



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Administración de Empresas

“Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019”

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Ingeniera Comercial

Modalidad: “Artículo Académico”

AUTORAS:

Alexandra Paola Parra Argudo
CI: 0104640271
paoparra18@hotmail.com

Daniela Cristina Vazquez Iñiguez
CI: 0104416417
vcristina9506@gmail.com

TUTOR:

Ing. Diego Mauricio Loyola Ochoa
CI: 0102157237

Cuenca – Ecuador

5-julio-2021



RESUMEN

El servicio al cliente y la satisfacción, actualmente, son de gran importancia debido a los altos requerimientos de los usuarios, haciendo que las empresas deban mantener una cultura de mejora continua, de tal manera que la presente investigación tiene como objetivo identificar los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca y posteriormente identificar si existen diferencias significativas entre las variables de sexo y edad con las dimensiones del modelo propuesto, dado que, en la ciudad no existe un estudio en donde se tome en cuenta las percepciones y expectativas del usuario con respecto a la calidad del servicio de este medio de transporte.

Para cumplir con el objetivo, se realiza un estudio de corte transversal aplicando el Modelo SERVQUAL, sobre una muestra de 402 usuarios, con el fin de analizar las percepciones y expectativas de los usuarios de este medio de transporte, se utiliza un cuestionario de 18 ítems tanto para las expectativas como para las percepciones, con un total de 36 preguntas. Los datos fueron analizados por una combinación de técnicas estadísticas en SPSS; que comprendieron, entre otras, validación de la fiabilidad del cuestionario con Alfa de Cronbach, una ecuación de regresión del modelo aplicado, e hipótesis que se comprobaron mediante la prueba estadística de chi-cuadrado.

Dentro del modelo SERVQUAL, se consideró las cinco dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, las cuales se extrajeron junto con sus valores percibidos. Este análisis presentó como principal resultado que las expectativas son mayores a las percepciones, es decir, los niveles de calidad son bajos, existe una baja satisfacción de los usuarios y, por ende, la calidad del servicio de este medio de transporte en Cuenca es menor de lo que el usuario espera.

Palabras claves: SERVQUAL. Transporte público. Calidad de servicio.



ABSTRACT

Customer service and satisfaction are currently of great importance due to the high requirements of users, making companies maintain a culture of continuous improvement, thus the present research aims to identify the factors that influence in the service quality of public transport of urban buses in the city of Cuenca and subsequently identify if there are significant differences between the variables of sex and age with the dimensions of the proposed model, given that, in the city there is no study which takes into account the user's perceptions and expectations regarding the service quality of this means of transport.

To meet the objective, a cross-sectional study is carried out applying the SERVQUAL Model, on a sample of 402 users, to analyze the perceptions and expectations of the users of this means of transport, a questionnaire of 18 items is used for both expectations and perceptions, with a total of 36 questions. The data was analyzed by a combination of statistical techniques in SPSS, which included, among others, validation of the reliability of the questionnaire with Cronbach's Alpha, a regression equation of the applied model, and hypotheses that were tested using the chi-square statistical test.

Within the SERVQUAL model, five dimensions were considered: Tangible elements, Reliability, Responsiveness, Security and Empathy, which were extracted together with their perceived values. This analysis presented, as the main result, that expectations are higher than perceptions, that is, quality levels are low, there is low user satisfaction and, therefore, the quality of the service of this means of transport in Cuenca is lower than what the user expects.

Keywords: SERVQUAL. Public transport. Service quality.



ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1 MARCO TEÓRICO	14
1.1. Servicio de transporte público urbano en la ciudad de Cuenca	14
1.2. Calidad de servicio	17
1.3. Percepciones y expectativas	20
1.4. Modelo SERVQUAL	21
2 METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA EMPÍRICA	24
2.1 Tipos de metodología aplicados	24
2.2 Cuestionario del modelo SERVQUAL	25
2.3 Población y muestra	26
3 RESULTADOS	29
3.1 Análisis de fiabilidad	30
3.2 Aplicación del modelo SERVQUAL	33
3.3 Correlaciones	36
3.4 Regresión lineal	38
3.5 Pruebas de hipótesis	40
4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
4.1 Conclusiones	42
4.2 Recomendaciones	43



5	BIBLIOGRAFÍA	45
6	ANEXOS	49
6.1	Anexo 1: Encuesta Piloto	49
6.2	Anexo 2: Encuesta Final	51
6.3	Anexo 3: Tablas descriptivas	52
6.4	Anexo 4: Nivel de calidad del servicio mediante la aplicación del modelo SERVQUAL	58
6.5	Anexo 5: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable sexo) para percepciones.	69
6.6	Anexo 6: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable edad) para percepciones	72
6.7	Anexo 7: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable sexo) para expectativas	75
6.8	Anexo 8: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable edad) para expectativas	77



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Líneas y rutas según la empresa.	14
Tabla 2 Número de unidades por compañía.	15
Tabla 3 Encuestas por parroquia.	27
Tabla 4 Interpretación de resultados según las variables de edad y sexo.	29
Tabla 5 Estadísticas de confiabilidad.	31
Tabla 6 Estadísticas de confiabilidad para cuestionario de expectativas.	31
Tabla 7 Estadísticas de confiabilidad para cuestionario de percepciones.	32
Tabla 8 Nivel de calidad de la dimensión de fiabilidad.	33
Tabla 9 Nivel de calidad de la dimensión de seguridad.	34
Tabla 10 Nivel de calidad de la dimensión de calidad	34
Tabla 11 Nivel de calidad de la dimensión de elementos tangibles y de la dimensión de empatía.	35
Tabla 12 Factores que más influyen en la calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Cuenca.	36
Tabla 13 Correlación entre cada dimensión de las percepciones y el nivel de calidad del usuario.	36
Tabla 14 Correlación entre cada dimensión de las expectativas y el nivel de calidad por usuario.	37
Tabla 15 Correlación entre el nivel de calidad por usuario con variables descriptivas.	38
Tabla 16 Modelo de regresión lineal por dimensiones del cuestionario de percepciones.	38



Tabla 17 Modelo de regresión lineal por preguntas del cuestionario de percepciones. 39

Tabla 18 Modelo de regresión lineal por dimensiones del cuestionario de expectativas. 40

Tabla 19 Prueba de Chi-Cuadrado con la variable sexo. 40

Tabla 20 Prueba de Chi-Cuadrado con la variable edad. 41



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Daniela Cristina Vazquez Iñiguez en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 05 de julio de 2021.

Daniela Cristina Vazquez Iñiguez

C.I: 0104416417



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Alexandra Paola Parra Argudo en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 05 de julio de 2021.

Alexandra Paola Parra Argudo

C.I: 0104640271



Cláusula de Propiedad Intelectual

Daniela Cristina Vazquez Iñiguez, autora del trabajo de titulación "Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 05 de julio de 2021.

Daniela Cristina Vazquez Iñiguez

C.I: 0104416417



Cláusula de Propiedad Intelectual

Alexandra Paola Parra Argudo, autora del trabajo de titulación "Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 05 de julio de 2021.

Alexandra Paola Parra Argudo

C.I: 0104640271



INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio al cliente es un concepto que evolucionó desde la década de 1960 y 1970 siendo sus principales precursores Edward Deming, Joseph Juran entre otros, así lo mencionan (Ortiz, et al., 2017). Surge desde entonces, la necesidad de medir la calidad del servicio que prestan las organizaciones, se puede mencionar que un factor importante es la aparición de la norma internacional ISO 9001 que se encarga de establecer parámetros de estandarización en la calidad de cualquier proceso o servicio (Escuela Europea de Excelencia, 2014). A esto se suma la concepción de la cultura japonesa que gracias a la globalización se expandió con rapidez por el planeta, siendo ellos los primeros en preocuparse por la calidad de los productos y por la atención a los clientes, aquí también surge el concepto just in time(Camisón, et al., 2006).

La competitividad de las empresas de todo sector productivo, vienen a ser influenciadas por la percepción que el cliente tiene sobre ella, es por ello que el análisis de calidad de los servicios o productos que ofrece una empresa, es importante, dado que uno de los puntos clave que buscan las organizaciones es mantenerse como favoritos entre los consumidores; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual los clientes se crean una opinión positiva o negativa de una organización. Los principales en realizar una evaluación de estos son los usuarios (Solórzano, et al., 2013). Como menciona Parasuraman, et al., (1988), la calidad de servicio es la diferencia entre las expectativas y percepciones de los usuarios acerca del servicio, esto también lo sostiene Redhead (2015), por ende, con las percepciones, puntos de vista o comentarios de los usuarios, permiten a la organización realizar mejoras en el servicio para cumplir sus expectativas e incrementar la competitividad de la empresa.

Las empresas deben realizar estudios de calidad de servicio con un enfoque hacia el cliente o usuario, porque evaluar la percepción que tienen los clientes sobre la empresa es clave y de esta manera las compañías pueden tener una ventaja competitiva real con su competencia. Asimismo, las empresas tendrán éxito dado que cumplen con las expectativas de los usuarios para que sus servicios o productos sean considerados de alta calidad. En este sentido, como lo menciona Castillo (2016) es importante que las empresas en general se preocupen por realizar una adecuada gestión de la calidad si desean tener éxito, mantener o incrementar sus utilidades o simplemente sobrevivir en un mercado muy competitivo que está en constante evolución.



Horovitz (1992) menciona que la clientela clave es aquella que, por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar. Para las compañías dedicadas al transporte público urbano, la clientela clave son las personas que hacen uso habitual de este medio de transporte. Sin embargo, los estudios sobre la calidad del servicio de transporte público son poco realizados (Martinez, 2018). La ciudadanía en pocas ocasiones tiene la oportunidad de evaluar el servicio recibido, por lo cual las cooperativas y organizaciones desconocen el sentir de los usuarios (Cuellar, et al., 2009).

En la ciudad de Cuenca, las autoridades encargadas del transporte público, consideraron únicamente algunos factores como la contaminación ambiental que provocan las unidades de transporte público urbano con su emisión de gases, la vida útil de las unidades que son de 20 años, control del transporte dentro de la ciudad, entre otras, y, a pesar de que ya se realizaron distintas modificaciones: económicas, de infraestructura, seguridad, etc., no se puede descuidar u omitir la importancia del punto de vista del cliente clave del servicio brindado.

Para cumplir con el objetivo del presente trabajo, se da a conocer la percepción que tiene el usuario sobre el servicio de transporte público urbano en la ciudad de Cuenca, para ello se profundizó en los conceptos necesarios para entender mejor lo que es calidad de servicio, y el modelo SERVQUAL. Al mismo tiempo, se analizaron algunas variables descriptivas para obtener más información con respecto a las expectativas y percepciones de los usuarios.



1 MARCO TEÓRICO

1.1. Servicio de transporte público urbano en la ciudad de Cuenca

Existen algunos ámbitos de operación del transporte terrestre en el casco urbano de la ciudad de Cuenca, pero el de enfoque principal de esta investigación es el servicio de Transporte Intracantonal el cual “opera dentro de los límites cantonales, ya sea como un servicio urbano (entre parroquias urbanas), servicio rural (entre parroquias rurales) o servicio combinado (entre parroquias urbanas y rurales)” según el decreto ejecutivo 1196 (Asamblea Nacional Constituyente, 2012). La ciudad cuenta con la organización de la Cámara de Transporte de Cuenca (CTC), la que agrupa a 8 cooperativas de transporte y 475 buses urbanos que circulan en la ciudad.

Las empresas pertenecientes a la Cámara de Transporte son:

- Lancomtri S.A
- 10 de Agosto
- Ricaurtesa S.A
- Uncometro S.A
- Turismo Baños
- Tomebamba S.A
- Cuencana S.A
- SIT

Tabla 1 Líneas y rutas según la empresa.

