confianza de $p < 0,05$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; siendo así se puede afirmar, que la seguridad como comportamiento confiable, seguridad de los usuarios y la amabilidad de los conductores se relaciona de manera positiva alta con la satisfacción de los usuarios del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 20.

Tabla cruzada de seguridad con satisfaccion del usuario

		Tabla cruzada D2 V1: SEGURIDAD*SATISFACCION DEL USUARIO						
		SATISFACCION DEL USUARIO					Total	
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE		
D2 V1: SEGURIDAD	NUNCA	Recuento	0	4	0	0	0	4
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	CASI NUNCA	Recuento	20	97	35	0	0	152
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	100,0%	62,2%	68,6%	0,0%	0,0%	39,8%
	A VECES	Recuento	0	55	16	0	52	123
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	35,3%	31,4%	0,0%	36,1%	32,2%
	CASI SIEMPRE	Recuento	0	0	0	0	7	7
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%	1,8%
	SIEMPRE	Recuento	0	0	0	11	85	96
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	59,0%	25,1%
	Total	Recuento	20	156	51	11	144	382
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SPSS v25

Tabla 21.

Prueba de chi-cuadrado de seguridad con satisfaccion del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	286,121 ^a	16	,000
N de casos válidos	382		

Fuente: SPSS v25.

Como el valor de significación asintótica es ,000 <0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco.

4.2.2.3. Hipótesis específica 3

Conforme a la formulación del problema y el objetivo general que fue propuesto con anterioridad, se muestra la hipótesis nula y la hipótesis alterna para su aceptación o rechazo:

Ho: Los elementos tangibles no se relacionan significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

H1: Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 22.

Correlación de elementos tangibles con satisfacción del usuario

			ELEMENTOS TANGIBLES	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	ELEMENTOS TANGIBLES	Coeficiente de correlación	1,000	,615**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	382	382
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,615**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	382	382

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

Fuente: SPSS v25

Del resultado que se muestra en la tabla 20, se observa que el valor del coeficiente de correlación de Spearman es $r=,615^{**}$ lo cual revela que existe una correlación positiva moderada. El valor de significancia es de ,000 que es menor al nivel de confianza de $p < 0,05$ por lo cual se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; siendo así se puede afirmar, que los elementos tangibles como la limpieza del moto taxi, de las condiciones del vehículo menor, conductores presentables se relacionan de manera positiva moderada con la satisfacción de los usuarios del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019.

Tabla 23.

Tabla cruzada de elementos tangibles con satisfacción del usuario

			SATISFACCION DEL USUARIO					Total
			NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
D3 V1: ELEMENTOS TANGIBLES	NUNCA	Recuento	0	4	0	0	0	4
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	CASI NUNCA	Recuento	16	46	8	0	0	70
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	80,0%	29,5%	15,7%	0,0%	0,0%	18,3%
	A VECES	Recuento	4	70	20	0	40	134
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	20,0%	44,9%	39,2%	0,0%	27,8%	35,1%
	CASI SIEMPRE	Recuento	0	32	23	3	38	96
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	20,5%	45,1%	27,3%	26,4%	25,1%
	SIEMPRE	Recuento	0	4	0	8	66	78
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	0,0%	2,6%	0,0%	72,7%	45,8%	20,4%
	Total	Recuento	20	156	51	11	144	382
		% dentro de SATISFACCION DEL USUARIO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SPSS v25.

Tabla 24.

Prueba de chi cuadrado de elementos tangibles con satisfacción del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	212,068 ^a	16	,000
N de casos válidos	382		

Fuente: SPSS v25.

Como el valor de significación asintótica es ,000 <0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco.

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

En esta sección del capítulo podemos decir que se comprobó y se contrastó haciendo referencia con los antecedentes de los resultados que se obtuvieron al finalizar el procesamiento de los datos en el programa estadístico SPSS V25 de la investigación cuyo título es: calidad de servicio del transporte de moto taxi y satisfacción del usuario en el distrito de Pisco, 2019

Primero:

En la investigación desarrollada se ha planteado como hipótesis general que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxi en el distrito de Pisco, 2019. Es así que en la tabla 9 (Spearman correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario) se muestra concretamente que, si hay relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario con un coeficiente de correlación de ,719**, lo cual significa que existe una correlación positiva alta.

Por tal motivo, esto significa que ambas variables sufren los mismos cambios; es decir, si la calidad del servicio asciende, también ascenderá la satisfacción del usuario; y si resulta lo contrario, también ambas variables disminuirán en su aplicación.

En calidad de servicio se hace mención que, es la diferencia que existe entre el servicio que otorga la empresa y la expectativa de los clientes, esta evaluación da como resultado que la calidad puede ser, positiva, neutra o nula, la expectativa es la escala que usa el cliente para medir la calidad del servicio (Alcaide, J. 2015 p. 49).

En satisfacción del cliente se dice que, es el valor emocional que cada persona asigna a la compra de un producto o prestación de un servicio, formándose un juicio de valor por el servicio o compra hecha, comparándolo con la expectativa que tenía (Actualidad Empresa, 2017).

Segundo:

Asimismo, en la hipótesis específica 1, se planteó que la fiabilidad se relaciona moderadamente con la satisfacción de los usuarios de los moto taxistas del distrito de Pisco, 2019. Es así que en la tabla 12 de correlación indica que la fiabilidad se relaciona de manera positiva moderada con la satisfacción, con un coeficiente de correlación de ($r = ,475^{**}$).

Lo cual significa que ambas dimensiones sufren los mismos cambios; dicho de otra manera, si la fiabilidad de los usuarios de moto taxis asciende, también ascenderá la satisfacción del usuario; y si resulta lo contrario, también ambas dimensiones disminuirán en su desarrollo.

Se dice que, la fiabilidad es la confianza a sus clientes, otorgándoles buen servicio, cumpliendo lo prometido y además siendo puntual en la entrega de sus productos y servicios cumpliendo lo acordado, tratando de no equivocarse, pero si lo hace lo admite y trata de solucionar el problema inmediatamente, con el objetivo de dejar contento o complacido al cliente. (Alcaide, J. 2015 p. 51).

Tercero:

Continuando con la discusión en la hipótesis 2 se planteó que la seguridad se relaciona positivamente alta con la satisfacción de los usuarios de moto taxis del distrito de Pisco, 2019. Es así que en la tabla 15 se indica que la seguridad se relaciona de manera positiva alta con la satisfacción, con un coeficiente de correlación de Spearman ($r = ,746^{**}$).

Dicho de otra manera, ambas dimensiones sufren los mismos cambios; de manera que, si la seguridad de los usuarios de moto taxis ascienden, también ascenderá la satisfacción del usuario; y si fuera lo contrario, también ambas dimensiones disminuirán en su desarrollo.

En lo que es seguridad se dice que, es muy importante velar por la seguridad tanto física como financiera del cliente, mantener las instalaciones de la empresa en adecuado uso para el cliente esto evitara accidente, y evitara riesgos de caídas u otros tipos de accidentes que afectaría la imagen

de la empresa (Alcaide, J. 2015 p. 53).

Cuarto:

En la hipótesis específica 3 de este trabajo de investigación se planteó que los elementos tangibles se relacionan moderadamente con la satisfacción de los usuarios de moto taxis del distrito de Pisco, 2019. Es así, que en tabla 18 indica que hay una correlación positiva moderada entre el elemento tangible y la satisfacción de los usuarios de moto taxis, con un coeficiente de correlación de Spearman ($r = ,615^{**}$).

Significa que ambas dimensiones sufren los mismos cambios; dicho de otra manera, si los aspectos tangibles de los usuarios de moto taxis ascienden, también ascenderá la satisfacción del usuario; y si fuera lo contrario, también ambas dimensiones disminuirán en su desarrollo.

Así mismo, los elementos tangibles se basa en mantener las instalaciones de la empresa en buenas condiciones, asimismo el aspecto del personal que presta el servicio debe ser impecable, el cliente quedara contento al percibir estos detalles importantes (Alcaide, J. 2015 p.54).

Podemos contrastar con la tesis Quispe, Y (2015) en su investigación de “Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en el servicio de Traumatología del Hospital Hugo Pesce” Andahuaylas, en su conclusión entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente dice que existe una relación directa y una relación positiva moderada.

Asimismo, contrastamos con la tesis de Sánchez, A (2017) cuya investigación es “Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan Zacapa” Guatemala, que en sus conclusiones dice que existe una brecha de insatisfacción del cliente en la variable calidad del servicio y sus indicadores.

VI. CONCLUSIONES

- Primero:** Respecto al objetivo general planteado que es determinar la relación que existe entre la calidad del servicio del transporte del moto taxi con la satisfacción de los usuarios en el distrito de Pisco 2019, se obtuvo como resultado el valor “sig” de 0.000 que es $< ,05$ de nivel de significancia; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el coeficiente de correlación de spearman da como resultado ,719 lo que significa que existe una correlación positiva alta entre ambas variables. Ello significa que, cuando hay mejoras en la calidad de servicio, se tiene una misma respuesta en la satisfacción de usuario.
- Segundo:** Respecto al primer objetivo específico planteado que es determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019, se obtuvo como resultado el valor “sig” de 0.000 que es $< ,05$ de nivel de significancia; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el coeficiente de correlación de spearman da como resultado ,475 lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del usuario. Ello significa que cuando no hay mejoras en la fiabilidad, se tiene la misma respuesta en la satisfacción de los usuarios.
- Tercero:** Respecto al segundo objetivo específico planteado que es determinar cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019 se obtuvo como resultado el valor “sig” de 0.000 que es menor $< ,05$ de nivel de significancia; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el coeficiente de correlación de spearman da como resultado ,746 lo que significa que existe una correlación positiva alta entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del usuario. Ello significa que cuando hay mejoras en la seguridad, se tiene la misma respuesta en la satisfacción del usuario.