Compañía	Línea	Ruta
Lancomtri S.A	Línea 16	Estancia San José- Cerámica Andina
	Línea 20	Mut. Azuay-Kennedy
	Línea 5	Parada De Totoracocha- Centro Salud Yanuncay
	Línea Nulti	Cementerio Municipal-Nulti
10 de Agosto	Línea 18	Zhucay- Universidad Politécnica Salesiana



	Línea 17	Entrada Carmen De Guzho- Parque De La Madre
	Línea 6	Iglesia Del Salado- Vega Muñoz Y Manuel Vega
Ricaurtesa S.A	Línea Tarqui	Feria Libre-Falla Geológica
	Línea 12	Sector Cementerio- San Pablo De Lago Y Patoquinoas
	Línea 50	Hospital Del Rio- Entrada A San José De Balzay(C)
	Línea Santa Rosa	Cementerio Municipal- Entrada Vía La Raya
	Línea Llacao	Chola Cuencana- Casa Con Sagrado Corazón De Jesús
Uncometro S.A	Línea La Raya	Chola Cuencana-La Raya
	Línea 7	Despensa Los Trigales- Edificios Vista Linda
	Línea 26	La Y-Colegio La Salle
Turismo Baños	Línea 10	Paluncay-Florida
	Línea 27	Sector Cementerio- Barrio Santa Rosa
	Línea 2	Parque- Arturo Cisneros
	Línea 25	Santa María- Jaime Roldós
Tomebamba S.A	Línea Carmen	Pan De Azúcar-General Torres
	Línea 13	Hospital Del IESS-Ciudadela De Los Profesores
	Línea 15	Monay Buguanchi De Paccha-Crea
	Línea 19	Visorrey-Tenis Club
	Línea 22	Terminal Salesianos-Gapal
	Línea Turi	Centenario-Entrada A Caserío
	Línea Rayoloma	Rocafuerte Y José Joaquín De Olmedo-Rayoloma
	Línea Paccha	Cementerio Municipal- Camino A Guaguazumi 4
Cuencana S.A	Línea 3	Terminal Bellavista- Urbanización Valle De Los Ríos
	Línea 8	Sector Terminal Línea 8- Colegio Javeriano
	Línea 14	Unidad De Policía Comunitaria-Crea
	Línea 24	Terminal-Cruce A La Parada
	Línea Agua Santa	Renaca Alto-Agua Santa
	Línea Guabo	
SIT	Línea 100	El Arenal De Ricaurte- Hostería Duran
	Línea Yanaturo	Estación Transferencia Terminal Terrestre- Vivero Forestal
	Línea 1B	Terminal Lirio- Urbanización Valle De Los Ríos

Fuente: (SIR, 2019)

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Tabla 2 Número de unidades por compañía.



Compañía	Número de unidades
Lancomtri S. A	64
10 de Agosto	39
Ricaurtesa S. A	50
Uncometro S. A	55
Turismo Baños	42
Tomebamba S. A	123
Cuencana S. A	102
TOTAL	475 unidades

Fuente: (SIR, 2019b)

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

De acuerdo a la Ilustre Municipalidad de Cuenca (2015), existen los siguientes tipos de buses en la ciudad de Cuenca:

- **Bus troncal (TIPO I)**

Circula por el Centro Histórico de la Ciudad por una ruta seleccionada y sobre las que se diseñan paradas comunes con otras líneas para que alimenten a esta con demanda de otras zonas más alejadas. Atraviesa la ciudad en sentido noreste – sureste.

- **Bus alimentador (TIPO II)**

Líneas 102 y 201 del sistema con sentido este - oeste, que descansan sobre las terminales de transferencia ubicadas en la Feria Libre y Terminal Terrestre. Punto de paso donde se efectúa el intercambio con los alimentadores y viceversa.

- **Bus convencional**

Son de color azul, no tiene un modelo definido y son las líneas que operan actualmente y que no forman parte del Sistema Integrado de Transporte.

Los buses denominados alimentador y troncal se encuentran dentro del Sistema integrado de transporte (SIT), el cual “fue creado para la reestructuración y mejoramiento de la circulación vehicular debido al crecimiento de la ciudad” (Illescas, et al., 2016, p. 27).

Los buses tienen una capacidad promedio de 90 pasajeros, de los cuales 37 pueden ir sentados y 53 de pie; 6 puestos son reservados para personas con discapacidad, embarazadas,



y personas de la tercera edad (Sánchez, 2018). Sin embargo, en la ciudad de Cuenca, no importa si una persona no utiliza el transporte urbano como medio de transporte habitual, es muy visible que estos parámetros no siempre son respetados y esto puede influir en la percepción de la persona con respecto a la calidad del servicio del transporte público.

En el año 2019, se aprobó la ordenanza para la aplicación del sistema de recaudo en el transporte público dentro del cantón Cuenca, el cual consiste en realizar el pago mediante una tarjeta (CONCEJO MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA, 2019). El Sistema Integrado De Recaudo (SIR) fue implementado para obtener un mayor grado de seguridad ante fraudes y, evidentemente, para mejorar la calidad del servicio con la velocidad de transacción de pago.

Dentro de este sistema existen 4 tipos de tarjetas: una roja para tarifa normal, una azul para tarifa estudiantil, ploma para turistas y una amarilla con tarifa prioritaria (SIR Cuenca, 2019). Esta tarjeta es un producto físico el cual puede influenciar en la percepción del usuario para determinar la calidad del servicio brindado.

1.2. Calidad de servicio

Para poder evaluar la calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Cuenca, se debe comprender bien su concepto, por lo que es necesario analizar los términos de servicio y de calidad.

Los servicios son acciones determinables e inmateriales que son el objeto primordial de una transacción generada para manifestar a los “clientes satisfacción de deseos o necesidades” (Stanton, et al., 2007, p. 301). De igual manera para Richard (2002), los servicios son actividades, útiles o agradables que se brindan a través de una renta o venta, y que son fundamentalmente intangibles, por lo tanto esta transacción no entrega una posesión como tal.

Para Lamb, et al., (2011), los servicios son una consecuencia de la aplicación del conocimiento y de los esfuerzos de las personas, también puede constituir el resultado de esfuerzos mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer de forma tangible. Por otro lado, los servicios son una labor práctica o un hecho que es básicamente inmaterial y no resulta esencialmente en la posesión de alguna cosa u objeto. Por lo general un servicio no se encuentra relacionado con la creación, pero si puede estar relacionada con un bien físico (Kotler, et al., 2004).



Por lo tanto, los servicios son actividades, que se entregan a un tercero como renta o venta, esta transacción se la realiza en función de algún beneficio o satisfacción que se puede identificar y apreciar por las dos partes, llegando a un acuerdo comercial, estas actividades dependiendo del tipo y del nivel de tecnificación pueden o no estar relacionadas con un producto físico.

No existe duda de que el servicio es algo fundamental dentro de una organización ya que, por ser algo que no se puede ver ni tocar, es por ello, que la experiencia y la satisfacción del cliente llegan a ser los determinantes de la calidad del servicio. Como menciona Duque (2005) y sobre los conceptos planteados en los párrafos anteriores, el servicio involucra esfuerzos humanos o mecánicos, por lo que estos deben estar bien definidos o estandarizados, para poder realizar la transacción, y al mismo tiempo garantizar una atención óptima y de calidad, con lo cual se logrará la satisfacción del cliente.

Para Horovitz (1992), la calidad es el nivel de excelencia que la empresa logró alcanzar y esta se mide mediante la identificación de la satisfacción de su clientela, entonces la calidad es fundamental para cualquier organización, y de igual manera el tiempo es una de las principales unidades de medida en que se logra dicha calidad. Por otro lado, el servicio al ser una actividad intangible pero identificable, el establecer un valor monetario es determinado por la tecnificación de la actividad realizada y por la peculiaridad de esta la misma, es decir cosas que son poco comunes o pocas personas las pueden hacer tienen un mayor valor, que la imagen, la reputación y el producto o el servicio básico(Horovitz, 1992).

En base a lo descrito, se puede decir que cuando se trata de un servicio, el cliente experimenta la producción y venta en un momento inmaterial, a diferencia de un producto que pasa por una serie de procesos antes de ser evaluado por el cliente y este se puede conservar físicamente. Dado esto, en lo que atañe la presente investigación, sobre la experiencia durante el uso del transporte público urbano, el usuario buscará determinar o calificar la calidad de un servicio mediante su satisfacción en variables también intangibles como es la atención, la imagen entre otros factores de valor.

Según la norma ISO 9001:2015, la calidad es entendida como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (Escuela Europea de Excelencia, 2016). Por otro lado, Parasuraman, et al, (Berry, et al., 1988) entendieron la calidad como “aquella discrepancia existente entre lo esperado y lo percibido” (Escuela Europea de



Excelencia, 2016). La norma ISO 9001 tiene como fin implementar un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) en donde se establecen procesos que aseguren que los productos o servicios cumplan con los requisitos del cliente, pero esto suena más fácil aplicarlo cuando se trata de tangibles ya que es mucho más rápido identificar si es de buena calidad o si no cumple con un nivel de calidad necesario.

Por ejemplo, cuando se habla de una empresa dedicada a la producción y comercialización de paneles solares, la calidad de este producto se mide por su eficiencia, por su estética y entre otros factores que son fácilmente identificables. Por otro lado, cuando se habla de un servicio de transporte público, cuyo fin es transportar de un lugar a otro a los usuarios, ya no se vuelve tan fácil determinar la calidad del servicio porque la calidad se encuentra en la satisfacción del cliente o en su experiencia con el servicio.

Los autores Parasuraman, et al., al tener en cuenta la problemática de los servicios mencionan que, “al cliente le es más difícil de evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos” y que “la percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.” (Duarte Castillo, 2014).

Para determinar la satisfacción o experiencia, es necesario analizar la brecha entre lo esperado y lo percibido como mencionan Parasuraman, et al., (Berry, et al., 1988), en otras palabras, se debe analizar las expectativas y percepciones de los usuarios para conocer sus requisitos y de esta manera llegar a determinar la calidad del servicio.

César, et al., (Camisón et al., 2006), definen un concepto similar a Parasuraman, et al., (Berry, et al., 1988); la calidad de servicio es la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. Además, es una medida de la satisfacción del cliente, como lo entiende la norma ISO 9000. Esta última la define como la percepción del cliente sobre el grado en que se cumplió sus requisitos. No se debe confundir la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, es innegable que estos dos conceptos están muy relacionados y por esta razón existe subjetividad cuando se realiza el análisis de calidad de un servicio.

Según lo mencionado anteriormente, se puede concluir que la calidad del servicio es un tipo de cualidad, relacionada con una actividad, y la satisfacción se percibe de forma cualitativa o cuantitativa, que se describe como el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del consumidor acerca del servicio (Berry, et al., 1988).



1.3. Percepciones y expectativas

Según Vargas Melgarejo (1994), la percepción posee dos niveles de existencia de la persona:

1. **Consciente:** cuando el individuo se da cuenta de que percibe ciertos acontecimientos, cuando resarce en el reconocimiento de tales eventos.
2. **El plano inconsciente:** Se llevan a cabo los procesos de selección (inclusión y exclusión) y organización de las sensaciones. Sobre la base biológica de la capacidad sensorial, la selección y elaboración de la información del ambiente se inicia en la discriminación de los estímulos que se reciben, en tal discriminación subyace la mediación de mecanismos inconscientes. Esta mediación impulsa a evaluar lo que en determinado momento interesa de entre todas las posibles manifestaciones sensibles del ambiente; de lo potencialmente percibido se lleva a cabo una selección de lo que es importante dentro de las circunstancias biológicas, históricas y culturales. (p. 48-49)

Por lo tanto, en el ámbito del transporte público, se puede afirmar que la percepción es cómo las personas perciben, valoran y evalúan los servicios de las cooperativas (Matsumoto Nishizawa, 2014). Los usuarios estarán conscientes posiblemente del aspecto físico del bus, de la atención brindada por parte del conductor, de la comodidad que sienten durante su recorrido, entre otros factores.

Asimismo, los usuarios pueden evaluar el servicio con base en sus características innatas de personalidad o por circunstancias culturales. Por ejemplo, si un usuario tiende a ser muy temático en cuanto a la limpieza, tal vez evalúe la calidad de servicio como mala. Si una unidad se encuentra en un estado que no sea del agrado del usuario, a pesar de que la unidad esté considerada como limpia en un grado normal, este usuario puede tener una percepción despectiva de la unidad de transporte. Por otro lado, en la ciudad de Cuenca, en algunas unidades se permite el ingreso de una cantidad de usuarios por encima de su capacidad, esto



culturalmente se suele aceptar u observar como un hecho normal, sin embargo, esto puede ser considerado como un factor que influya en la percepción de la calidad del servicio por parte de usuarios con diferente cultura.

En cuanto a la expectativa, Dorta, et al., (2003) la define como: la percepción subjetiva sobre la probabilidad de que un determinado acto será seguido por un determinado resultado. Es decir, se denomina expectativa a la probabilidad subjetiva de que, dado un nivel de esfuerzo, se alcanzará un nivel de ejecución. El valor de la expectativa dependerá, por tanto, de la certeza del individuo de que al ejercer determinado nivel de esfuerzo conseguirá un determinado nivel de ejecución (Chiang, et al., 2010).

En el ámbito empresarial, las expectativas son un indicador de las afirmaciones sobre la entrega del servicio, con un fin comercial, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. En cambio, las expectativas del cliente son aquellas circunstancias o experiencias que el cliente espera de un servicio, y estas son creadas por la comunicación o por la experiencia de otras personas (Matsumoto Nishizawa, 2014). Con esto se puede decir que los usuarios se dejan influenciar por el entorno y esto puede generar un impacto subjetivo al momento de evaluar un servicio, en este caso, la calidad del servicio de transporte público urbano.

1.4. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL se publicó por primera vez en 1988 y tuvo varias mejoras y revisiones desde entonces. Según Wigodski Sirebrenik (2003), el modelo consiste en un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, el cual es una herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, et al., en los Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a América Latina, por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios; el estudio de validación concluyó en junio de 1992.

Los autores Parasuraman, et al., (1988), mencionan que el modelo SERVQUAL toma como supuesto que los clientes instituyen la calidad del servicio en función de la diferencia entre las expectativas acerca de lo que recibirán y las percepciones de lo que se les entrega (Duarte Castillo, 2014).

Zeithaml, et al., (2009), indican que el modelo agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.
- **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
- **Capacidad de respuesta:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado, se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.
- **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente. (p. 11)

Al considerar algunas aplicaciones del modelo, en el estudio de Calidad hotelera en la provincia de El Oro, Ecuador, se menciona que fue adecuado para la obtención de información; demostró que las percepciones no son estáticas por lo cual se debe tener en cuenta el ofrecer servicios que se adapten a los cambios en el tiempo (Izquierdo et al., 2018).

El modelo SERVQUAL puede ser aplicado a diferentes tipos de organizaciones, por ejemplo el estudio de Ganga, et al., (2019) se orientó en la medición de calidad de servicio en el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt en Chile, en el estudio se logró identificar los atributos del servicio y la puntuación de la escala SERVQUAL mostró que el juzgado tiene una valoración negativa, dando como conclusión que el servicio que brinda este juzgado no es considerado de calidad por parte de la mayoría de los usuarios.



La aplicación del modelo SERVQUAL, también ha sido aplicado para evaluar otras actividades, por ejemplo, a una empresa de limpieza, Valencia (2015) evaluó la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos, los resultados del estudio fueron utilizado para medir la efectividad en la toma de decisiones, mediante acciones preventivas y/o correctivas, con el fin de una mejora continua en la calidad del servicio y a su vez maximizar la satisfacción de los clientes.

Asimismo, en el artículo “Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante SERVQUAL y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia”, permitió hallar brechas entre las variables percepciones y expectativas, para cada una de las cinco dimensiones del modelo, por medio de las cuales se pudo identificar los déficits en la calidad del servicio, es decir, cuando la puntuación de las expectativas sea mayor a la puntuación de las percepciones. (Causado, et al., 2019).

Por otro lado, en el artículo de Valenzo, et al., (2019), se evaluó la calidad percibida del sistema de transporte público de la ciudad de Morelia, México, con el modelo SERVQUAL, se pudo observar que las expectativas están muy alejadas a las percepciones, que existen lagunas en la calidad de servicio y que ninguno de los factores alcanzó la puntuación máxima de evaluación. De igual modo, se determinó que las principales variables fueron: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Con los estudios mencionados se pudo identificar que el modelo SERVQUAL es aplicable en distintos ámbitos, para tal efecto este modelo se ha ido adaptando según las necesidades y los procesos propios de cada caso analizado, estos estudios mostraron, que se puede incluir o excluir ítems y que puede tener éxito o fracaso en la aplicación del modelo.



2 METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA EMPÍRICA

La metodología para este estudio fue de corte transversal aplicando el cuestionario del Modelo SERVQUAL, en donde se analiza las expectativas y percepciones de los usuarios, para poder identificar los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca.

Se utilizó el software de SPSS para el análisis de los datos y se aplicó una medición de la fiabilidad con el “Alfa de Cronbach” para validar el cuestionario aplicado, ya que se realizaron algunas modificaciones en las preguntas. Al aplicar el modelo SERVQUAL y al obtener una ecuación de regresión, se pudo identificar aquellos factores que tienen mayor influencia al momento de evaluar el servicio. Además, con la prueba estadística de chi-cuadrado, se logró contrastar las frecuencias observadas con las frecuencias esperadas de acuerdo con la hipótesis nula planteada. También se realizó un análisis de correlación entre variables para obtener información adicional del estudio, con esto se complementó los análisis mencionados anteriormente.

Las variables descriptivas que se consideraron son:

- Parroquia
- Edad
- Sexo
- Nivel de estudios
- Número de veces que utilizan el bus al día
- Línea de bus utilizada con más frecuencia
- Razón principal por la que se utiliza el bus
- Número de personas del hogar que utilizan bus
- Número de vehículos privados
- Número de personas que se movilizan en vehículo privado

2.1 Tipos de metodología aplicados

Los tipos de metodología con el que se trabajaron son los siguientes:



- **Descriptiva:** utilizada para poder determinar y describir el comportamiento de las variables que estén relacionadas con las expectativas y percepciones de los usuarios.
- **Inductiva:** Basándose en la observación de los hechos, se llegaron a conclusiones generales.
- **Deductiva:** Al aplicar el cuestionario del modelo SERVQUAL, se analizó el nivel de la calidad del servicio y se obtuvieron resultados para proponer mejoras.
- **Hipotético-deductivo:** Mediante este método se responde a las hipótesis del estudio de identificar si existen diferencias significativas entre las variables de sexo y edad con las dimensiones del modelo propuesto.

2.2 Cuestionario del modelo SERVQUAL

La técnica principal que se utilizó es el cuestionario del modelo SERVQUAL, el cual consiste en 22 ítems y que fue adaptado al servicio del transporte público urbano en la ciudad de Cuenca; previa aplicación del cuestionario definitivo, se aplicó un cuestionario piloto a 20 usuarios (ver Anexo 1), lo cual permitió afinar el cuestionario a las necesidades del estudio.

Posteriormente, se consideró un cuestionario de 18 ítems para las expectativas y 18 para las percepciones, con un total de 36 preguntas, ya que algunos ítems se agruparon o algunos no fueron aplicables para el análisis (ver Anexo 2).

Los 18 ítems se encuentran divididos en cinco dimensiones:

- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía



Estas dimensiones se midieron mediante una escala de tipo Likert con un rango del uno al siete, se debe tener en cuenta que uno es “fuertemente en desacuerdo” y siete es “fuertemente de acuerdo”.

Por consiguiente, con los resultados de los cuestionarios de expectativas y percepciones, el nivel de calidad de servicio se operativiza mediante la siguiente expresión:

$$Q_{1i} = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij})$$

Donde:

Q_{1i} = calidad percibida global del elemento i .

k = número de atributos (402)

P_{ij} = percepción del resultado del estímulo i con respecto al atributo j .

E_{ij} = expectativa del atributo j para el elemento i .

Los resultados pueden oscilar entre -6 y 6, se tiene 3 casos:

1. **Expectativas > percepciones:** Esto nos dice que los niveles de calidad son bajos, menos de lo que el cliente o usuario esperaba.
2. **Expectativas = percepciones:** Esto nos dice que los niveles de calidad cumplieron con las expectativas del cliente o usuario.
3. **Expectativas < percepciones:** Esto nos dice que los niveles de calidad son altos, mejor de lo que el cliente o usuario esperaba.

2.3 Población y muestra

Se realizaron 402 encuestas obtenidas mediante una muestra estratificada de las 15 parroquias urbanas del Cantón, bajo el supuesto de que al menos una persona del hogar utiliza transporte público urbano. De acuerdo a la base de datos poblacionales del (INEC, 2010), la



zona urbana de Cuenca posee 89.305 hogares, el nivel de confianza a utilizar es del 95% y el nivel de error aceptable es del 5%, a continuación, se observa la fórmula utilizada.

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

Donde:

N = tamaño de la población.

Z = nivel de confianza.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

d = nivel de error aceptable.

Posteriormente, en la tabla 3, se puede observar la proporción a la que corresponde cada parroquia con respecto al total del número de hogares lo cual se tomó como base para realizar una muestra estratificada para las parroquias urbanas del Cantón Cuenca. Asimismo, se seleccionó, respetando el principio de aleatoriedad, la zona, sector y manzana en donde se realizaron las encuestas, para que el estudio no esté concentrado en una sola área.

Tabla 3 Encuestas por parroquia.

Locación	Hogares	Proporción	Encuestas por parroquia
El Sagrario	2194	2,46%	10
Gil Ramírez Dávalos	2214	2,48%	10
San Blas	2948	3,30%	13
Cañaribamba	3354	3,76%	15
Hermano Miguel	4360	4,88%	20



Huayna-Capac	4632	5,19%	21
Sucre	4980	5,58%	22
Machangara	5637	6,31%	25
Monay	5658	6,34%	25
El Batán	6531	7,31%	29
Totoracocha	6900	7,73%	31
Bellavista	7112	7,96%	32
El Vecino	8151	9,13%	37
San Sebastián	10867	12,17%	49
Yanuncay	13767	15,42%	62
Total	89305	1	402

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.



3 RESULTADOS

Con la aplicación del cuestionario del modelo SERVQUAL, se obtuvo que el 41% de los usuarios se encuentran dentro del rango de 16 a 26 años, el 21% dentro de 49 años o más, el 20% está entre 27 a 37 años, y la minoría entre 38 a 48 años, el 18% de los usuarios. Es notable que la mayoría de encuestados tienen estudios de nivel secundario y de tercer nivel, 48% y 37% respectivamente. Además, el 36% de los usuarios usan el bus dos veces y el 26% lo usa más de 3 veces al día. Por otro lado, las líneas de bus más utilizadas por los encuestados son las líneas número 100 y 7 con un 13,93% y 11,11% de usuarios respectivamente y la línea número 23 es usada por tan solo el 0,25% de usuarios de 402 que completaron el cuestionario.

En la ciudad de Cuenca, los usuarios hacen uso del servicio de transporte público urbano, en su mayoría, por razones de trabajo y estudios. También, el 23,9% de los usuarios forman parte de un hogar en donde dos personas utilizan el bus y un usuario forma parte de un hogar en donde 10 personas hacen uso de este servicio. Al indagar en la posesión de vehículo privado, el 54,2% del total de encuestados, establecieron que, sí poseen vehículo en su hogar y de estos, el 32,6% poseen uno y el 17,2% poseen dos, por ende, el 4,4% posee más de dos vehículos y el 45,8% de los usuarios utilizan solo el bus como medio de transporte. Asimismo, al día, el 21,1% de los usuarios que poseen vehículo privado, mencionan que una persona del hogar lo utiliza, el 19,7% menciona que dos personas de su hogar hacen uso del vehículo y el 13,5% menciona que más de dos personas del hogar hacen uso del vehículo privado que poseen.

Tabla 4 Interpretación de resultados según las variables de edad y sexo.

Según rango de edad (Años)

	El 15,67% utiliza el autobús dos veces al día mientras que el 1,74% lo utiliza seis veces al día.
16-26	Los usuarios utilizan la línea N°100 con mayor frecuencia y la línea N°14 y N°23 no son utilizadas.
	El 45,77% de los usuarios forman parte de un hogar en donde dos a tres personas utilizan transporte público urbano.
27-37	El 13,43% utiliza autobús de una a dos veces al día y el 0,49% lo utiliza seis veces al día.



Los usuarios utilizan la línea N°100 con mayor frecuencia y la línea N°8,10,19,25, y 27 no son utilizadas.

El 15,17% de los usuarios forman parte de un hogar en donde una a tres personas utiliza el autobús como medio de transporte.

El 32,88% de los usuarios utiliza el bus dos veces al día y el 0,24% lo utiliza seis veces al día.

38-48 La línea más utilizada es la N°100 y la línea N°8,10,14,20,23 y 25 no son utilizadas.

El 32,87% de los usuarios en este rango forman parte de un hogar en donde dos personas utilizan el bus.

El 13,93% de los usuarios utilizan el bus de una a dos veces al día.

49 años o más La línea más utilizada es la N°100 y la línea N°10,14,15,19,23,25 y 26 no son utilizadas.

La mayoría de los usuarios se encuentran dentro de un hogar en donde uno a cinco personas utiliza transporte público urbano.

Según la variable sexo

El 52,23% de los usuarios encuestados son mujeres y el 47,51% son hombres.

El 19,90% de las mujeres y el 16,16% de los hombres usan el bus dos veces al día.