Cuarto: Respecto al tercer objetivo específico planteado que es determinar cómo los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del usuario del transporte de moto taxi en el distrito de Pisco 2019 se obtuvo como resultado el valor “sig” de 0.000 que es menor $< ,05$ de nivel de significancia; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, asimismo el coeficiente de correlación de spearman da como resultado ,615 lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del usuario. Ello significa que cuando hay mejoras en los elementos tangibles, se tiene la misma respuesta en la satisfacción del usuario.

VII. RECOMENDACIONES

- 1) Recomendar a las moto taxistas del distrito de Pisco mejorar los niveles de calidad de servicio enfatizando en las 3 dimensiones establecidas (fiabilidad, seguridad y elementos tangibles), los cuales permitirán mejorar la satisfacción de los usuarios del servicio de transporte de moto taxi del distrito de Pisco.
- 2) Recomendar a los moto taxistas mejorar la fiabilidad en función a la disponibilidad para ayudar a los usuarios, mostrar un trato más amable y comunicativo, lo cual le servirá para conocer las falencias y debilidades que se deben mejorar, teniendo en cuenta que eso depende el prestigio de la empresa.
- 3) Recomendar a los moto taxistas, incrementar la seguridad en función de un manejo seguro, respetando las reglas de tránsito, para lograr inspirar credibilidad y confianza a los usuarios.
- 4) Recomendar a los moto taxistas, mejorar los aspectos tangibles en función a las exigencias que requiere el usuario, como moto taxi en óptimas condiciones, unidades móviles limpias, conductores con buena presencia y medicamentos de primeros auxilios.
- 5) Recomendar a la Municipalidad Distrital de Pisco implementar el aplicativo de tecnología que permite a través de un teléfono celular escanear el sticker con código QR que estará pegado en la parte frontal de la unidad móvil y en la parte interior, y así obtener información exacta de la unidad en la que se moviliza (datos personales del conductor y del moto taxi). El aplicativo móvil traerá múltiples beneficios tanto para la seguridad del ciudadano como para la recaudación ya que incentivará a los transportistas a formalizarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actualidad Empresa. (2017). *Satisfacción del Cliente: Importancia e infraestructura necesaria*. Recuperado de <http://actualidadempresa.com/satisfaccion-del-cliente-importancia-e-infraestructura-necesaria/>
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de Clientes*. Madrid España, ESIC Editorial
- Armada, E. (2015). *La satisfacción del usuario como indicador de la calidad del servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis y Evolución* (tesis de pregrado). Universidad de Murcia, Murcia, España.
- Cárdenas, A. (2019). *¿Cómo reducimos la informalidad del transporte en Lima?* Universidad Antonio Ruiz de Montoya, 284. Recuperado de <https://www.uarm.edu.pe/Noticias/facultades/articulo-como-reducimos-informalidad-transporte-publico-lima#.XVy76dThBkg>
- Campos, A. y Arhuis, F. (2015). *Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal* (tesis de pregrado). Universidad Nacional del centro del Perú. Huancayo, Perú.
- Culqui, L., y Trigo, M. (2018). *Calidad del Servicio y Satisfacción al Cliente del Terminal Terrestre de Chachapoyas* (tesis de maestría). Amazonas, Perú
- EIPE – Business School. (2019). *La Importancia del Marketing en la Gestión de Calidad*. Escuela internacional de profesionales y empresas. Recuperado de <https://www.eipe.es/blog/marketing-en-gestion-de-calidad/>
- El Ministerio del Interior (2019). *Resolución Ministerial N° 809-2019-IN*. Listado de los 120 distritos más vulnerables al crimen y la violencia, (Art. 1).
- El Peruano (s/f) *El Imperio del Moto taxi*. Recuperado de <http://www.elperuano.pe/noticia-el-imperio-las-mototaxis-37600.aspx>
- Feigenbaum, A. (2019). *La satisfacción del Cliente y su importancia para la empresa – Calidad y Gestión*. Recuperado de http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html
- Fernández, D. y Fernández, E. (2015). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Madrid España Ediciones Paraninfo S.A.
- Hernández – Sampieri, R., Mendoza Torres, C. (2014). *Metodología de la Investigación Las rutas Cuantitativas, cualitativas y mixta*. México: Mc Graw Hill
- HISAC Internacional SRL. (2016) *¿Por qué la retroalimentación del cliente es importante?* República Dominicana. Recuperado de <http://hisacinternacional.com/portal/por-que-la-retroalimentacion-del-cliente-es-importante/>
- Huancollo, J, (2018). *Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Usuarios de la*

Municipalidad Distrital de Taraco (tesis de pregrado) Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huancané, Puno.

Inei (2013) *Registro de Moto Taxis, según Departamento, 2008 – 2013* Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1173/cap19/cap19.pdf

La Lupa (2020) *Pisco: joven huía por su vida en su mototaxi pero sicarios lo alcanzaron.* Recuperado de <https://lalupa.pe/ica/pisco-mototaxi-corria-por-su-vida-pero-cuatro-sicarios-lo-alcanzaron-y-lo-balearon-20223/>

Lizarzaburu, E. (art 2016) *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015.* Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187244133006/html/index.html>

López, D (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la Ciudad de Guayaquil – Ecuador.* Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Lovelock, C. y Wirtz, J. (2015) *Marketing de Servicios Personal, Tecnología y estrategia.* Recuperado de https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2018/01/librerc3ada-3-_marketing_de_servicios-lovelock.pdf

Melera, C. (2019). *El Blog de Marlon Melera, La calidad en el servicio y la mejora continua.* Recuperado de <https://marlonmelara.com/la-calidad-en-el-servicio-y-la-mejora-continua/>

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (s/f). Recuperado de <https://www.gob.pe/mtc>

Morán, G. (2016). *Análisis de la Calidad del Servicio de Transporte Urbano de Buses en la Ciudad de Esmeralda desde la Óptica del Usuario.* Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>

Moya, M. (2019). *Estrategia: Calidad de Servicio - Logistec supply chain&full filment.* Chile. Recuperado de <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

MTC. (2009). *Reglamento Nacional de Administración del Transporte aprobado con D.S. Nº 017-, (Art 1).* Municipalidad Distrital de Pisco recuperado de <http://www.munipisco.gob.pe/>

Ortega, O. (2017). *Mejoramiento Continuo de Proceso aspectos conceptuales* Bogotá Colombia Ediciones de la U

ONG Luz Ambar (2020) *Moto Taxi sin control en la Capital.* Recuperado de <https://www.nitro.pe/el-urbano/mototaxis-sin-control-en-la-capital.html>

Plan local de seguridad ciudadana del Distrito de Pisco 2019. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1HvpKqZM0wwKtVg1ICtRvMhfKTSggn5kH/>

view

- Plan estratégico de Seguridad Vial PENvs – 2017-2021. Recuperado de https://www.mtc.gob.pe/cnsv/documentos/PENsv_2017-2021.pdf
- Pro&Contra (2019) Iquitos, la Ciudad de los Motocarros. Recuperado de <https://proycontra.com.pe/iquitos-la-ciudad-de-los-motocarros/>
- QuestionPro (2019) *Elementos que conforman la Satisfacción al cliente*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>
- Quispe, Y, (2015) *Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en el servicio de Traumatología del Hospital Nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas – 2015*. Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/234/24-2015-EPAE-Quipe%20Perez-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfaccion%20del%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos, D. (2018) *Blog de la Calidad, ISO 9001:2015-9.1.2. Satisfacción del cliente*. Recuperado de <https://blogdelacalidad.com/iso-90012015-9-1-2-satisfaccion-del-cliente-requisito-9-1-parte-2/>
- Rivera, S. (2019). *La Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Greenandes Ecuador*. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- RPP (s/f). *Tres muertos dejo choque de bus contra Moto taxi en Pisco*. Recuperado de <https://rpp.pe/peru/ica/tres-muertos-dejo-choque-de-bus-contramototaxi-en-pisco-noticia-1089572>
- Sánchez, A. (2017). *En su tesis llamada "Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa."* Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Secce, I. (2017). *En su tesis de investigación lleva por título "Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario en las Empresas de Moto Taxi del Distrito de Andahuaylas, 2017"* Recuperado de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/343/Ivan_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Thompson, I (2019). *La satisfacción del cliente – Promonegocios*. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Torres, J y Luna, I. (2017) *Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>
- Wikipedia. (2020). *El imperio de las Moto taxis*. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mototaxi>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

CALIDAD DE SERVICIO DEL TRANSPORTE DE MOTO TAXI Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL DISTRITO DE PISCO, 2019

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio del transporte de Moto Taxi con la satisfacción del usuarios en el Distrito de Pisco, 2019?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio del transporte de Moto Taxi con la satisfacción del usuarios en el Distrito de Pisco, 2019	La calidad de servicio del transporte de Moto Taxi se relaciona directamente con la satisfacción del usuarios en el Distrito de Pisco, 2019	VARIABLE 1 Calidad de Servicio Dimensión 1: Fiabilidad Dimensión 2: Seguridad Dimensión 3: Elementos Tangibles VARIABLE 2 Satisfacción con el Usuario Dimensión 1: Satisfacción Dimensión 2: Fidelización	Tipo de Investigación: Correlacional Método de Investigación: Cuantitativo Diseño de Investigación: No experimental Población: 53 887 habitantes Muestra: 382 habitantes
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		
¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario del Distrito de Pisco, 2019?	Determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario del Distrito de Pisco, 2019	La fiabilidad se relaciona directamente con la satisfacción de los usuarios en el Distrito de Pisco, 2019		
¿Cómo la Seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario del Distrito de Pisco? 2019?	Determinar cómo la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario en el Distrito de Pisco, 2019	La seguridad se relaciona directamente con la satisfacción del usuarios en el Distrito de Pisco, 2019		
¿Cómo los elementos tangibles se relaciona con la satisfacción del usuario del Distrito de Pisco, 2019?	Determinar cómo los elementos tangibles se relaciona con la satisfacción del usuario en el Distrito de Pisco, 2019	Los elementos tangibles se relacionan directamente con la satisfacción de los usuarios en el Distrito de Pisco, 2019		