Las personas del sexo femenino utilizan con más frecuencia la línea N°100 y número 7 mientras que el sexo masculino utiliza con más frecuencia las líneas número 5, 7, 22 y 100. Asimismo, las personas del sexo femenino utilizan con menos frecuencia las líneas número 8, 14, 10, 17, 20, 25, 26 y 101, y en el caso del sexo masculino las líneas que utilizan con menos frecuencia son las líneas número 2, 10, 14, 19, 23, 24, 26, 27.

El 47,14% del sexo femenino comenta que en su hogar de dos a tres personas utilizan bus, mientras que el 46,07% del sexo masculino comenta que en su hogar una a dos personas utiliza este medio de transporte.

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

3.1 Análisis de fiabilidad

Al considerar que el cuestionario SERVQUAL se modificó para adaptarse al estudio del servicio de transporte público urbano de la ciudad de Cuenca, se realizó un análisis de fiabilidad con el alfa de Cronbach y se obtuvo un valor de 0,93, que, de acuerdo a Matsumoto (2014), se



considera que los ítems tienen alta fiabilidad, el cuestionario aplicado es confiable, y las preguntas tienen congruencias entre sí, dado que, el valor se encuentra entre 0,6 y 1.

Tabla 5 Estadísticas de confiabilidad.

Alfa de Cronbach	# de ítems
Percepciones y Expectativas 0,933	36

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

De acuerdo con el análisis realizado se puede observar en la sección de las expectativas, se obtiene una alta fiabilidad de los datos con un alfa de Cronbach de 0,938, sin embargo, se debe mencionar que, en la segunda dimensión (Fiabilidad), el alfa de Cronbach resulta en 0,668 considerado como una confiabilidad aceptable.

En esta dimensión se encuentran preguntas relacionadas con las propuestas ofrecidas a los usuarios, errores en el servicio y si las quejas son atendidas correctamente, por lo tanto, las preguntas que conforman esta dimensión pueden resultar subjetivas y con resultados de las expectativas de los usuarios muy sesgados.

Por otro lado, la dimensión de seguridad cuenta con un valor alfa de 0,78 que también resalta, ya que la consistencia interna de la escala utilizada es altamente fiable; aquí se encuentran variables relacionadas con la confianza que transmite el conductor, su amabilidad, y sus conocimientos, las cuales influyen en el usuario para determinar si el servicio les brinda la seguridad deseada. Si una persona tiene dificultad de confiar en los demás, es más probable que asigne una calificación baja de la percepción del conductor en cuanto a la confianza que transmite y que en las expectativas brinde un puntaje alto porque será alguien quien exija más en este ámbito.

Tabla 6 Estadísticas de confiabilidad para cuestionario de expectativas.

Dimensiones	Alfa de Cronbach	# de ítems
Elementos Tangibles	0,835	3
Fiabilidad	0,668	4
Calidad De Respuesta	0,947	4
Seguridad	0,78	4
Empatía	0,747	3



Total	0,938	18
KMO	0,924	

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

En el ámbito de las percepciones, se obtiene un alfa de Cronbach de 0,973, por ende, se posee una redundancia en los ítems aplicados, ya que los valores están entre 0,955 y 0,858. La dimensión de calidad de respuesta resulta tener el valor más alto lo que indica que las variables que componen esta dimensión son altamente fiables y los ítems están muy relacionados entre sí.

Tabla 7 Estadísticas de confiabilidad para cuestionario de percepciones.

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Número de ítems
Elementos Tangibles	0,932	3
Fiabilidad	0,921	4
Calidad De Respuesta	0,955	4
Seguridad	0,926	4
Empatía	0,858	3
Total	0,973	18
KMO	0,960	

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Así mismo, se observa que, en las percepciones y en las expectativas, en la dimensión de empatía se obtienen valores de 0,858 y 0,747 respectivamente, los cuales están entre los valores más bajos en relación con las otras dimensiones. Se considera que en esta dimensión se encuentran preguntas referidas a los horarios convenientes para los usuarios y la empatía por parte del conductor. La dimensión de empatía puede resultar bastante relativa ya que, para los usuarios, algunos conductores pueden percibirse como buenos conductores y como personas empáticas que velan por sus intereses, pero para otros no, por eso es claro que la percepción de los usuarios con respecto al conductor depende de varios factores situacionales los cuales se tendrían que analizar a profundización con entrevistas personales a cada usuario para poder llegar al origen de sus percepciones.

En cuanto a la prueba de KMO, se obtuvo un valor de 0,924 para el cuestionario de las expectativas y un valor de 0,96 para las percepciones, lo cual igualmente determina que la prueba es buena y que la relación entre las variables es alta. Además, se puede realizar un análisis factorial como lo indica Ferrando, et al., (2010), donde el modelo factorial es adecuado para explicar los datos, cuando los elementos de correlaciones tienen un valor próximo a 1, cuyo



propósito es identificar el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos, es decir, de un conjunto de variables este análisis puede agruparlas en colecciones homogéneas.

Sin embargo, no se realizó un análisis factorial, ya que, para el estudio, se tenía como prioridad la aplicación del modelo validado SERVQUAL y no se vio la necesidad de reagrupar las variables que ya se encuentran definidas en las 5 dimensiones del modelo de medición de calidad de servicio. Igualmente, no fue necesario realizar el análisis de factores ya que el modelo SERVQUAL está validado y se comprobó mediante la adecuación en la encuesta piloto, la revisión de las diferentes aplicaciones del modelo en el análisis bibliográfico, y adicionalmente se puede mencionar que no existieron cambios fundamentales o fuertes que conlleven a una modificación del modelo o del cuestionario.

3.2 Aplicación del modelo SERVQUAL

Mediante la aplicación del modelo SERVQUAL se conoce que el nivel de calidad del servicio es de -3,44 (ver **Anexo 4**), es decir, las expectativas excedieron las percepciones de los usuarios y en consecuencia el nivel de calidad es bajo.

En la tabla 8 se presenta la dimensión de fiabilidad con un valor promedio de -3,73, por lo tanto, se convierte en la dimensión de menor calidad. Dentro de esta, el ítem que más influye en el nivel de calidad es con respecto a la atención correcta a las quejas de los usuarios; esto se pueda dar porque las compañías de transporte urbano y los organismos de control no toman en cuenta las opiniones de los usuarios en cuanto a las fallas o inconvenientes que tienen en el servicio.

Tabla 8 Nivel de calidad de la dimensión de fiabilidad.

Dimensión	Pregunta	Nivel de calidad (-6 a 6)
-3,73	4. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se han cumplido.	-3,78
	5. Las quejas de los usuarios son atendidas correctamente.	-4,00
	6. Las propuestas ofrecidas a los usuarios son cumplidas en el plazo establecido.	-3,89
	7. El servicio brindado no contiene errores.	-3,24

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.



La segunda dimensión con el nivel más bajo de calidad es la de seguridad (-3,55), en la tabla 9 se puede observar que el enunciado #13 del cuestionario es el que más influye en el nivel de calidad de esta dimensión con un valor en el nivel de calidad de -3,65. Por lo tanto, los usuarios de este medio de transporte no se sienten seguros con el servicio brindado y se indica que el conductor tiene aún mucho que mejorar en cuanto a atención al cliente y conocimientos para operar la unidad, con esto se debe recalcar que no solo afecta a los usuarios, sino también a peatones, vehículos e inmuebles.

Tabla 9 Nivel de calidad de la dimensión de seguridad.

Dimensión	Pregunta	Nivel de calidad (-6 a 6)
Seguridad -3,55	12. El conductor transmite confianza a los usuarios.	-3,55
	13. Los usuarios se sienten seguros con el servicio prestado.	-3,65
	14. El conductor es amable con el usuario.	-3,59
	15. El conductor posee los conocimientos necesarios para operar la unidad.	-3,43

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

La tabla 10 muestra que, dentro de calidad de respuesta, todos los ítems también poseen un nivel de calidad bajo dado que las expectativas fueron mayores a las percepciones; la pregunta #8 es la que más influye en esta variable con un nivel de calidad del -3,51 la cual se relaciona con la comunicación entre el usuario y el conductor.

Tabla 10 Nivel de calidad de la dimensión de calidad

Dimensión	Pregunta	Nivel de calidad (-6 a 6)
Calidad De Respuesta -3,48	8. El conductor es comunicativo con los usuarios.	-3,51
	9. Proporcionan respuestas rápidas los conductores a los usuarios.	-3,43
	10. El conductor está dispuesto a ayudar a los usuarios.	-3,50
	11. Las inquietudes de los usuarios son respondidas por el conductor.	-3,49

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Asimismo, las dimensiones de empatía y de elementos tangibles poseen un nivel de calidad bajo con una valoración de -3,37 y -2,93 respectivamente, como se puede observar en la tabla 11, los ítems con niveles más bajos de calidad están relacionados con el conductor.



Dentro de elementos tangibles se muestra que la pregunta que más influye en el nivel de calidad de esta dimensión se relaciona con el uso correcto del uniforme por parte del conductor, y, con respecto a la dimensión de empatía, la pregunta #17 posee menor nivel de calidad la cual hace referencia a la preocupación del conductor por los intereses del usuario.

Cabe mencionar que la dimensión de elementos tangibles es la que mejor se encuentra con respecto a las cuatro dimensiones restantes, lo cual es preocupante porque es un valor negativo de 2,93 que resulta de una evaluación de aspectos relacionados con la apariencia de la unidad, y, a pesar de que se aumentó el costo del pasaje, no se logró conseguir una buena calificación en estos elementos visuales.

Tabla 11 Nivel de calidad de la dimensión de elementos tangibles y de la dimensión de empatía.

Dimensión	Pregunta	Nivel de calidad
Empatía -3,37	16. Las unidades brindan horarios convenientes para los usuarios.	-3,18
	17. El conductor vela por los intereses de los usuarios.	-3,54
	18. El conductor posee conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.	-3,39
Elementos Tangibles -2,93	1. Las unidades tienen equipos modernos.	-2,84
	2. El interior de la unidad es visualmente atractiva.	-2,84
	3. Los conductores llevan correctamente su uniforme.	-3,11

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Después de analizar el nivel de calidad del servicio por cada dimensión, se pudo llegar a un resumen de los factores que más influyen en la calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Cuenca; en la tabla 12 se puede observar los factores más influyentes, hay que considerar que se tomó el 50% de ítems con mayor relevancia, es decir, los ítems en donde sus percepciones fueron muy inferiores a sus expectativas.

La dimensión de fiabilidad y de seguridad cuentan con cuatro preguntas cada una, de las cuales tres de cuatro se encuentran con el menor nivel de calidad, lo cual indica que las cooperativas presentan fallas en estas dimensiones casi en su totalidad.



El conductor es el factor más mencionado en diferentes dimensiones, puesto que la comunicación, la confianza que transmite, la amabilidad y la disposición a ayudar son factores muy importantes para el usuario.

Tabla 12 Factores que más influyen en la calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Cuenca.

Dimensión	Factores	Nivel de calidad
Fiabilidad	5. Las quejas de los usuarios son atendidas correctamente.	-4,00
	6. Las propuestas ofrecidas a los usuarios son cumplidas en el plazo establecido.	-3,89
	4. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se han cumplido.	-3,78
Seguridad	13. Los usuarios se sienten seguros con el servicio prestado.	-3,65
	14. El conductor es amable con el usuario.	-3,59
Empatía	12. El conductor transmite confianza a los usuarios.	-3,55
	17. El conductor vela por los intereses de los usuarios.	-3,54
Calidad De Respuesta	8. El conductor es comunicativo con los usuarios.	-3,51
	10. El conductor está dispuesto a ayudar a los usuarios.	-3,50

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

3.3 Correlaciones

A continuación, se podrá observar distintas correlaciones realizadas con el fin de conocer si existe dependencia entre las variables analizadas.

En la tabla 13 se puede observar que los coeficientes de correlación están entre 0,703 y 0,89, lo que demuestra que la relación lineal de las dimensiones aleatorias cuantitativas, posee un alto grado de dependencia directa. Existe una correspondencia alta entre la dimensión de calidad de respuesta, seguridad y empatía con el nivel de calidad, es decir, los ítems o preguntas con relación usuario-conductor son fundamentales para que exista una excelente calidad de servicio. Por otro lado, la dimensión de elementos tangibles tiene la menor relación con el nivel de calidad, existe una dependencia, pero es la menos relevante para el usuario.

Tabla 13 Correlación entre cada dimensión de las percepciones y el nivel de calidad del usuario.



Dimensión	Nivel de calidad
Elementos tangibles	0,703
Fiabilidad	0,799
Calidad de respuesta	0,890
Seguridad	0,887
Empatía	0,866

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

La correlación entre cada dimensión de las expectativas y el nivel de calidad por usuario posee un grado de dependencia indirecto entre las variables, en la tabla 14 se indica que las distintas correlaciones están entre -0,314 y -0,402, lo que resultan ser valores bajos y no indican una correlación muy significativa. Es cierto que, si una persona mantiene expectativas muy altas, afectará al momento de calificar el nivel de un servicio, y esto es justamente lo que se demuestra con estas correlaciones al tener un signo negativo, en otras palabras, mientras mayor calificación establezcan los usuarios en los ítems de las expectativas, el nivel de calidad disminuirá.

Tabla 14 Correlación entre cada dimensión de las expectativas y el nivel de calidad por usuario.

Dimensión	Nivel de calidad
Elementos tangibles	-0,373
Fiabilidad	-0,314
Calidad de respuesta	-0,402
Seguridad	-0,339
Empatía	-0,340

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

En la tabla 15, se puede observar que la correlación entre las variables descriptivas con respecto al nivel de calidad es sumamente baja. No tiene una dependencia o relación altamente significativa con el nivel de calidad, la línea de bus que se utilice con más frecuencia, el número de veces que se utilice el bus al día ni el número de personas del hogar que utilizan bus; esto para el usuario no influye de manera esencial al momento de calificar el servicio.

**Tabla 15** Correlación entre el nivel de calidad por usuario con variables descriptivas.

Variables Descriptivas	Nivel de calidad por usuario
Línea de bus utilizada con más frecuencia	-0,054
Número de veces que utilizan el bus al día	-0,016
Número de personas del hogar que utilizan bus	-0,107

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

3.4 Regresión lineal

Una vez analizado el modelo SERVQUAL y las correlaciones entre las variables, se procede a definir un modelo de regresión para concretar los factores que más influyen en la calidad de servicio y también identificar los factores que se consideran estadísticamente significativos en el estudio.

Para el modelo de regresión se consideró como variable dependiente el nivel de calidad del servicio y como variables independientes a las diferentes dimensiones que constituyen el modelo SERVQUAL. Al analizar el R cuadrado en la tabla 16, se obtuvo que el 86,9% de la variación en la variable dependiente es explicada por las variaciones en las variables independientes. También, al observar la significancia de las variables independientes, se puede concluir que son estadísticamente significativas al ser menores que 0,05.

El modelo de regresión lineal presenta la siguiente ecuación Tabla 16:

$$y = -6,562 + 0,072x_1 + 0,165x_2 + 0,281x_3 + 0,256x_4 + 0,228x_5$$

Dada la ecuación de regresión, se determina que la dimensión de calidad de respuesta es la que más influye en el nivel de calidad del servicio con un valor de 0,281, y si se observa la tabla 17, al considerar que las preguntas 8,9,10, y 11 conforman esta dimensión, se obtiene que las preguntas 8 y 11 son las que más influyen en el modelo SERVQUAL, ya que son estadísticamente significativas y poseen los valores más altos.

Tabla 16 Modelo de regresión lineal por dimensiones del cuestionario de percepciones.

Variables Independientes	Modelo	Coeficientes (B)	Sig.	R ²



(Constante)		-6,562	,000	0,869
X ₁	P_ELEMENTOS TANGIBLES	0,072	,005	
X ₂	P_DIMENSION DE FIABILIDAD	0,165	,000	
X ₃	P_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	0,281	,000	
X ₄	P_DIMENSION DE SEGURIDAD	0,256	,000	
X ₅	P_DIMENSION DE EMPATIA	0,228	,000	

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Tabla 17 Modelo de regresión lineal por preguntas del cuestionario de percepciones.

Modelo Percepciones		Coeficientes (B)	Sig.
(Constante)		-6,585	,000
1. Las unidades tienen equipos modernos.		,038	,486
2. El interior de la unidad es visualmente atractiva.		-,004	,941
3. Los conductores llevan correctamente su uniforme.		,045	,163
4. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se han cumplido.		,087	,015
5. Las quejas de los usuarios son atendidas correctamente.		-,022	,548
6. Las propuestas ofrecidas a los usuarios son cumplidas en el plazo establecido.		,019	,620
7. El servicio brindado no contiene errores.		,093	,007
8. El conductor es comunicativo con los usuarios.		,112	,010
9. Proporcionan respuestas rápidas los conductores a los usuarios.		,046	,298
10. El conductor está dispuesto a ayudar a los usuarios.		,066	,117
11. Las inquietudes de los usuarios son respondidas por el conductor.		,150	,000
12. El conductor transmite confianza a los usuarios.		,013	,759
13. Los usuarios se sienten seguros con el servicio prestado.		,049	,100
14. El conductor es amable con el usuario.		,057	,114
15. El conductor posee los conocimientos necesarios para operar la unidad.		,079	,013
16. Las unidades brindan horarios convenientes para los usuarios.		,097	,000
17. El conductor vela por los intereses de los usuarios.		,053	,173
18. El conductor posee conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.		,043	,177

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Se tomó como preferencia a las percepciones porque se deseaba saber qué factores influyeron más al momento de percibir el servicio, asimismo, en la tabla 18 se puede observar el modelo de regresión del cuestionario de las expectativas, donde el R cuadrado indica que tan solo el 20,6% de la variación en la variable dependiente es explicada por las variaciones en las variables independientes.



Se observa que la dimensión de elementos tangibles y calidad de respuesta influyeron más en el nivel de calidad del servicio, también, como en las correlaciones, se posee una relación inversa con respecto al nivel de calidad del servicio, lo que causa que mientras mayor sean las expectativas en estas dimensiones, menor será el nivel de calidad del servicio.

Tabla 18 Modelo de regresión lineal por dimensiones del cuestionario de expectativas.

Variables Independientes	Modelo	Coeficientes (B)	Sig.	R ²
(Constante)		4,323	,000	0,206
X ₁	P_ELEMENTOS TANGIBLES	-0,380	,004	
X ₂	P_DIMENSION DE FIABILIDAD	-0,236	,112	
X ₃	P_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	-0,376	,002	
X ₄	P_DIMENSION DE SEGURIDAD	-0,091	,610	
X ₅	P_DIMENSION DE EMPATIA	-0,100	,422	

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

3.5 Pruebas de hipótesis

Para determinar si existen o no diferencias significativas entre las variables de sexo y edad con respecto a las dimensiones del modelo propuesto, se consideró el siguiente planteamiento:

$$H_0 = \text{No existen diferencias significativas.}$$

$$H_1 = \text{Existen diferencias significativas.}$$

En la tabla 19 se puede observar que, para el cuestionario de expectativas, para la dimensión de elementos tangibles se tiene que $p \leq \alpha (0,05)$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, en otras palabras, existieron diferencias entre hombres y mujeres al momento de calificar el nivel de calidad del servicio en esta dimensión. Por otro lado, para el resto de dimensiones, se obtiene que $p > \alpha (0,05)$, entonces se acepta la hipótesis nula que indica que no existen diferencias significativas entre la variable sexo y estas dimensiones.

Tabla 19 Prueba de Chi-Cuadrado con la variable sexo.

Dimensión	Variable sexo	
	Valor P Percepciones	Valor P Expectativas
Elementos Tangibles	0,725	0,000
Fiabilidad	0,692	0,711
Calidad De Respuesta	0,692	0,999
Seguridad	0,843	0,937
Empatía	0,497	0,747

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Asimismo, se puede observar en la tabla 20 el análisis de la prueba de chi-cuadrado con respecto a la variable edad. En el cuestionario de las percepciones, las dimensiones de fiabilidad, calidad de respuesta, seguridad y empatía poseen un valor $p \leq \alpha (0,05)$ entonces se acepta la hipótesis alternativa que indica que las respuestas a estas dimensiones fueron influenciadas por las diferentes edades de las personas encuestadas, de igual manera sucede en el cuestionario de expectativas, en donde la dimensión de elementos tangibles es influenciada por la variable edad, por otro lado en las otras dimensiones no existe dependencia entre las variables analizadas, ya que $p > \alpha (0,05)$.

Tabla 20 Prueba de Chi-Cuadrado con la variable edad.

Dimensiones	Variable edad	
	Valor P Percepciones	Valor P Expectativas
Elementos Tangibles	0,064	0,050
Fiabilidad	0,040	0,633
Calidad De Respuesta	0,022	0,059
Seguridad	0,007	0,152
Empatía	0,003	0,181

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.



4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En la actualidad, es de vital importancia conocer cuáles son las percepciones y expectativas que tienen los usuarios con respecto al servicio percibido para poder tener una mejora continua dentro de las cooperativas de transporte de la ciudad de Cuenca. Por tanto, se enfrenta a nuevos retos para seguir mejorando y brindando servicios de calidad, oportuno, ágil y superando a las expectativas de los usuarios.

Para las cooperativas de transporte público urbano, el nivel de calidad del servicio en todas las dimensiones resultaron con valores negativos y se obtuvo un nivel de calidad global de -3,44; donde se concluye que, en este estudio, las expectativas de los usuarios fueron mayores a las percepciones; entonces el servicio de transporte de la ciudad de Cuenca no cumple con las expectativas de los usuarios.

El instrumento adaptado del modelo SERVQUAL, evalúa la calidad desde dos aspectos; las percepciones y expectativas del servicio de transporte público urbano de la ciudad de Cuenca, alcanzando el calificativo de que de los 18 factores analizados 9 factores son los que más influyen en el nivel de calidad del servicio, son los que poseen una relación usuario-conductor y una relación usuario-gobierno, se debe tener en cuenta que las propuestas ofrecidas a los usuarios vienen de ordenanzas que son aprobadas por los GAD.

Asimismo, el estudio muestra que se deberá generar diferentes estrategias para satisfacer las necesidades de los usuarios, es por ello que se debe visualizar el problema encontrado desde una perspectiva global que permita el mejoramiento desde cada uno de los factores que se evaluaron en las 5 dimensiones analizadas: correcta atención a las quejas de los usuarios, la seguridad con el servicio, la amabilidad del conductor hacia los usuarios, la confianza que se transmite, la preocupación o atención a los intereses de los usuarios, la disposición a ayudar, y la comunicación con los usuarios, siendo estos los factores más relevantes en la investigación.

Es preocupante que los niveles más bajos de calidad estén dentro de la dimensión de seguridad y fiabilidad, ya que conlleva a que los usuarios usen este medio de transporte por ser el más económico en la ciudad y no porque realmente deseen usarlo. Por otro lado, las preguntas de la dimensión de elementos tangibles no entraron en la lista de los factores que más influyen



en el nivel de calidad del servicio, lo que nos indica que la ciudadanía presta mayor atención a lo intangible.

Lo mencionado anteriormente se obtuvo con la aplicación del modelo SERVQUAL, pero al realizar otras pruebas estadísticas, se concluye que la dimensión más importante para el usuario es la de calidad de respuesta, específicamente la comunicación con el conductor y la atención recibida a las inquietudes presentadas.

Se concluye además que hombres y mujeres tuvieron diferencias significativas en cuanto a las expectativas de los ítems encontrados en la dimensión de elementos tangibles y, la edad también tuvo influencia en esta dimensión. Por otro lado, en el cuestionario de las percepciones, las dimensiones de fiabilidad, calidad de respuesta, seguridad y empatía tuvieron diferencias significativas con respecto a las diferentes edades de los usuarios, es decir que los usuarios perciben de diferente manera estas dimensiones según la edad que tienen.

4.2 Recomendaciones

Se cree que lo más importante recomendar para toda empresa es realizar constantemente estudios que midan la calidad de servicio, sin dejar de considerar lo que esperan los clientes y lo que reciben. A las cooperativas del transporte público urbano se recomienda implementar un sistema de atención al cliente para que los usuarios se sientan correctamente atendidos y para que perciban que si existe una comunicación adecuada con el conductor.

Adicionalmente, se recomienda a los GAD's, establecer herramientas que permitan brindar atención a las quejas de los usuarios y principalmente, dar seguimiento tanto a las unidades como a los conductores que prestan este servicio, para así prevenir, corregir o mejorar falencias. Se puede realizar un buzón virtual en donde se publiquen las quejas y, al ser público para la ciudadanía, se presiona a que las personas involucradas tomen acción.

Es innegable que todas las personas buscan seguridad en la vida, por eso se debe proporcionar seguridad a los usuarios dentro de las unidades durante su recorrido al proporcionar un sistema de apoyo y control para los conductores antes y durante su jornada laboral, para así prevenir y evitar incidencias.

Finalmente, el estudio realizado analiza únicamente el transporte público del cono urbano de la ciudad de Cuenca, debido a esto, un proyecto que abarque el transporte en el sector rural



resultaría propicio para la ampliación del tema, ya que la ciudad se encuentra expandida alrededor del área urbana, de esta manera, se podrá obtener resultados desde el punto de vista de otros usuarios, con diferentes grados de estudio, situación socioeconómica, entre otros.