Anexo 2: Matriz de operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V1: CALIDAD DE SERVICIO Según afirma Alcaide (2015) Para alcanzar la Calidad del servicio lo fundamental conocer y satisfacer las expectativas de los clientes luego organizarse y trabajar para satisfacer y darle a los clientes lo que esperan	Son los niveles de servicios que han sido otorgados a los usuarios ante una posibilidad de resultados que se desean	Fiabilidad Capacidad de Ofrecer un servicio correcto, prometido para dejar satisfecho al cliente	-No comete errores -Un nivel de servicio bueno y constante -Interés por resolver los problemas
		Seguridad Habilidad y conocimiento que tienen los empleados para demostrar confianza y seguridad	-Los conductores velan por la seguridad del cliente -Conductores son cordiales para crear seguridad en el cliente -Confianza en el comportamiento de los conductores -Botiquín de primeros auxilios
		Elementos Tangibles Cuidado de la apariencia de las instalaciones físicas	-Vehículos limpios -conductores con buena apariencia -Vehículos en buenas condiciones
V2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO Actualidad Empresa (2017) define la satisfacción del cliente como objetivo de alineamiento y motivación del personal de una organización con el fin de lograr una óptima satisfacción de las necesidades de sus clientes.	Es el nivel de satisfacción que los usuarios han percibido por los servicios recibidos	Satisfacción La percepción del usuario sobre el nivel de cumplimiento de sus expectativas	-Expectativas del usuario -Percepción del usuario
		Fidelización Es un cliente recurrente a un producto o servicio	-Atención inmediata -Satisfacción del usuario

Anexo 3: Instrumentos

FORMATO DE ENCUESTA PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL TRANSPORTE DE MOTO TAXI Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL DISTRITO DE PISCO, 2019

GENERO	
Femenino	
Masculino	

EDAD	
De 18 - 25 años	
de 26 – 35 años	
de 36 – 45 años	
de 46 a más años	

CALIDAD DE SERVICIO						
Califique usted la calidad del servicio de transporte de moto taxi. Utilice la escala de: 1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = A Veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre.						
Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
1	¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas?					
2	¿Los conductores de moto taxis respetan siempre las reglas de transito?					
3	¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio?					
4	¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?					
5	Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?					
6	¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayudan en la solución del problema de transito?					
SEGURIDAD						
7	¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi?					
8	¿Los moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos?					
9	¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi?					
10	¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?					
11	¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi?					
12	¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?					
13	¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores?					

14	¿Cree usted que los moto taxis no deben usar lunas o micas polarizadas?					
15	¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?					
16	¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?					
ELEMENTOS TANGIBLES						
17	¿Se siente usted a gusto con la limpieza del moto taxi en el que viaja?					
18	¿Tienen buena apariencia y se les ve presentable a los conductores de moto taxi?					
19	¿Considera usted que los moto taxis están siempre en buenas condiciones?					
20	¿Con que frecuencia los moto taxis que aborda son vehículos modernos?					
21	¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?					

ENCUESTA PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL TRANSPORTE DE MOTO TAXI Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL DISTRITO DE PISCO, 2019

SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
Califique usted la Satisfacción sobre el servicio de transporte de moto taxi. Utilice la escala de 1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = A Veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre.						
Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
SATISFACCIÓN						
22	¿Espera usted que el conductor de moto taxi brinde un mejor servicio?					
23	¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado?					
24	¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas?					
25	¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?					
26	¿Con que frecuencia los conductores de moto taxis discuten con los clientes?					
27	¿Le inspira confianza los conductores de moto taxis?					
28	¿Cree usted que los Moto taxistas deberían formalizarse?					
29	¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día?					
30	¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxi?					
31	¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido a alto volumen durante su recorrido?					
FIDELIZACIÓN						
32	¿Actúa con rapidez el conductor del moto taxi al momento de solicitar el servicio?					
33	¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor del moto taxi al hacerle una consulta?					
34	¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor del moto taxi a usted?					
35	¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi?					
36	¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas?					
37	¿Considera usted que los conductores de los moto taxis lo valoran como cliente?					
38	¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de moto taxi?					
39	¿Si se presentara otra opción de movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi?					
40	¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas?					
41	¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos?					
42	¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?					

Anexo 4: Validación de instrumentos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. Justiniano Aybar Huamani

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es grato comunicarme con usted para saludarlo (a) y así mismo. Hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa taller de tesis para licenciamiento en Administración aula 304 de la sede de 28 de julio; requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré ser licenciado en Administración.

El título del Proyecto de investigación es: **Calidad del Servicio de Transporte de Moto Taxi y Satisfacción del Usuario en el Distrito de Pisco, 2019** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos de medición, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en el tema.

El expediente de validación, que hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización desarrollada de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,


Bachiller Manuel Eduardo Advíncula Espino
DNI. 42255070


Bachiller Edgardo Estuardo Hall Arias
DNI. 08632679

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable1: Para Alcalde, j. (2015) Calidad del Servicio Es la diferencia que existe entre el servicio que otorga la empresa y la expectativa de los clientes, esta evaluación da como resultado que la calidad puede ser, positiva, neutra o nula, la expectativa es la escala que usa el cliente para medir la calidad del servicio. (p. 49)

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
1. FIABILIDAD	A. No comete errores	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas? 2. ¿Los conductores de moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito? 3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio? 4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Un nivel de servicio bueno y constante	5. ¿Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	
	C. Interés por resolver los problemas	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de tránsito?	
2. SEGURIDAD	A. Los conductores velan por la seguridad del cliente	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi? 8. ¿Los moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos? 9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi? 10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	
	B. Conductores son cordiales para crear seguridad en el cliente	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi? 12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	
	C. Confianza en el comportamiento de los conductores	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores? 14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas? 15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	
	D. Botiquín de primeros auxilios	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	
3. ELEMENTOS TANGIBLES	A. Vehículos limpios	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	
	B. Conductores con buena apariencia	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de moto taxi?	
	D. Vehículos en buenas condiciones	19. ¿Considera usted que los moto taxis están siempre en buenas condiciones?	
		20. ¿Con que frecuencia los moto taxis que aborda son vehículos modernos? 21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	

DEFINICIÓN CONCEPTUAL



Variable2: Para Actualidad Empresa,2017 define la Satisfacción del cliente como el objetivo de alineamiento y motivación que debe tener el personal de una organización o Empresa con el fin de lograr una óptima satisfacción de las necesidades o expectativas de sus clientes

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
4. SATISFACCIÓN	A. Expectativas del Usuario	1. ¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio? 2. ¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado? 3. ¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas? 4. ¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Percepción del Usuario	5. ¿Con que frecuencia los conductores de moto taxis discuten con los clientes? 6. ¿Le inspira confianza los conductores de moto taxis? 7. ¿A menudo los conductores de moto taxis suelen tener problemas con los clientes? 8. ¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día? 9. ¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxis? 10. ¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	
5. FIDELIZACIÓN	A. Atención inmediata	11. ¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio? 12. ¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta? 13. ¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	
	B. Satisfacción del cliente	14. ¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi? 15. ¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas? 16. ¿Considera usted que los conductores de las moto taxis lo valoran como cliente? 17. ¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de la moto taxi? 18. ¿Si se presentara otra opción para movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi? 19. ¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas? 20. ¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos? 21. ¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1 CALIDAD DEL SERVICIO"

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas?	X		X		X		
2	2. ¿Los conductores de las moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito?	X		X		X		
3	3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio?	X		X		X		
4	4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	X		X		X		
5	5. Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	X		X		X		
6	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de tránsito?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
7	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi?	X		X		X		
8	8. ¿Las moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos?	X		X		X		
9	9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi?	X		X		X		
10	10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	X		X		X		
11	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi?	X		X		X		
12	12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	X		X		X		
13	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores?	X		X		X		
14	14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas?	X		X		X		
15	15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	X		X		X		
16	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	X		X		X		
DIMENSION 3: ELEMENTOS TANGIBLES								
17	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	X		X		X		
18	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de las moto taxi?	X		X		X		
19	19. ¿Considera usted que las moto taxis están siempre en buenas condiciones?	X		X		X		
20	20. ¿Con que frecuencia las moto taxis que aborda son vehículos modernos?	X		X		X		
21	21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable() Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellido y nombre del juez validador (Dr./Mg): AYBAR HUAMANI JUSTINIANO

DNI: 08822479

Especialidad del validador: METODOLÓGICO Y TEMÁTICO

1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2 SATISFACCIÓN DEL USUARIO"

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: SATISFACCION								
1	¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio?	X		X		X		
2	¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado?	X		X		X		
3	¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas?	X		X		X		
4	¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	X		X		X		
5	¿Con que frecuencia los conductores de las moto taxis discuten con los clientes?	X		X		X		
6	¿Le inspira confianza los conductores de las moto taxis?	X		X		X		
7	¿A menudo los conductores de las moto taxis suelen tener problemas con los clientes?	X		X		X		
8	¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día?	X		X		X		
9	¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxi?	X		X		X		
10	¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: FIDELIZACIÓN								
11	¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio?	X		X		X		
12	¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta?	X		X		X		
13	¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	X		X		X		
14	¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi?	X		X		X		
15	¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas?	X		X		X		
16	¿Considera usted que los conductores de los moto taxis lo valoran como cliente?	X		X		X		
17	¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de moto taxi?	X		X		X		
18	¿Si se presentara otra opción de movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi?	X		X		X		
19	¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas?	X		X		X		
20	¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos?	X		X		X		
21	¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable() Aplicable después de corregir () No aplicable ()

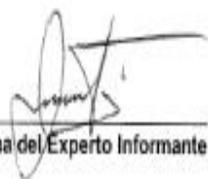
Apellido y nombre del juez validador (Dr) / Mg: AYBAR HUAMAN, JUSTINIANO

DNI: 08822474

Especialidad del validador: METODOLOGO Y TEMÁTICO

- 1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
- 2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- 3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante



CARTA DE PRESENTACIÓN

Dra. Teresa Giovanna Chirinos Gastelu

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es grato comunicarme con usted para saludarlo (a) y así mismo. Hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa taller de tesis para licenciamiento en Administración aula 304 de la sede de 28 de julio; requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré ser licenciado en Administración.