5 BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional Constituyente. (2012). Reglamento a Ley de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial. *Registro Oficial Suplemento 731, Decreto Ejecutivo 1196*, pp. 1–91.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzalez, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. PEARSON EDUCACIÓN, S. A.
- Castillo, G. J. (2016). *Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario , año 2015*. Universidad Nacional de Cajamarca.
- Causado-Rodriguez, E., Charris, A., & Guerrero, E. (2019). Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia. *Información Tecnológica*, 30(2), 1.
- Chiang, M., Martín Rodrigo, M. J., & Núñez Partido, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*.
- CONCEJO MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA. (2029). *ORDENANZA PARA LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE RECAUDO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO DENTRO DEL CANTÓN CUENCA*. 1–29.
- Cuellar, E., del Pino, E., & Ruiz, J. (2009). *Guía para la evaluación de la calidad de los Servicios Públicos*. Madrid: Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios.
- Dorta, C., & González, I. (2003). La motivación en el nivel obrero-gerencial de la fábrica Tropicana según la Teoría de las Espectativas (Porter-Lawler). Universidad Católica Andrés Bello.
- Duarte Castillo, J. L. (2014). CALIDAD DE SERVICIO (Revisión de Corrientes Principales y Propuestas para Investigación Futura). *Calidad Del Servicio*, 1–36.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.



NNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64–80.

Escuela Europea de Excelencia. (2014). ISO 9001: Satisfacción del cliente.

Escuela Europea de Excelencia. (2016). Nuevas Normas ISO. Retrieved from <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/#:~:text=La%20calidad%20es%20la%20adecuaci%C3%B3n,NC%2F%20ISO%20000%202005>

Ferrando, P. J., & Anguiano, C. (2010). EL ANÁLISIS FACTORIAL COMO TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA. *Papeles Del Psicólogo*, 31(1), 18–33.

Ganga Contreras, Francisco, Alarcón Henríquez, Nancy, & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. Ingeniare. *Revista Chilena de Ingeniería*. Retrieved from https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=es&fbclid=IwAR194mivxNvqQtvogWDCC-Oa8Yh_kiaVbgRKvYATmcFa9HfSa5Bn2tJfWhU

Horovitz, J. (1992). *La Calidad Del Servicio: A la conquista del cliente*.

Illescas, L. V., & Medina, N. L. (2016). “DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE URBANO EN BUSES PARA EL AÑO 2015. UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Ilustre Municipalidad de Cuenca. (2015). Plan de movilidad de Cuenca 2015-2025. In *Ilustre Municipalidad de Cuenca*. <https://doi.org/doi: 10.1039/c3sm27345h>

INEC. (2010). *Fascículo provincial azuay* (p. 8). p. 8. República del Ecuador.

Izquierdo Vera, René Mauricio, Lazo Serrano, Carmen Arlene, & Andrade Ríos, M. A. (2018). La calidad hotelera mediante la escala Servqual en hoteles de la provincia de El Oro, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*. Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200328&lng=es&tlng=es

Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*.



Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11va ed.). International Thomson Editores.

Martinez, C. (2018). *Aplicación del modelo Servqual en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Matsumoto, R. (2014). Development of Servqual Model for the measurement of the service quality in the publicity company Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, (34), 181–209.

Ortiz, I., & Mendoza, M. (2017). *APLICACIÓN DE MODELO SERVQUAL PARA POTENCIALIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL DISNEY PARK, QUITO*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry., L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 12–40.

Redhead García, R. M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Richard, S. L. (2002). *Mercadotecnia*.

Sánchez, C. (2018, July). De 25 a 31 centavos de dólar será el incremento de la tarifa de bus. *El Mercurio*.

SIR Cuenca. (2019). *Movilízate: Tipos de Tarjetas*.

Solórzano, G., & Aceves, J. N. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente* (M. López, Ed.). México D.F: Instituto Tecnológico de Sonora.

Stanto, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*.

Valencia Cerna, E. S. (2015). *“Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa*



SYRY.” Retrieved from <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10269/1/UPS-GT001302.pdf>

Valenzo Jiménez, M. A., Lázaro López, D. A., & Martínez Arroyo, J. A. (2019). *Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio de transporte público en Morelia, México*. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532019000400064&lang=es&fbclid=IwAR3hYOyRDVwDSnhxaV6bz3z5etM0H_QVA4mQpA95YHfg7VoRRthEf_FZz6Y

Vargas Melgarejo, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción*.

Wigodski Sirebrenik, J. (2003). ¿Qué es SERVQUAL? *MEDWAVE: Revista Biomédica Revisada Por Pares*. Retrieved from <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Nov2003/2763>

ZEITHAML, B. (2009). *Marketing de servicios*. Mc Graw Hill.



6 ANEXOS

6.1 Anexo 1: Encuesta Piloto

Encuesta

"Análisis de los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos en la ciudad de Cuenca, 2019"

Buenos días/tardes. La presente encuesta tiene como fin obtener información sobre los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos mediante el modelo SERVQUAL.

Instrucciones: El cuestionario de percepciones contiene una serie de ítems de lo que usted piensa sobre el servicio brindado por las unidades de transporte; por favor para cada ítem indiquenos encerrando en un círculo hasta qué punto las unidades posee las características descritas. Teniendo en cuenta que 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

Parroquia: _____ N° de veces al día que usa el bus: _____ Edad: _____
Sexo: F _____ M _____ Nivel de estudios: _____ Básico _____ Bachiller _____ Técnico _____ Tercer nivel _____ Cuarto nivel _____

Cuestionario de percepciones

Dimensión de Elementos Tangibles	En desacuerdo							En acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1. Las unidades tienen equipos modernos.														
2. Las instalaciones de las unidades son atractivas.	1	2	3	4	5	6	7							
3. La apariencia de los conductores es pulcro.	1	2	3	4	5	6	7							
4. Los elementos asociados con el servicio son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5	6	7							
Dimensión de Fiabilidad	En desacuerdo							En acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se han cumplido.														
6. Cuando el usuario tiene un problema, el conductor tiene interés en resolverlo.	1	2	3	4	5	6	7							
7. El servicio recibido por primera vez fue adecuado.	1	2	3	4	5	6	7							
8. Las propuestas ofrecidas a los usuarios son cumplidas en el plazo establecido.	1	2	3	4	5	6	7							
9. El servicio recibido por los usuarios no contiene errores.	1	2	3	4	5	6	7							
Dimensión de Calidad de respuesta	En desacuerdo							En acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
10. El conductor es comunicativo con los usuarios.														
11. El conductor proporciona respuestas rápidas a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							
12. El conductor está dispuesto a ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							
13. El conductor responde a las inquietudes de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							
Dimensión de Seguridad	En desacuerdo							En acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
14. El conductor transmite confianza a los usuarios.														
15. Los usuarios se sienten seguros con las cooperativas que brindan el servicio.	1	2	3	4	5	6	7							
16. El conductor es amable con el usuario.	1	2	3	4	5	6	7							
17. El conductor posee los conocimientos necesarios para operar la unidad.	1	2	3	4	5	6	7							
Dimensión de Empatía	En desacuerdo							En acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
18. El cliente recibe atención individualizada por parte del conductor.														
19. Las unidades brindan un horario acorde a las necesidades de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							
20. El cliente recibe atención personalizada por el conductor.	1	2	3	4	5	6	7							
21. El conductor vele por los intereses de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							
22. El conductor posee conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7							



Instrucciones: Basándose en sus experiencias como usuario del servicio que ofrecen los buses de transporte público urbano en la ciudad de Cuenca piense, por favor indíquenos en qué medida piensa usted que este servicio de excelente calidad debería tener las características descritas; teniendo en cuenta que 1 es nada esencial y 7 es muy esencial.

Cuestionario de expectativas

Dimensión de Elementos Tangibles	Nada esencial							Muy esencial	
	1	2	3	4	5	6	7		
1. Las unidades deben tener equipos modernos.									
2. Las instalaciones de las unidades deben ser atractivas.									
3. La apariencia de los conductores debe ser pulcra.									
4. Los elementos asociados con el servicio deben ser visualmente atractivos.									
Dimensión de Fiabilidad	1	2	3	4	5	6	7		
	5. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se deben cumplir.								
6. Cuando el usuario tiene un problema, el conductor debe tener interés en resolverlo.									
7. El servicio recibido por primera vez debe ser adecuado.									
8. Las propuestas ofrecidas a los usuarios deben ser cumplidas en el plazo establecido.									
9. El servicio recibido por los usuarios no debe contener errores.									
Dimensión de Calidad de respuesta	1	2	3	4	5	6	7		
	10. El conductor debe ser comunicativo con los usuarios.								
11. El conductor debe proporcionar respuestas rápidas a los usuarios.									
12. El conductor debe estar dispuesto a ayudar a los usuarios.									
13. El conductor debe responder a las inquietudes de los usuarios.									
Dimensión de Seguridad	1	2	3	4	5	6	7		
	14. El conductor debe transmitir confianza a los usuarios.								
15. Los usuarios deben sentirse seguros con las cooperativas que brindan el servicio.									
16. El conductor debe ser amable con el usuario.									
17. El conductor deben tener los conocimientos necesarios para operar la unidad.									
Dimensión de Empatía	1	2	3	4	5	6	7		
	18. El cliente debe recibir atención individualizada por parte del conductor.								
19. Las unidades deben brindar un horario acorde a las necesidades de los usuarios.									
20. El cliente debe recibir atención personalizada por el conductor.									
21. El conductor debe velar por los intereses de los usuarios.									
22. El conductor debe poseer conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.									

;Gracias por su colaboración!



6.2 Anexo 2: Encuesta Final

Encuesta

Buenos días/tardes. La presente encuesta tiene como fin obtener información sobre los factores que influyen en la calidad de servicio de transporte público de buses urbanos mediante el modelo SERVQUAL.

Instrucciones: El cuestionario de percepciones contiene una serie de ítems de lo que usted piensa sobre el servicio brindado por las unidades de transporte; por favor para cada ítem indiquenos encerrando en un círculo hasta qué punto las unidades posee las características descritas. Teniendo en cuenta que 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

Parroquia: _____	¿Cuántas veces al día usted utiliza el bus? _____	¿Cuántas personas del hogar utilizan bus? _____
Edad: 16-26 <input type="checkbox"/> 38-48 <input type="checkbox"/> 27-37 <input type="checkbox"/> 49 o más <input type="checkbox"/>	¿Qué línea de bus al día usted usa con más frecuencia? _____	¿En el hogar tienen vehículo privado? ¿Cuántos? (En caso de responder Sí, continúa a la siguiente pregunta, caso contrario continúe con la pregunta #1). Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Razón principal por la que utiliza el bus: Trabajo <input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Actividades recreativas <input type="checkbox"/> Otros: _____	¿Cuántas personas del hogar se movilizan en el vehículo privado, dentro de un día normal? _____

Dimensión de Elementos Tangibles

	Totalmente en desacuerdo							Totalmente en acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1. Las unidades tienen equipos modernos.														
2. El interior de la unidad es visualmente atractiva.														
3. Los conductores llevan correctamente su uniforme.														

Dimensión de Fiabilidad

	1	2	3	4	5	6	7
4. Las propuestas ofrecidas a los usuarios se han cumplido							
5. Las quejas de los usuarios son atendidas correctamente.							
6. Las propuestas ofrecidas a los usuarios son cumplidas en el plazo establecido.							
7. El servicio brindado no contiene errores.							

Dimensión de Calidad de respuesta

	1	2	3	4	5	6	7
8. El conductor es comunicativo con los usuarios.							
9. Proporcionan respuestas rápidas los conductores a los usuarios.							
10. El conductor está dispuesto a ayudar a los usuarios.							
11. Las inquietudes de los usuarios son respondidas por el conductor.							

Dimensión de Seguridad

	1	2	3	4	5	6	7
12. El conductor transmite confianza a los usuarios.							
13. Los usuarios se sienten seguros con el servicio prestado.							
14. El conductor es amable con el usuario.							
15. El conductor posee los conocimientos necesarios para operar la unidad.							

Dimensión de Empatía

	1	2	3	4	5	6	7
16. Las unidades brindan horarios convenientes para los usuarios.							
17. El conductor vela por los intereses de los usuarios.							
18. El conductor posee conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.							



Instrucciones: En base a sus experiencias como usuario del servicio que ofrecen los buses de transporte público urbano en la ciudad de Cuenca, en qué medida piensa usted que debería tener las siguientes características el servicio, para que este sea de **EXCELENTE CALIDAD**, teniendo en cuenta que 1 es nada esencial y 7 es muy esencial.