El título del Proyecto de investigación es: **Calidad del Servicio de Transporte de Moto Taxi y Satisfacción del Usuario en el Distrito de Pisco, 2019** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos de medición, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en el tema.

El expediente de validación, que hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización desarrollada de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Bachiller Manuel Eduardo Advíncula Espino
DNI. 42255070



Bachiller Edgardo Estuardo Hall Arias
DNI. 08632679



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable1: Para Alcaide, J. (2015) Calidad del Servicio Es la diferencia que existe entre el servicio que otorga la empresa y la expectativa de los clientes, esta evaluación da como resultado que la calidad puede ser, positiva, neutra o nula, la expectativa es la escala que usa el cliente para medir la calidad del servicio. (p. 49)

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
1. FIABILIDAD	A. No comete errores	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas? 2. ¿Los conductores de moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito? 3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio? 4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Un nivel de servicio bueno y constante	5. ¿Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	
	C. Interés por resolver los problemas	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de tránsito?	
2. SEGURIDAD	A. Los conductores velan por la seguridad del cliente	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi? 8. ¿Los moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos? 9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi? 10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	
	B. Conductores son cordiales para crear seguridad en el cliente	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi? 12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	
	C. Confianza en el comportamiento de los conductores	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores? 14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas? 15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	
	D. Botiquín de primeros auxilios	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	
3. ELEMENTOS TANGIBLES	A. Vehículos limpios	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	
	B. Conductores con buena apariencia	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de moto taxi?	
	D. Vehículos en buenas condiciones	19. ¿Considera usted que los moto taxis están siempre en buenas condiciones?	
		20. ¿Con que frecuencia los moto taxis que aborda son vehículos modernos? 21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	



DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable2: Para Actualidad Empresa,2017 define la Satisfacción del cliente como el objetivo de alineamiento y motivación que debe tener el personal de una organización o Empresa con el fin de lograr una óptima satisfacción de las necesidades o expectativas de sus clientes

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
4. SATISFACCIÓN	A. Expectativas del Usuario	1. ¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio? 2. ¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado? 3. ¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas? 4. ¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Percepción del Usuario	5. ¿Con que frecuencia los conductores de moto taxis discuten con los clientes? 6. ¿Le inspira confianza los conductores de moto taxis? 7. ¿A menudo los conductores de moto taxis suelen tener problemas con los clientes? 8. ¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día? 9. ¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxis? 10. ¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	
5. FIDELIZACIÓN	A. Atención inmediata	11. ¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio? 12. ¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta? 13. ¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	
	B. Satisfacción del cliente	14. ¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi? 15. ¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas? 16. ¿Considera usted que los conductores de las moto taxis lo valoran como cliente? 17. ¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de la moto taxi? 18. ¿Si se presentara otra opción para movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi? 19. ¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas? 20. ¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos? 21. ¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1 CALIDAD DEL SERVICIO"

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas?	X		X		X		
2	2. ¿Los conductores de las moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito?	X		X		X		
3	3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio?	X		X		X		
4	4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	X		X		X		
5	5. Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	X		X		X		
6	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de tránsito?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
7	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi?	X		X		X		
8	8. ¿Las moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos?	X		X		X		
9	9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi?	X		X		X		
10	10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	X		X		X		
11	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi?	X		X		X		
12	12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	X		X		X		
13	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores?	X		X		X		
14	14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas?	X		X		X		
15	15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	X		X		X		
16	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	X		X		X		
DIMENSION 3: ELEMENTOS TANGIBLES								
17	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	X		X		X		
18	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de las moto taxi?	X		X		X		
19	19. ¿Considera usted que las moto taxis están siempre en buenas condiciones?	X		X		X		
20	20. ¿Con que frecuencia las moto taxis que aborda son vehículos modernos?	X		X		X		
21	21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable() Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellido y nombre del juez validador. Dr. / Mg: Chirinos Gastelú Teresa Giolanna.....

DNI: 07991242

Especialidad del validador: Dr. Educ. Metodología.....

- 1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
- 2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- 3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2 SATISFACCIÓN DEL USUARIO"

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN								
1	¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio?	X		X		X		
2	¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado?	X		X		X		
3	¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas?	X		X		X		
4	¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	X		X		X		
5	¿Con que frecuencia los conductores de las moto taxis discuten con los clientes?	X		X		X		
6	¿Le inspira confianza los conductores de las moto taxis?	X		X		X		
7	¿A menudo los conductores de las moto taxis suelen tener problemas con los clientes?	X		X		X		
8	¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día?	X		X		X		
9	¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxi?	X		X		X		
10	¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: FIDELIZACIÓN								
11	¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio?	X		X		X		
12	¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta?	X		X		X		
13	¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	X		X		X		
14	¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi?	X		X		X		
15	¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas?	X		X		X		
16	¿Considera usted que los conductores de los moto taxis lo valoran como cliente?	X		X		X		
17	¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de moto taxi?	X		X		X		
18	¿Si se presentara otra opción de movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi?	X		X		X		
19	¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas?	X		X		X		
20	¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos?	X		X		X		
21	¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellido y nombre del juez validador. Dr. / Mg: Cirinas Gastelú, Teresa Giuanna

DNI: 07991242

Especialidad del validador: Dra. Educ. Metodología

1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante



CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. Victor Andrés Medrano Arotingo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es grato comunicarme con usted para saludarlo (a) y así mismo, Hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa taller de tesis para licenciamiento en Administración aula 302 de la sede de 28 de julio; requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré ser licenciado en Administración.

El título del Proyecto de investigación es: **Calidad del Servicio de Transporte de Moto Taxi y Satisfacción del Usuario en el Distrito de Pisco, 2019** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos de medición, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en el tema.

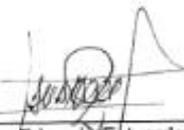
El expediente de validación, que hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización desarrollada de las variables
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Bachiller Manuel Eduardo Advíncula Espino
DNI.42255070


Bachiller Edgardo Estuardo Hall Arias
DNI.08632679

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable 1: Para Alcalde, j. (2015) Calidad del Servicio Es la diferencia que existe entre el servicio que otorga la empresa y la expectativa de los clientes, esta evaluación da como resultado que la calidad puede ser, positiva, neutra o nula, la expectativa es la escala que usa el cliente para medir la calidad del servicio. (p. 49)

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
1. FIABILIDAD	A. No comete errores	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas? 2. ¿Los conductores de moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito? 3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio? 4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Un nivel de servicio bueno y constante	5. ¿Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	
	C. Interés por resolver los problemas	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de transito?	
2. SEGURIDAD	A. Los conductores velan por la seguridad del cliente	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi? 8. ¿Los moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos? 9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi? 10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	
	B. Conductores son cordiales para crear seguridad en el cliente	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi? 12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	
	C. Confianza en el comportamiento de los conductores	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores? 14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas? 15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	
	D. Botiquín de primeros auxilios	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	
3. ELEMENTOS TANGIBLES	A. Vehículos limpios	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	
	B. Conductores con buena apariencia	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de moto taxi?	
	D. Vehículos en buenas condiciones	19. ¿Considera usted que los moto taxis están siempre en buenas condiciones?	
		20. ¿Con que frecuencia los moto taxis que aborda son vehículos modernos? 21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	



DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable2: Para Actualidad Empresa,2017 define la Satisfacción del cliente como el objetivo de alineamiento y motivación que debe tener el personal de una organización o Empresa con el fin de lograr una óptima satisfacción de las necesidades o expectativas de sus clientes

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores
4. SATISFACCIÓN	A. Expectativas del Usuario	1. ¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio? 2. ¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado? 3. ¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas? 4. ¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	B. Percepción del Usuario	5. ¿Con que frecuencia los conductores de moto taxis discuten con los clientes? 6. ¿Le inspira confianza los conductores de moto taxis? 7. ¿A menudo los conductores de moto taxis suelen tener problemas con los clientes? 8. ¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día? 9. ¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxis? 10. ¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	
5. FIDELIZACIÓN	A. Atención inmediata	11. ¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio? 12. ¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta? 13. ¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	
	B. Satisfacción del cliente	14. ¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi? 15. ¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas? 16. ¿Considera usted que los conductores de las moto taxis lo valoran como cliente? 17. ¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de la moto taxi? 18. ¿Si se presentara otra opción para movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi? 19. ¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas? 20. ¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos? 21. ¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 1 CALIDAD DEL SERVICIO"

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	1. ¿Con que frecuencia manejan con imprudencia los Moto taxistas?	X		X		X		
2	2. ¿Los conductores de las moto taxis respetan siempre las reglas de tránsito?	X		X		X		
3	3. ¿Los conductores de moto taxi realizan siempre un buen servicio?	X		X		X		
4	4. ¿Considera Usted que los conductores admiten su error cuando se equivocan?	X		X		X		
5	5. Considera usted que los conductores siempre cumplen con el servicio pactado?	X		X		X		
6	6. ¿Considera usted que el conductor de moto taxi ayuda en la solución del problema de tránsito?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
7	7. ¿Se siente usted seguro con el servicio que brindan los conductores de moto taxi?	X		X		X		
8	8. ¿Las moto taxis recogen con frecuencia a los pasajeros en los paraderos?	X		X		X		
9	9. ¿Es siempre seguro para usted viajar en moto taxi?	X		X		X		
10	10. ¿Los moto taxistas siempre realizan maniobras peligrosas en su recorrido?	X		X		X		
11	11. ¿Los conductores por lo general son cordiales cuando prestan el servicio de moto taxi?	X		X		X		
12	12. ¿Los conductores se ofrecen a ayudarlos a subir o bajar del moto taxi?	X		X		X		
13	13. ¿Confía siempre en el comportamiento de los conductores?	X		X		X		
14	14. ¿Cree usted que los moto taxis no deben de usar lunas o micas polarizadas?	X		X		X		
15	15. ¿Debería portar identificación el conductor de moto taxi de la empresa o asociación a la que pertenece?	X		X		X		
16	16. ¿Cree usted que los moto taxistas siempre cuentan con botiquín de primeros auxilios?	X		X		X		
DIMENSION 3: ELEMENTOS TANGIBLES								
17	17. ¿Se siente usted a gusto con la limpieza de la moto taxi en el que viaja?	X		X		X		
18	18. ¿Tienen buena apariencia y se les ve presentables a los conductores de las moto taxi?	X		X		X		
19	19. ¿Considera usted que las moto taxis están siempre en buenas condiciones?	X		X		X		
20	20. ¿Con que frecuencia las moto taxis que aborda son vehículos modernos?	X		X		X		
21	21. ¿Considera que los moto taxistas deben renovar con más frecuencia sus vehículos?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable(X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellido y nombre del juez validador. Dr. / Mg: *Martín Gerón Publico*.....

DNI: *04207266*.....

Especialidad del validador: *COM. N. I. RA. P. O. C. - Víctor Anónim y Gerardo Anónimo*.....

1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE "VARIABLE 2 SATISFACCIÓN DEL USUARIO"

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN 1: SATISFACCIÓN								
1	¿Día a día espera usted que el conductor de la moto taxi brinde un mejor servicio?	X		X		X		
2	¿Está usted conforme con el tiempo de recorrido por el servicio realizado?	X		X		X		
3	¿Está usted satisfecho con el servicio recibido por los moto taxistas?	X		X		X		
4	¿Está de acuerdo con el costo pagado por el servicio recibido de los moto taxistas?	X		X		X		
5	¿Con que frecuencia los conductores de las moto taxis discuten con los clientes?	X		X		X		
6	¿Le inspira confianza los conductores de las moto taxis?	X		X		X		
7	¿A menudo los conductores de las moto taxis suelen tener problemas con los clientes?	X		X		X		
8	¿Cree usted que el servicio de moto taxi mejora cada día?	X		X		X		
9	¿Sabe si en algún momento un familiar o amigo tuvo problemas con los conductores de moto taxi?	X		X		X		
10	¿Está usted de acuerdo que usen el equipo de sonido con alto volumen durante su recorrido?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: FIDELIZACIÓN								
11	¿Actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al momento de solicitar el servicio?	X		X		X		
12	¿Cree usted que actúa con rapidez el conductor de la moto taxi al hacerle una consulta?	X		X		X		
13	¿Siempre son claras las respuestas que da el conductor de la moto taxi a usted?	X		X		X		
14	¿Recomendaría usted a otra persona a usar el servicio de moto taxi?	X		X		X		
15	¿Usted siempre confía en el servicio que brindan los moto taxistas?	X		X		X		
16	¿Considera usted que los conductores de los moto taxis lo valoran como cliente?	X		X		X		
17	¿Alguna vez se ha sentido complacido por el servicio recibido de moto taxi?	X		X		X		
18	¿Si se presentara otra opción de movilizarse cambiaría el servicio de moto taxi?	X		X		X		
19	¿Se debería realizar programas de capacitación para los moto taxistas?	X		X		X		
20	¿Los moto taxistas siempre deben estar correctamente vestidos?	X		X		X		
21	¿De mejorar la atención de los moto taxistas volvería a contar con sus servicios?	X		X		X		

Observaciones:.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable(X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellido y nombre del juez validador. Dr. / Mg.: *Medina en Contin. Publica*.....

DNI: *04202266*.....

Especialidad del validador: *ADMIN. TRABAJO - Sector Andres Medrano Montoya*.....

1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Anexo 5: Matriz de datos

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

Ítem	FIABILIDAD							SEGURIDAD										ELEMENTOS TANGIBLES						SUMA	
	1	2	3	4	5	6	D1	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	D2	17	18	19	20	21		D3
1	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
2	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	1	2	2	5	2	23	2	2	1	1	5	11	77
3	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	5	1	1	3	3	4	3	29	1	3	3	3	3	13	109
4	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	1	1	1	3	7	67
5	4	1	1	1	1	1	9	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	2	1	1	3	8	66
6	3	2	1	3	2	2	13	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	1	2	2	3	10	78
7	5	1	2	1	1	1	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	67
8	5	1	1	2	1	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	3	25	2	2	3	3	5	15	87
9	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	1	3	3	3	11	117
10	5	1	1	2	1	1	11	1	2	1	5	1	1	1	1	5	1	19	2	2	1	1	5	11	71
11	3	1	3	1	1	2	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	69
12	3	2	3	2	1	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	1	2	2	3	9	79
13	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
14	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	5	17	111
15	4	3	1	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	107
16	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
17	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	15	115
18	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	17	3	3	1	1	5	13	67
19	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	4	2	2	2	5	15	83
20	5	3	3	2	2	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
21	5	1	1	1	2	3	13	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	73
22	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
23	4	2	2	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	2	3	11	83
24	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
25	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
26	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
27	5	3	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	1	3	3	3	11	109
28	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
29	5	2	1	1	2	1	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	85

30	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
31	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
32	5	3	3	2	3	1	17	2	2	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	83
33	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	2	1	1	5	12	68
34	5	1	1	2	1	2	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	3	1	2	2	5	13	85
35	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
36	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	1	5	10	70
37	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
38	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	2	2	2	3	10	80
39	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
40	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
41	5	3	1	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	109
42	5	1	3	1	3	1	14	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	73
43	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
44	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
45	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
46	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	1	1	1	5	10	66
47	3	2	2	3	2	2	14	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	23	1	2	2	2	3	10	84
48	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
49	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
50	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	3	3	3	3	13	119
51	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
52	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	1	2	2	2	5	12	80
53	5	3	3	1	3	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
54	5	1	1	3	1	1	12	1	1	3	5	1	1	1	1	5	1	20	1	3	1	1	5	11	75
55	4	1	1	2	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	2	19	2	3	1	2	5	13	71
56	4	2	2	2	2	2	14	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	24	3	2	2	3	3	13	89
57	5	1	1	1	1	1	10	1	3	3	5	1	1	1	1	5	3	24	3	1	1	2	5	12	80
58	5	1	1	1	2	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	82
59	5	3	3	3	2	3	19	3	2	3	5	3	3	3	3	4	3	32	1	3	3	2	3	12	114
60	5	1	1	2	1	1	11	1	3	1	5	1	1	1	1	5	1	20	3	2	2	1	5	13	75
61	5	1	1	1	3	1	12	1	3	1	5	1	1	1	1	5	3	22	2	1	1	2	5	11	79
62	3	2	2	2	3	2	14	2	4	2	3	2	2	3	2	3	1	24	3	2	2	2	3	12	88
63	5	1	1	1	3	1	12	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	1	3	1	3	5	13	77
64	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
65	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	32	3	2	2	2	3	12	110

66	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	2	3	5	1	21	1	3	3	1	5	13	75
67	5	1	1	2	1	1	11	1	1	1	5	3	1	1	3	5	1	22	1	1	1	3	5	11	77
68	3	4	3	2	3	2	17	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	2	2	3	3	12	88
69	5	3	2	1	1	1	13	4	1	3	5	3	1	1	1	5	1	25	1	1	1	3	5	11	87
70	5	1	1	3	1	1	12	2	1	2	4	2	2	2	3	5	2	25	2	3	3	1	5	14	88
71	5	3	3	3	4	3	21	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	34	3	5	3	2	3	16	126
72	5	1	1	1	1	1	10	1	1	3	5	1	1	1	1	5	4	23	4	3	3	2	5	17	83
73	5	1	1	2	1	2	12	1	1	4	5	1	1	3	1	5	1	23	1	1	1	3	5	11	81
74	3	2	2	3	2	1	13	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	24	2	2	2	1	3	10	84
75	2	4	1	1	1	3	12	1	1	1	5	3	3	1	1	5	1	22	1	2	2	3	5	13	81
76	5	1	1	1	1	2	11	2	1	2	4	2	3	2	2	5	2	25	2	3	3	3	5	16	88
77	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	1	1	2	3	10	116
78	5	1	1	1	1	1	10	1	1	4	5	1	4	1	1	5	1	24	1	3	3	1	5	13	81
79	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	2	5	14	70
80	3	2	3	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	3	3	12	84
81	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
82	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
83	5	3	1	1	3	1	14	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	1	3	13	107
84	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	3	5	12	72
85	5	1	1	1	1	1	10	2	1	1	5	1	3	1	1	5	1	21	1	3	1	3	5	13	75
86	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	3	1	3	3	12	82
87	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	1	5	13	65
88	2	3	4	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	3	15	117
89	3	3	3	4	3	3	19	4	3	3	2	3	3	3	3	5	3	32	1	3	3	3	3	13	115
90	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	1	2	3	5	14	70
91	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	3	2	3	3	5	2	27	2	2	2	3	5	14	88
92	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	34	3	3	3	2	3	14	122
93	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	2	1	1	3	5	1	21	1	1	1	1	5	9	71
94	5	1	1	1	1	3	12	3	1	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	2	5	10	74
95	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	1	3	10	80
96	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	3	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	69
97	3	1	2	3	4	4	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	4	3	2	5	15	109
98	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31	3	3	3	3	5	17	117
99	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
100	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	1	2	2	5	2	23	2	2	1	1	5	11	77
101	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	5	1	1	3	3	4	3	29	1	3	3	3	3	13	109