Dimensión de Elementos Tangibles		Nada esencial		Muy esencial				
		1	2	3	4	5	6	7
1. Las unidades deben tener equipos modernos.		1	2	3	4	5	6	7
2. El interior de la unidad debe ser visualmente atractiva.		1	2	3	4	5	6	7
3. Los conductores debe llevar correctamente su uniforme.		1	2	3	4	5	6	7
Dimensión de Fiabilidad								
4. Las propuestas ofrecidas a los usuarios debe ser cumplidas.		1	2	3	4	5	6	7
5. Las quejas de los usuarios debe ser atendidas correctamente.		1	2	3	4	5	6	7
6. Las propuestas ofrecidas a los usuarios debe ser cumplidas en el plazo establecido.		1	2	3	4	5	6	7
7. El servicio brindado no debe contener errores.		1	2	3	4	5	6	7
Dimensión de Calidad de respuesta								
8. El conductor debe ser comunicativo con los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
9. Debe proporcionar respuestas rápidas los conductores a los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
10. El conductor debe estar dispuesto a ayudar a los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
11. Las inquietudes de los usuarios deben ser respondidas por el conductor.		1	2	3	4	5	6	7
Dimensión de Seguridad								
12. El conductor debe transmitir confianza a los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
13. Los usuarios deben sentirse seguros con el servicio prestado.		1	2	3	4	5	6	7
14. El conductor debe ser amable con el usuario.		1	2	3	4	5	6	7
15. El conductor debe poseer los conocimientos necesarios para operar la unidad.		1	2	3	4	5	6	7
Dimensión de Empatía								
16. Las unidades deben brindan horarios convenientes para los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
17. El conductor debe velar por los intereses de los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7
18. El conductor debe poseer conocimiento sobre las necesidades de los usuarios.		1	2	3	4	5	6	7

;Gracias por su colaboración!

6.3 Anexo 3: Tablas descriptivas

Tabla de Edades

Edades	Número de encuestados	Porcentaje
16-26	163	41%
27-37	80	20%
38-48	73	18%
49 o más	86	21%
Total	402	100%

Tabla de nivel de estudios

Nivel	Número de encuestados	Porcentaje
3er Nivel	147	37%



4to Nivel	17	4%
Ninguno	12	3%
Primaria	33	8%
Secundaria	193	48%
Total	402	100%

Tabla número de veces diario que usa el bus

Número de veces	Número de encuestados	Porcentaje
1	103	26%
2	146	36%
3	49	12%
4	62	15%
5	30	8%
6	12	3%
Total	402	100%

Tabla de uso de línea más frecuente

Número de línea	Número de encuestados	Porcentaje
1	11	2,7%
2	6	1,5%
3	28	7%
5	32	8%
7	45	11,2%
8	6	1,5%
10	2	0,5%
12	33	8,2%
13	19	4,7%
14	3	0,7%
15	7	1,7%
16	21	5,2%
17	5	1,2%
18	30	7,5%
19	4	1%
20	5	1,2%
22	30	7,5%
23	1	0,2%
24	9	2,2%
25	6	1,5%
26	4	1%



27	7	1,7%
28	14	3,5%
50	12	3%
100	56	13,9%
101	6	1,5%
Total	402	100%

Tabla de la razón principal del uso del bus

Razón	Número de encuestados	Porcentaje
Actividades recreativas	45	11,2%
Compras	73	18,2%
Estudios	116	28,9%
Otros	9	2,2%
Trabajo	159	39,6%
Total	402	100%

Tabla de número de personas del hogar que utilizan el bus

Número de personas	Número de encuestados	Porcentaje
1	78	19,4%
2	96	23,9%
3	88	21,9%
4	51	12,7%
5	59	14,7%
6	23	5,7%
7	1	0,2%
8	4	1,0%
9	1	0,2%
10	1	0,2%
Total	402	100%

Tabla de personas que poseen o no vehículo privado

Número de encuestados	Porcentaje
No	184
Si	54,2%
Total	402



Tabla de número de vehículos privados

Número de vehículos	Número de encuestados	Porcentaje
1	131	32,6%
2	69	17,2%
3	14	3,5%
4	1	0,2%
5	1	0,2%
6	1	0,2%
7	1	0,2%
Total	218	54,2%

Tabla de número de personas del hogar que se movilizan en vehículo privado en un día normal

Número de personas	Número de encuestados	Porcentaje
1	85	21,1%
2	79	19,7%
3	32	8,0%
4	18	4,5%
5	2	0,5%
6	2	0,5%
Total	218	54,20%

Tabla de número de veces al día que una persona utiliza el bus según el rango de edad

Edad	Número de veces al día que utiliza el bus						Total
	1	2	3	4	5	6	
16-26	30	63	22	29	12	7	163
27-37	24	30	5	13	6	2	80
38-48	22	24	9	13	4	1	73
49 o más	27	29	13	7	8	2	86
Total	103	146	49	62	30	12	402

Tabla de línea de bus que usa con más frecuencia según el rango de edad

Número de línea de bus	Edades				Total
	16-26	27-37	38-48	49 o más	
1	4	1	3	3	11
2	1	1	1	3	6
3	11	8	4	5	28
5	13	9	4	6	32
7	16	7	9	13	45
8	5	0	0	1	6



10	2	0	0	0	2
12	16	6	5	6	33
13	5	5	6	3	19
14	0	3	0	0	3
15	5	1	1	0	7
16	10	5	3	3	21
17	1	1	2	1	5
18	9	6	6	9	30
19	2	0	2	0	4
20	1	2	0	2	5
22	17	4	5	4	30
23	0	1	0	0	1
24	4	2	2	1	9
25	6	0	0	0	6
26	2	1	1	0	4
27	1	0	2	4	7
28	7	3	1	3	14
50	5	2	3	2	12
100	19	10	11	16	56
101	1	2	2	1	6
Total	163	80	73	86	402

Tabla de número de personas del hogar que utilizan el bus según el rango de edad del encuestado

Número de personas del hogar	Edades				Total
	16-26	27-37	38-48	49 o más	
1	30	19	15	14	78
2	36	18	24	18	96
3	36	24	9	19	88
4	19	8	11	13	51
5	26	8	10	15	59
6	13	2	2	6	23
7	0	0	1	0	1
8	3	1	0	0	4
9	0	0	0	1	1
10	0	0	1	0	1
Total	163	80	73	86	402

Tabla de número de veces al día que utiliza el bus según el sexo

Sexo	Número de veces al día que utiliza el bus	Total
------	---	-------



	1	2	3	4	5	6	
Otro	0	1	0	0	0	0	1
F	53	80	33	26	12	6	210
M	50	65	16	36	18	6	191
Total	103	146	49	62	30	12	402

Tabla de línea de bus que usa con más frecuencia según el sexo

Número de línea de bus	Sexo			Total
	Otro	F	M	
1	0	6	5	11
2	0	4	2	6
3	0	16	12	28
5	0	14	18	32
7	0	28	17	45
8	0	2	4	6
10	0	0	2	2
12	0	17	16	33
13	0	10	9	19
14	0	1	2	3
15	1	3	3	7
16	0	15	6	21
17	0	1	4	5
18	0	17	13	30
19	0	3	1	4
20	0	2	3	5
22	0	11	19	30
23	0	0	1	1
24	0	7	2	9
25	0	1	5	6
26	0	2	2	4
27	0	5	2	7
28	0	8	6	14
50	0	5	7	12
100	0	30	26	56
101	0	2	4	6
Total	1	210	191	402

Elaborado Por: Vázquez, et al., 2021.

Tabla de número de personas del hogar que utilizan el bus según el sexo del encuestado

Sexo	Total



Número de personas del hogar	Otro	F	M	
1	0	37	41	78
2	1	48	47	96
3	0	51	37	88
4	0	25	26	51
5	0	35	24	59
6	0	11	12	23
7	0	0	1	1
8	0	2	2	4
9	0	1	0	1
10	0	0	1	1
Total	1	210	191	402

6.4 Anexo 4: Nivel de calidad del servicio mediante la aplicación del modelo SERVQUAL

Nº DE ENCUESTA	PROMEDIO DE CALIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE PERCEPCIONES	PROMEDIO DE CALIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE EXPECTATIVAS
1	3,22	6,67
2	4,22	5,39
3	3,11	7,00
4	3,94	6,17
5	1,28	6,72
6	4,83	6,28
7	4,06	7,00
8	2,33	6,72
9	4,61	7,00
10	1,61	6,00
11	3,72	5,94
12	1,22	7,00
13	2,72	6,83
14	2,06	5,50
15	2,22	5,89
16	6,00	6,00
17	1,33	5,33
18	3,33	6,39



19	2,28	5,94
20	4,50	7,00
21	1,33	6,00
22	4,44	5,89
23	4,39	6,72
24	2,00	7,00
25	2,72	6,22
26	1,17	7,00
27	2,83	6,17
28	1,06	5,94
29	2,22	5,78
30	2,83	6,56
31	1,22	7,00
32	3,00	6,50
33	5,50	6,61
34	3,39	7,00
35	2,61	7,00
36	4,39	7,00
37	2,61	6,28
38	4,78	6,72
39	1,94	6,44
40	3,00	6,89
41	1,44	6,22
42	5,39	7,00
43	4,94	6,72
44	1,67	6,28
45	4,61	6,11
46	2,17	7,00
47	1,17	7,00
48	5,50	5,72
49	1,72	7,00
50	3,28	6,56
51	2,11	6,39
52	5,94	6,61
53	6,06	7,00
54	1,67	5,22
55	4,78	7,00
56	3,39	6,11



57	2,11	7,00
58	2,22	6,78
59	3,44	6,50
60	2,72	6,83
61	3,83	5,83
62	4,78	5,89
63	5,06	6,00
64	3,22	5,56
65	3,78	5,00
66	3,44	5,17
67	3,61	6,61
68	1,72	7,00
69	2,39	7,00
70	5,17	7,00
71	5,17	6,50
72	2,67	6,61
73	3,33	5,50
74	2,56	6,67
75	3,22	6,67
76	4,22	6,00
77	2,00	7,00
78	2,00	6,50
79	2,06	7,00
80	4,72	6,61
81	3,39	6,67
82	3,78	6,56
83	5,94	7,00
84	2,44	5,67
85	1,50	7,00
86	2,78	6,61
87	1,00	7,00
88	2,50	5,78
89	3,22	7,00
90	1,94	5,33
91	2,33	7,00
92	2,50	5,50
93	3,83	5,22
94	2,44	6,33



95	3,39	6,44
96	1,56	7,00
97	5,83	6,28
98	3,94	7,00
99	2,72	7,00
100	1,44	6,28
101	4,39	7,00
102	1,89	7,00
103	2,56	6,28
104	3,39	7,00
105	5,72	7,00
106	1,50	6,44
107	4,61	7,00
108	2,44	7,00
109	3,50	6,33
110	5,33	6,56
111	1,56	7,00
112	1,61	7,00
113	3,39	6,50
114	4,83	7,00
115	5,50	6,50
116	2,28	6,67
117	2,17	7,00
118	1,00	7,00
119	2,28	7,00
120	3,22	7,00
121	2,61	7,00
122	3,00	6,78
123	3,33	6,33
124	2,94	6,44
125	2,33	7,00
126	4,06	7,00
127	3,39	7,00
128	1,44	7,00
129	3,67	7,00
130	3,00	7,00
131	3,11	7,00
132	3,06	7,00



133	1,50	7,00
134	4,11	7,00
135	4,72	7,00
136	3,67	6,11
137	1,67	7,00
138	1,00	7,00
139	2,44	7,00
140	1,72	6,50
141	1,78	7,00
142	1,61	7,00
143	3,33	7,00
144	3,11	6,83
145	3,56	6,44
146	1,94	7,00
147	6,11	7,00
148	3,00	6,72
149	1,56	7,00
150	2,67	7,00
151	5,06	6,28
152	6,06	7,00
153	5,50	7,00
154	2,72	5,72
155	1,83	7,00
156	5,39	6,67
157	2,06	7,00
158	1,94	7,00
159	1,72	6,39
160	3,50	6,06
161	3,11	6,72
162	4,06	5,50
163	3,94	6,06
164	4,11	6,94
165	2,50	6,39
166	3,06	5,67
167	3,44	5,50
168	3,83	7,00
169	2,94	6,22
170	5,44	6,61