102	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	1	1	1	3	7	67
103	4	1	1	1	1	1	9	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	2	1	1	3	8	66
104	3	2	1	3	2	2	13	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	1	2	2	3	10	78
105	5	1	2	1	1	1	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	67
106	5	1	1	2	1	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	3	25	2	2	3	3	5	15	87
107	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	1	3	3	3	11	117
108	5	1	1	2	1	1	11	1	2	1	5	1	1	1	1	5	1	19	2	2	1	1	5	11	71
109	3	1	3	1	1	2	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	69
110	3	2	3	2	1	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	1	2	2	3	9	79
111	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
112	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	5	17	111
113	4	3	1	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	107
114	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
115	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	15	115
116	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	17	3	3	1	1	5	13	67
117	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	4	2	2	2	5	15	83
118	5	3	3	2	2	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
119	5	1	1	1	2	3	13	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	73
120	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
121	4	2	2	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	2	3	11	83
122	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
123	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
124	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
125	5	3	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	1	3	3	3	11	109
126	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
127	5	2	1	1	2	1	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	85
128	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
129	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
130	5	3	3	2	3	1	17	2	2	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	83
131	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	2	1	1	5	12	68
132	5	1	1	2	1	2	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	3	1	2	2	5	13	85
133	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
134	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	1	5	10	70
135	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
136	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	2	2	2	3	10	80
137	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65

138	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
139	5	3	1	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	109
140	5	1	3	1	3	1	14	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	73
141	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
142	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
143	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
144	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	1	1	1	5	10	66
145	3	2	2	3	2	2	14	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	23	1	2	2	2	3	10	84
146	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
147	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
148	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	3	3	3	3	13	119
149	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
150	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	1	2	2	2	5	12	80
151	5	3	3	1	3	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
152	5	1	1	3	1	1	12	1	1	3	5	1	1	1	1	5	1	20	1	3	1	1	5	11	75
153	4	1	1	2	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	2	19	2	3	1	2	5	13	71
154	4	2	2	2	2	2	14	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	24	3	2	2	3	3	13	89
155	5	1	1	1	1	1	10	1	3	3	5	1	1	1	1	5	3	24	3	1	1	2	5	12	80
156	5	1	1	1	2	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	82
157	5	3	3	3	2	3	19	3	2	3	5	3	3	3	3	4	3	32	1	3	3	2	3	12	114
158	5	1	1	2	1	1	11	1	3	1	5	1	1	1	1	5	1	20	3	2	2	1	5	13	75
159	5	1	1	1	3	1	12	1	3	1	5	1	1	1	1	5	3	22	2	1	1	2	5	11	79
160	3	2	2	2	3	2	14	2	4	2	3	2	2	3	2	3	1	24	3	2	2	2	3	12	88
161	5	1	1	1	3	1	12	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	1	3	1	3	5	13	77
162	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
163	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	32	3	2	2	2	3	12	110
164	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	2	3	5	1	21	1	3	3	1	5	13	75
165	5	1	1	2	1	1	11	1	1	1	5	3	1	1	3	5	1	22	1	1	1	3	5	11	77
166	3	4	3	2	3	2	17	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	2	2	3	3	12	88
167	5	3	2	1	1	1	13	4	1	3	5	3	1	1	1	5	1	25	1	1	1	3	5	11	87
168	5	1	1	3	1	1	12	2	1	2	4	2	2	2	3	5	2	25	2	3	3	1	5	14	88
169	5	3	3	3	4	3	21	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	34	3	5	3	2	3	16	126
170	5	1	1	1	1	1	10	1	1	3	5	1	1	1	1	5	4	23	4	3	3	2	5	17	83
171	5	1	1	2	1	2	12	1	1	4	5	1	1	3	1	5	1	23	1	1	1	3	5	11	81
172	3	2	2	3	2	1	13	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	24	2	2	2	1	3	10	84
173	2	4	1	1	1	3	12	1	1	1	5	3	3	1	1	5	1	22	1	2	2	3	5	13	81

174	5	1	1	1	1	2	11	2	1	2	4	2	3	2	2	5	2	25	2	3	3	3	5	16	88
175	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	1	1	2	3	10	116
176	5	1	1	1	1	1	10	1	1	4	5	1	4	1	1	5	1	24	1	3	3	1	5	13	81
177	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	2	5	14	70
178	3	2	3	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	3	3	12	84
179	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
180	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
181	5	3	1	1	3	1	14	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	1	3	13	107
182	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	3	5	12	72
183	5	1	1	1	1	1	10	2	1	1	5	1	3	1	1	5	1	21	1	3	1	3	5	13	75
184	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	3	1	3	3	12	82
185	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	1	5	13	65
186	2	3	4	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	3	15	117
187	3	3	3	4	3	3	19	4	3	3	2	3	3	3	3	5	3	32	1	3	3	3	3	13	115
188	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	1	2	3	5	14	70
189	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	3	2	3	3	5	2	27	2	2	2	3	5	14	88
190	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	34	3	3	3	2	3	14	122
191	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	2	1	1	3	5	1	21	1	1	1	1	5	9	71
192	5	1	1	1	1	3	12	3	1	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	2	5	10	74
193	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	1	3	10	80
194	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	3	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	69
195	3	1	2	3	4	4	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	4	3	2	5	15	109
196	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31	3	3	3	3	5	17	117
197	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
198	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	1	2	2	5	2	23	2	2	1	1	5	11	77
199	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	5	1	1	3	3	4	3	29	1	3	3	3	3	13	109
200	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	1	1	1	3	7	67
201	4	1	1	1	1	1	9	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	2	1	1	3	8	66
202	3	2	1	3	2	2	13	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	1	2	2	3	10	78
203	5	1	2	1	1	1	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	67
204	5	1	1	2	1	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	3	25	2	2	3	3	5	15	87
205	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	1	3	3	3	11	117
206	5	1	1	2	1	1	11	1	2	1	5	1	1	1	1	5	1	19	2	2	1	1	5	11	71
207	3	1	3	1	1	2	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	69
208	3	2	3	2	1	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	1	2	2	3	9	79
209	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69

210	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	5	17	111
211	4	3	1	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	107
212	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
213	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	15	115
214	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	17	3	3	1	1	5	13	67
215	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	4	2	2	2	5	15	83
216	5	3	3	2	2	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
217	5	1	1	1	2	3	13	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	73
218	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
219	4	2	2	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	2	3	11	83
220	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
221	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
222	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
223	5	3	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	1	3	3	3	11	109
224	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
225	5	2	1	1	2	1	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	85
226	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
227	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
228	5	3	3	2	3	1	17	2	2	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	83
229	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	2	1	1	5	12	68
230	5	1	1	2	1	2	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	3	1	2	2	5	13	85
231	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
232	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	1	5	10	70
233	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
234	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	2	2	2	3	10	80
235	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
236	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
237	5	3	1	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	109
238	5	1	3	1	3	1	14	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	73
239	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
240	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
241	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
242	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	1	1	1	5	10	66
243	3	2	2	3	2	2	14	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	23	1	2	2	2	3	10	84
244	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
245	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81

246	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	3	3	3	3	13	119
247	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
248	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	1	2	2	2	5	12	80
249	5	3	3	1	3	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
250	5	1	1	3	1	1	12	1	1	3	5	1	1	1	1	5	1	20	1	3	1	1	5	11	75
251	4	1	1	2	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	2	19	2	3	1	2	5	13	71
252	4	2	2	2	2	2	14	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	24	3	2	2	3	3	13	89
253	5	1	1	1	1	1	10	1	3	3	5	1	1	1	1	5	3	24	3	1	1	2	5	12	80
254	5	1	1	1	2	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	82
255	5	3	3	3	2	3	19	3	2	3	5	3	3	3	3	4	3	32	1	3	3	2	3	12	114
256	5	1	1	2	1	1	11	1	3	1	5	1	1	1	1	5	1	20	3	2	2	1	5	13	75
257	5	1	1	1	3	1	12	1	3	1	5	1	1	1	1	5	3	22	2	1	1	2	5	11	79
258	3	2	2	2	3	2	14	2	4	2	3	2	2	3	2	3	1	24	3	2	2	2	3	12	88
259	5	1	1	1	3	1	12	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	1	3	1	3	5	13	77
260	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
261	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	32	3	2	2	2	3	12	110
262	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	2	3	5	1	21	1	3	3	1	5	13	75
263	5	1	1	2	1	1	11	1	1	1	5	3	1	1	3	5	1	22	1	1	1	3	5	11	77
264	3	4	3	2	3	2	17	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	2	2	3	3	12	88
265	5	3	2	1	1	1	13	4	1	3	5	3	1	1	1	5	1	25	1	1	1	3	5	11	87
266	5	1	1	3	1	1	12	2	1	2	4	2	2	2	3	5	2	25	2	3	3	1	5	14	88
267	5	3	3	3	4	3	21	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	34	3	5	3	2	3	16	126
268	5	1	1	1	1	1	10	1	1	3	5	1	1	1	1	5	4	23	4	3	3	2	5	17	83
269	5	1	1	2	1	2	12	1	1	4	5	1	1	3	1	5	1	23	1	1	1	3	5	11	81
270	3	2	2	3	2	1	13	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	24	2	2	2	1	3	10	84
271	2	4	1	1	1	3	12	1	1	1	5	3	3	1	1	5	1	22	1	2	2	3	5	13	81
272	5	1	1	1	1	2	11	2	1	2	4	2	3	2	2	5	2	25	2	3	3	3	5	16	88
273	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	1	1	2	3	10	116
274	5	1	1	1	1	1	10	1	1	4	5	1	4	1	1	5	1	24	1	3	3	1	5	13	81
275	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	2	5	14	70
276	3	2	3	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	3	3	12	84
277	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
278	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
279	5	3	1	1	3	1	14	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	1	3	13	107
280	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	3	5	12	72
281	5	1	1	1	1	1	10	2	1	1	5	1	3	1	1	5	1	21	1	3	1	3	5	13	75

282	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	3	1	3	3	12	82
283	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	1	5	13	65
284	2	3	4	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	3	15	117
285	3	3	3	4	3	3	19	4	3	3	2	3	3	3	3	5	3	32	1	3	3	3	3	13	115
286	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	1	2	3	5	14	70
287	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	3	2	3	3	5	2	27	2	2	2	3	5	14	88
288	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	34	3	3	3	2	3	14	122
289	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	2	1	1	3	5	1	21	1	1	1	1	5	9	71
290	5	1	1	1	1	3	12	3	1	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	2	5	10	74
291	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	1	3	10	80
292	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	3	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	69
293	3	1	2	3	4	4	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	4	3	2	5	15	109
294	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31	3	3	3	3	5	17	117
295	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
296	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	1	2	2	5	2	23	2	2	1	1	5	11	77
297	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	5	1	1	3	3	4	3	29	1	3	3	3	3	13	109
298	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	1	1	1	3	7	67
299	4	1	1	1	1	1	9	1	1	1	5	1	3	1	1	5	1	20	1	2	1	1	3	8	66
300	3	2	1	3	2	2	13	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	1	2	2	3	10	78
301	5	1	2	1	1	1	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	67
302	5	1	1	2	1	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	3	25	2	2	3	3	5	15	87
303	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	1	3	3	3	11	117
304	5	1	1	2	1	1	11	1	2	1	5	1	1	1	1	5	1	19	2	2	1	1	5	11	71
305	3	1	3	1	1	2	11	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	69
306	3	2	3	2	1	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	1	2	2	3	9	79
307	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
308	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	5	17	111
309	4	3	1	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	107
310	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
311	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	15	115
312	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	17	3	3	1	1	5	13	67
313	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	4	2	2	2	5	15	83
314	5	3	3	2	2	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
315	5	1	1	1	2	3	13	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	2	1	1	5	11	73
316	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	61
317	4	2	2	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	2	3	11	83

318	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
319	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
320	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
321	5	3	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	1	3	3	3	11	109
322	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	3	1	1	5	13	69
323	5	2	1	1	2	1	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	85
324	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
325	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
326	5	3	3	2	3	1	17	2	2	1	5	1	1	1	1	5	1	20	1	1	1	1	5	9	83
327	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	3	2	1	1	5	12	68
328	5	1	1	2	1	2	12	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	3	1	2	2	5	13	85
329	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
330	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	1	5	10	70
331	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
332	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	1	2	2	2	3	10	80
333	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
334	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	111
335	5	3	1	3	2	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	109
336	5	1	3	1	3	1	14	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	73
337	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
338	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	121
339	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
340	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	2	1	1	1	5	10	66
341	3	2	2	3	2	2	14	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	23	1	2	2	2	3	10	84
342	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
343	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	2	5	13	81
344	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	1	3	3	3	3	13	119
345	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
346	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	1	2	2	2	5	12	80
347	5	3	3	1	3	3	18	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	3	3	15	117
348	5	1	1	3	1	1	12	1	1	3	5	1	1	1	1	5	1	20	1	3	1	1	5	11	75
349	4	1	1	2	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	2	19	2	3	1	2	5	13	71
350	4	2	2	2	2	2	14	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	24	3	2	2	3	3	13	89
351	5	1	1	1	1	1	10	1	3	3	5	1	1	1	1	5	3	24	3	1	1	2	5	12	80
352	5	1	1	1	2	1	11	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	82
353	5	3	3	3	2	3	19	3	2	3	5	3	3	3	3	4	3	32	1	3	3	2	3	12	114

354	5	1	1	2	1	1	11	1	3	1	5	1	1	1	1	5	1	20	3	2	2	1	5	13	75
355	5	1	1	1	3	1	12	1	3	1	5	1	1	1	1	5	3	22	2	1	1	2	5	11	79
356	3	2	2	2	3	2	14	2	4	2	3	2	2	3	2	3	1	24	3	2	2	2	3	12	88
357	5	1	1	1	3	1	12	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	1	3	1	3	5	13	77
358	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
359	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	32	3	2	2	2	3	12	110
360	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	2	3	5	1	21	1	3	3	1	5	13	75
361	5	1	1	2	1	1	11	1	1	1	5	3	1	1	3	5	1	22	1	1	1	3	5	11	77
362	3	4	3	2	3	2	17	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	21	2	2	2	3	3	12	88
363	5	3	2	1	1	1	13	4	1	3	5	3	1	1	1	5	1	25	1	1	1	3	5	11	87
364	5	1	1	3	1	1	12	2	1	2	4	2	2	2	3	5	2	25	2	3	3	1	5	14	88
365	5	3	3	3	4	3	21	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	34	3	5	3	2	3	16	126
366	5	1	1	1	1	1	10	1	1	3	5	1	1	1	1	5	4	23	4	3	3	2	5	17	83
367	5	1	1	2	1	2	12	1	1	4	5	1	1	3	1	5	1	23	1	1	1	3	5	11	81
368	3	2	2	3	2	1	13	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	24	2	2	2	1	3	10	84
369	2	4	1	1	1	3	12	1	1	1	5	3	3	1	1	5	1	22	1	2	2	3	5	13	81
370	5	1	1	1	1	2	11	2	1	2	4	2	3	2	2	5	2	25	2	3	3	3	5	16	88
371	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	1	1	2	3	10	116
372	5	1	1	1	1	1	10	1	1	4	5	1	4	1	1	5	1	24	1	3	3	1	5	13	81
373	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	2	5	14	70
374	3	2	3	2	2	2	14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	3	3	12	84
375	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	1	1	1	5	9	65
376	5	1	1	1	1	1	10	2	1	2	4	2	2	2	2	5	2	24	2	2	2	1	5	12	80
377	5	3	1	1	3	1	14	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	33	3	3	3	1	3	13	107
378	5	1	1	1	1	1	10	1	1	1	5	1	1	3	1	5	1	20	2	1	1	3	5	12	72
379	5	1	1	1	1	1	10	2	1	1	5	1	3	1	1	5	1	21	1	3	1	3	5	13	75
380	3	2	2	2	2	2	13	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22	2	3	1	3	3	12	82
381	3	1	1	1	1	1	8	1	1	1	5	1	1	1	1	5	1	18	1	3	3	1	5	13	65
382	2	3	4	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	32	3	3	3	3	3	15	117

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Ítem	SATISFACCION											FIDELIZACION											SUMA	
	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42		
1	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
2	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
4	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
5	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
6	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
7	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
8	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
9	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
10	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
11	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
12	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
13	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
16	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
18	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
19	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
20	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
21	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
22	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
23	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
24	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
28	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
29	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
30	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101

31	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
32	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
33	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28	80
34	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	3	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
35	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	5	36	100
36	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
37	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
38	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
39	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94
42	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
43	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
44	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
45	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	78
46	5	3	1	1	3	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	75
47	3	1	2	2	3	2	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72
48	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
49	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
50	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
51	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
52	5	2	2	1	5	2	5	2	5	2	31	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	99
53	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	31	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	97
54	5	1	1	3	5	3	5	1	3	1	28	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	82
55	5	1	1	1	3	2	5	1	5	1	25	1	3	3	1	1	1	1	5	3	5	3	27	77
56	3	2	2	2	3	1	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72
57	5	1	1	2	5	1	5	1	5	1	27	1	1	3	1	1	1	1	5	5	5	5	29	83
58	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	36	100
59	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
60	5	1	4	1	5	3	5	1	5	1	31	1	1	3	1	1	1	1	5	5	3	4	26	88
61	5	1	1	3	3	2	5	1	5	1	27	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	24	78
62	3	2	2	1	3	1	3	2	4	1	22	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	28	72
63	5	1	3	2	5	1	5	1	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	85
64	5	2	2	3	5	2	5	2	5	2	33	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	104
65	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
66	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	3	1	2	1	1	1	1	5	5	3	4	27	79

67	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	2	1	1	1	1	1	5	3	5	3	26	74
68	3	2	2	3	3	2	3	2	4	1	25	2	1	2	2	2	2	2	5	3	3	3	27	77
69	5	1	2	3	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	87
70	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	39	103
71	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	37	101
72	5	1	1	1	5	1	5	4	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	82
73	5	1	2	4	3	1	5	3	5	1	30	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	83
74	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
75	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
76	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	102
77	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	36	100
78	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	3	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	28	84
79	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
80	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
81	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	83
82	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
83	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	1	3	3	3	3	3	5	4	3	5	35	99
84	5	1	2	1	5	1	5	1	5	1	27	1	3	1	1	2	1	1	5	5	3	4	27	81
85	5	1	2	1	3	1	5	1	5	1	25	2	3	1	2	1	1	1	5	3	5	3	27	77
86	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	25	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	24	74
87	5	1	4	1	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	27	85
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	35	95
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94
90	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	2	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
91	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	1	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
92	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
93	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	3	4	25	77
94	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
95	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27	75
96	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	3	26	78
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
98	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	5	36	100
99	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
100	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
101	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
102	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76

103	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
104	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
105	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
106	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
107	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
108	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
109	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
110	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
111	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
114	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
116	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
117	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
118	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
119	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
120	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
121	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
122	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
123	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
126	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
127	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
128	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
129	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
130	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
131	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28	80
132	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	3	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
133	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	5	36	100
134	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
135	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
136	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
137	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97

139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94
140	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
141	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
142	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
143	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	78
144	5	3	1	1	3	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	75
145	3	1	2	2	3	2	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72
146	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
147	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
148	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
149	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
150	5	2	2	1	5	2	5	2	5	2	31	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	99
151	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	31	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	97
152	5	1	1	3	5	3	5	1	3	1	28	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	82
153	5	1	1	1	3	2	5	1	5	1	25	1	3	3	1	1	1	1	5	3	5	3	27	77
154	3	2	2	2	3	1	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72
155	5	1	1	2	5	1	5	1	5	1	27	1	1	3	1	1	1	1	5	5	5	5	29	83
156	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	36	100
157	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
158	5	1	4	1	5	3	5	1	5	1	31	1	1	3	1	1	1	1	5	5	3	4	26	88
159	5	1	1	3	3	2	5	1	5	1	27	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	24	78
160	3	2	2	1	3	1	3	2	4	1	22	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	28	72
161	5	1	3	2	5	1	5	1	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	85
162	5	2	2	3	5	2	5	2	5	2	33	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	104
163	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
164	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	3	1	2	1	1	1	1	5	5	3	4	27	79
165	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	2	1	1	1	1	1	5	3	5	3	26	74
166	3	2	2	3	3	2	3	2	4	1	25	2	1	2	2	2	2	2	5	3	3	3	27	77
167	5	1	2	3	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	87
168	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	39	103
169	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	37	101
170	5	1	1	1	5	1	5	4	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	82
171	5	1	2	4	3	1	5	3	5	1	30	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	83
172	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
173	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
174	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	102

175	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	36	100
176	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	3	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	28	84
177	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
178	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
179	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	83
180	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
181	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	1	3	3	3	3	3	5	4	3	5	35	99
182	5	1	2	1	5	1	5	1	5	1	27	1	3	1	1	2	1	1	5	5	3	4	27	81
183	5	1	2	1	3	1	5	1	5	1	25	2	3	1	2	1	1	1	5	3	5	3	27	77
184	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	25	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	24	74
185	5	1	4	1	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	27	85
186	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	35	95
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94
188	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	2	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
189	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	1	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
190	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
191	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	3	4	25	77
192	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
193	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27	75
194	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	3	26	78
195	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
196	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	5	36	100
197	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
198	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
199	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
200	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
201	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
202	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
203	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
204	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
205	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
206	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
207	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
208	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
209	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97

211	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
212	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77	
213	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97	
214	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
215	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
216	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101	
217	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76	
218	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71	
219	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74	
220	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77	
221	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97	
222	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96	
223	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96	
224	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
225	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
226	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101	
227	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76	
228	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71	
229	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28	80	
230	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	3	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102	
231	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	5	36	100	
232	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76	
233	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71	
234	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74	
235	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77	
236	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97	
237	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94	
238	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81	
239	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
240	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99	
241	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	78	
242	5	3	1	1	3	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	75	
243	3	1	2	2	3	2	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72	
244	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
245	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
246	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101	

247	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
248	5	2	2	1	5	2	5	2	5	2	31	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	99
249	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	31	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	97
250	5	1	1	3	5	3	5	1	3	1	28	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	82
251	5	1	1	1	3	2	5	1	5	1	25	1	3	3	1	1	1	1	5	3	5	3	27	77
252	3	2	2	2	3	1	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72
253	5	1	1	2	5	1	5	1	5	1	27	1	1	3	1	1	1	1	5	5	5	5	29	83
254	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	36	100
255	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
256	5	1	4	1	5	3	5	1	5	1	31	1	1	3	1	1	1	1	5	5	3	4	26	88
257	5	1	1	3	3	2	5	1	5	1	27	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	24	78
258	3	2	2	1	3	1	3	2	4	1	22	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	28	72
259	5	1	3	2	5	1	5	1	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	85
260	5	2	2	3	5	2	5	2	5	2	33	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	104
261	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
262	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	3	1	2	1	1	1	1	5	5	3	4	27	79
263	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	2	1	1	1	1	1	5	3	5	3	26	74
264	3	2	2	3	3	2	3	2	4	1	25	2	1	2	2	2	2	2	5	3	3	3	27	77
265	5	1	2	3	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	87
266	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	39	103
267	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	37	101
268	5	1	1	1	5	1	5	4	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	82
269	5	1	2	4	3	1	5	3	5	1	30	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	83
270	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
271	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
272	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	102
273	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	36	100
274	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	3	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	28	84
275	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
276	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
277	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	83
278	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
279	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	1	3	3	3	3	3	5	4	3	5	35	99
280	5	1	2	1	5	1	5	1	5	1	27	1	3	1	1	2	1	1	5	5	3	4	27	81
281	5	1	2	1	3	1	5	1	5	1	25	2	3	1	2	1	1	1	5	3	5	3	27	77
282	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	25	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	24	74

283	5	1	4	1	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	27	85
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	35	95
285	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94
286	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	2	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
287	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	1	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
288	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
289	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	3	4	25	77
290	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
291	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27	75
292	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	3	26	78
293	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
294	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	5	36	100
295	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
296	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
297	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
298	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
299	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
300	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
301	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
302	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
303	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
304	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
305	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
306	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
307	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
308	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
309	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
310	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77
311	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
312	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79
313	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101
314	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101
315	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76
316	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71
317	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
318	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77

319	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
320	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
321	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	36	96
322	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
323	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
324	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101	
325	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76	
326	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71	
327	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	2	1	1	1	1	1	5	5	5	5	28	80	
328	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	3	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102	
329	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	5	36	100	
330	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	76	
331	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	71	
332	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74	
333	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	25	77	
334	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	37	97
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34	94	
336	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81	
337	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
338	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99	
339	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	78	
340	5	3	1	1	3	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	75	
341	3	1	2	2	3	2	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72	
342	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
343	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	101	
344	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	37	101	
345	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	79	
346	5	2	2	1	5	2	5	2	5	2	31	2	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	37	99	
347	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	31	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	97	
348	5	1	1	3	5	3	5	1	3	1	28	1	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	26	82	
349	5	1	1	1	3	2	5	1	5	1	25	1	3	3	1	1	1	1	5	3	5	3	27	77	
350	3	2	2	2	3	1	3	2	4	1	23	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	72	
351	5	1	1	2	5	1	5	1	5	1	27	1	1	3	1	1	1	1	5	5	5	5	29	83	
352	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	1	1	3	3	3	3	5	5	5	5	36	100	
353	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99	
354	5	1	4	1	5	3	5	1	5	1	31	1	1	3	1	1	1	1	5	5	3	4	26	88	

355	5	1	1	3	3	2	5	1	5	1	27	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	24	78
356	3	2	2	1	3	1	3	2	4	1	22	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	28	72
357	5	1	3	2	5	1	5	1	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	85
358	5	2	2	3	5	2	5	2	5	2	33	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	104
359	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	35	99
360	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	3	1	2	1	1	1	1	5	5	3	4	27	79
361	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	2	1	1	1	1	1	5	3	5	3	26	74
362	3	2	2	3	3	2	3	2	4	1	25	2	1	2	2	2	2	2	5	3	3	3	27	77
363	5	1	2	3	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	87
364	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	39	103
365	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	37	101
366	5	1	1	1	5	1	5	4	5	1	29	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	24	82
367	5	1	2	4	3	1	5	3	5	1	30	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	3	23	83
368	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
369	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	26	1	3	1	1	1	1	1	5	5	5	5	29	81
370	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	2	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	38	102
371	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	1	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	36	100
372	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	3	3	1	1	1	1	1	5	5	3	4	28	84
373	5	1	1	1	3	1	5	1	5	1	24	3	3	1	1	1	1	1	5	3	5	3	27	75
374	3	2	2	2	3	2	3	2	4	1	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26	74
375	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	28	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	27	83
376	5	2	2	2	5	2	5	2	5	2	32	3	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	38	102
377	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	2	1	3	3	3	3	3	5	4	3	5	35	99
378	5	1	2	1	5	1	5	1	5	1	27	1	3	1	1	2	1	1	5	5	3	4	27	81
379	5	1	2	1	3	1	5	1	5	1	25	2	3	1	2	1	1	1	5	3	5	3	27	77
380	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	25	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	24	74
381	5	1	4	1	5	1	5	1	5	1	29	3	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	27	85
382	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	35	95

Anexo 6: Propuesta valor

De acuerdo a la investigación es necesario considerar:

- Capacitar semestralmente a todos los motaxistas del distrito de Pisco, para que así ellos brinden una calidad de servicio a los usuarios que se desplazan en los diferentes puntos de esta ciudad.
- Capacitar semestralmente a todos los motaxistas del distrito de Pisco, para mejorar los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de tal forma se podrá ofrecer un buen trato, la empatía y la amabilidad de los mototaxistas hacia los usuarios, creando en ellos un concepto diferente de atención y mejorando la relación con los usuarios.
- Actualizar padrón de todos los vehículos de mototaxis para poder tener un control de propietario y conductor para así poder cumplir con la satisfacción del cliente; dando como resultado la seguridad ciudadana.
- Planificar y desarrollar reuniones de socialización entre los mototaxistas y usuarios del Distrito de Pisco, para recoger información y superar las dificultades encontradas en cuanto a la calidad de servicio.