171	3,61	6,44
172	3,67	4,00
173	4,72	6,67
174	3,44	5,28
175	4,17	7,00
176	3,17	7,00
177	4,56	6,78
178	4,72	6,39
179	3,39	6,67
180	2,61	7,00
181	2,06	7,00
182	4,11	7,00
183	3,94	6,00
184	4,78	5,78
185	5,11	7,00
186	2,50	7,00
187	2,78	6,72
188	4,94	7,00
189	2,39	7,00
190	1,33	6,67
191	2,22	6,78
192	3,11	6,50
193	5,33	7,00
194	3,28	6,72
195	1,44	6,94
196	3,89	6,39
197	4,33	7,00
198	3,89	6,50
199	2,78	6,72
200	4,56	7,00
201	1,28	6,28
202	6,11	6,61
203	1,56	6,61
204	1,00	7,00
205	2,44	6,78
206	2,22	7,00
207	5,44	7,00
208	4,39	7,00



209	3,00	6,83
210	4,22	6,00
211	1,00	6,89
212	3,78	7,00
213	5,00	7,00
214	4,00	6,22
215	3,78	7,00
216	2,78	5,44
217	2,78	5,44
218	2,39	7,00
219	1,11	7,00
220	2,67	5,17
221	3,11	6,22
222	3,89	5,11
223	3,06	6,72
224	3,50	4,89
225	4,11	7,00
226	3,72	6,00
227	6,11	7,00
228	6,11	6,89
229	4,67	6,56
230	2,94	6,44
231	3,44	6,00
232	2,06	7,00
233	3,11	6,11
234	3,94	6,11
235	1,33	5,94
236	2,39	5,39
237	4,94	5,22
238	1,83	7,00
239	4,17	6,56
240	1,44	7,00
241	5,22	6,56
242	5,06	6,44
243	1,00	7,00
244	3,22	7,00
245	2,11	6,56
246	4,00	7,00



247	3,06	6,39
248	3,89	6,22
249	2,89	6,33
250	2,94	6,22
251	4,67	7,00
252	4,50	6,78
253	1,00	7,00
254	2,39	7,00
255	4,89	7,00
256	5,33	7,00
257	2,83	6,11
258	3,61	7,00
259	2,61	7,00
260	5,22	7,00
261	1,50	6,72
262	1,11	7,00
263	2,56	6,28
264	1,11	7,00
265	3,28	5,33
266	3,83	5,72
267	1,78	7,00
268	4,50	6,00
269	2,11	6,61
270	4,78	6,33
271	4,94	6,61
272	3,00	6,11
273	4,50	5,78
274	2,11	6,94
275	1,78	7,00
276	1,72	6,94
277	1,67	7,00
278	3,94	7,00
279	2,56	7,00
280	1,61	6,72
281	2,39	7,00
282	3,67	7,00
283	2,39	6,61
284	1,61	6,83



285	1,00	6,94
286	1,56	6,94
287	2,28	6,94
288	2,33	6,61
289	5,61	6,78
290	2,94	7,00
291	2,06	6,94
292	5,61	6,94
293	1,78	6,72
294	1,72	6,72
295	4,67	6,94
296	3,83	7,00
297	2,39	7,00
298	2,28	7,00
299	2,00	6,11
300	3,17	6,78
301	3,89	5,44
302	1,11	7,00
303	2,67	6,83
304	3,78	5,50
305	6,00	7,00
306	3,50	5,67
307	2,83	6,56
308	1,00	6,22
309	4,89	5,67
310	2,06	7,00
311	3,83	5,06
312	3,39	6,67
313	1,00	6,89
314	4,00	5,94
315	3,22	5,44
316	1,00	7,00
317	4,00	5,94
318	3,06	6,00
319	3,00	6,22
320	1,00	6,44
321	3,50	5,06
322	3,17	5,17



323	1,00	6,22
324	4,00	4,00
325	3,17	5,61
326	5,44	7,00
327	1,94	6,00
328	3,89	5,72
329	5,06	6,78
330	1,72	6,67
331	1,00	6,28
332	3,22	4,83
333	3,22	6,00
334	3,78	6,22
335	4,78	6,11
336	4,06	6,89
337	1,72	6,67
338	2,33	6,89
339	5,22	6,78
340	1,89	6,67
341	2,17	6,67
342	1,11	6,83
343	1,28	6,89
344	4,06	6,94
345	2,89	6,83
346	1,89	6,83
347	2,78	6,83
348	4,06	6,56
349	1,89	6,72
350	3,11	6,28
351	1,83	6,17
352	1,00	6,56
353	3,28	5,83
354	1,83	5,67
355	4,28	5,78
356	3,22	5,67
357	4,94	6,78
358	5,11	6,50
359	2,67	6,28
360	1,39	6,39



361	1,06	6,28
362	1,00	7,00
363	4,61	6,67
364	3,56	6,50
365	4,33	5,44
366	4,67	6,83
367	2,61	6,17
368	1,22	6,33
369	1,33	6,17
370	3,94	5,44
371	3,06	6,94
372	1,44	6,89
373	2,67	6,89
374	1,44	6,83
375	3,22	6,94
376	2,44	6,61
377	3,39	6,72
378	1,22	6,72
379	2,50	6,78
380	1,61	6,78
381	5,28	6,72
382	2,17	6,72
383	2,44	6,94
384	2,06	6,67
385	3,22	7,00
386	1,22	6,50
387	4,72	6,94
388	1,72	6,89
389	1,89	7,00
390	2,17	6,94
391	3,61	6,72
392	1,67	6,78
393	2,06	6,78
394	5,89	6,56
395	2,67	6,61
396	2,61	6,89
397	2,06	6,94
398	2,33	6,94



399	1,00		6,94
400	2,61		6,56
401	5,83		6,94
402	2,33		6,94
PROMEDIO	3,09		6,54
NIVEL DE CALIDAD	-3,44		

6.5 Anexo 5: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable sexo) para percepciones.

- **Dimensión 1:** Elementos Tangibles

Crosstab					
Count					
P_ELEMENTOS TANGIBLES	1	Sexo			Total
			F	M	
P_ELEMENTOS TANGIBLES	1	0	30	17	47
	2	0	24	32	56
	3	1	41	39	81
	4	0	51	43	94
	5	0	41	39	80
	6	0	17	16	33
	7	0	6	5	11
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.735 ^a	12	.725
Likelihood Ratio	8.006	12	.785
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (33.3%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .03.

- **Dimensión 2:** Dimensión De Fiabilidad

Crosstab					
Count					
P_DIMENSION DE FIABILIDAD	1	Sexo			Total
			F	M	
P_DIMENSION DE FIABILIDAD	1	0	35	28	63
	2	1	53	52	106



	3	0	52	47	99
	4	0	35	33	68
	5	0	23	24	47
	6	0	11	7	18
	7	0	1	0	1
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson Chi-Square	9.127 ^a	12	.692	
Likelihood Ratio	8.508	12	.744	
N of Valid Cases	402			

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .01.

- **Dimensión 3:** Dimensión De Calidad De Respuesta

Crosstab						
Count						
			Sexo			Total
				F	M	
P_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	1	0	36	38	74	
	2	0	52	43	95	
	3	1	44	39	84	
	4	0	31	38	69	
	5	0	34	19	53	
	6	0	11	12	23	
	7	0	2	2	4	
Total		1	210	191	402	

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson Chi-Square	9.127 ^a	12	.692	
Likelihood Ratio	8.508	12	.744	
N of Valid Cases	402			

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .01.

- **Dimensión 4:** Dimensión De Seguridad

Crosstab



Count		Sexo			Total
			F	M	
P_DIMENSION DE SEGURIDAD	1	0	34	29	63
	2	0	51	41	92
	3	1	40	40	81
	4	0	38	41	79
	5	0	30	30	60
	6	0	13	9	22
	7	0	4	1	5
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.211 ^a	12	.843
Likelihood Ratio	6.572	12	.885
N of Valid Cases	402		

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .01.

- **Dimensión 5:** Dimensión De Empatía

Crosstab					
Count					
		Sexo			Total
			F	M	
P_DIMENSION DE EMPATIA	1	0	42	36	78
	2	0	36	41	77
	3	1	46	34	81
	4	0	40	46	86
	5	0	35	24	59
	6	0	8	10	18
	7	0	3	0	3
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.375 ^a	12	.497
Likelihood Ratio	11.770	12	.464
N of Valid Cases	402		

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .01.



6.6 Anexo 6: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable edad) para percepciones

- **Dimensión 1:** Elementos Tangibles

Crosstab		Edad				Total
Count		16-26	27-37	38-48	49 o más	
P_ELEMENTOS TANGIBLES	1	13	7	12	15	47
	2	23	15	10	8	56
	3	36	17	18	10	81
	4	42	15	13	24	94
	5	32	20	13	15	80
	6	13	4	3	13	33
	7	4	2	4	1	11
Total		163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.890 ^a	18	.064
Likelihood Ratio	27.541	18	.069
N of Valid Cases	402		

a. 4 cells (14.3%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is 2.00.

- **Dimensión 2:** Dimensión De Fiabilidad

Crosstab		Edad				Total
Count		16-26	27-37	38-48	49 o más	
P_DIMENSION DE FIABILIDAD	1	19	10	13	21	63
	2	36	27	20	23	106
	3	47	22	19	11	99
	4	36	12	10	10	68
	5	20	5	8	14	47
	6	5	4	3	6	18
	7	0	0	0	1	1
Total		163	80	73	86	402



Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.753 ^a	18	.040
Likelihood Ratio	29.800	18	.039
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (25.0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .18.

- **Dimensión 3:** Dimensión De Calidad De Respuesta

Crosstab		Count				Total	
		Edad					
		16-26	27-37	38-48	49 o más		
P_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	1	25	13	13	23	74	
	2	35	25	20	15	95	
	3	38	13	17	16	84	
	4	37	17	10	5	69	
	5	18	7	10	18	53	
	6	7	5	3	8	23	
	7	3	0	0	1	4	
Total		163	80	73	86	402	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32.05 2 ^a	18	.022
Likelihood Ratio	34.32 6	18	.011
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (25.0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .73.

- **Dimensión 4:** Dimensión De Seguridad

Crosstab		Count				Total	
		Edad					
		16-26	27-37	38-48	49 o más		
	1	27	11	8	17	63	



P_DIMENSION DE SEGURIDAD	2	27	22	24	19	92
	3	33	14	19	15	81
	4	41	22	8	8	79
	5	27	7	11	15	60
	6	6	4	2	10	22
	7	2	0	1	2	5
	Total	163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.837 ^a	18	.007
Likelihood Ratio	36.940	18	.005
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .91.

- **Dimensión 5:** Dimensión De Empatía

Crosstab						
Count						
		Edad				Total
		16-26	27-37	38-48	49 o más	
P_DIMENSION DE EMPATIA	1	25	18	9	26	78
	2	25	17	21	14	77
	3	37	12	17	15	81
	4	42	23	14	7	86
	5	27	7	7	18	59
	6	7	3	3	5	18
	7	0	0	2	1	3
Total		163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39.402 ^a	18	.003
Likelihood Ratio	41.032	18	.002
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .54.



6.7 Anexo 7: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable sexo) para expectativas

- **Dimensión 1:** Elementos Tangibles

Crosstab					
Count					
		Sexo			Total
			F	M	
E_ELEMENTOS TANGIBLES	4	1	2	2	5
	5	0	12	13	25
	6	0	65	51	116
	7	0	131	125	256
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	80.571 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	9.960	6	.126
N of Valid Cases	402		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

- **Dimensión 2:** Dimensión De Fiabilidad

Crosstab					
Count					
		Sexo			Total
			F	M	
E_DIMENSION DE FIABILIDAD	4	0	1	1	2
	5	0	4	9	13
	6	0	45	47	92
	7	1	160	134	295
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.744 ^a	6	.711
Likelihood Ratio	4.039	6	.671
N of Valid Cases	402		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .00.



- **Dimensión 3: Dimensión De Calidad De Respuesta**

Crosstab						
Count						
			Sexo			Total
				F	M	
E_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	3	0	1	1	1	2
	4	0	8	8	8	16
	5	0	17	14	14	31
	6	0	46	45	45	91
	7	1	138	123	123	262
Total			1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.800 ^a	8	.999
Likelihood Ratio	1.121	8	.997
N of Valid Cases	402		

a. 7 cells (46.7%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .00.

- **Dimensión 4: Dimensión De Seguridad**

Crosstab						
Count						
			Sexo			Total
				F	M	
E_DIMENSION DE SEGURIDAD	4	0	1	1	1	2
	5	0	7	4	4	11
	6	0	44	48	48	92
	7	1	158	138	138	297
	Total	1	210	191	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.804 ^a	6	.937
Likelihood Ratio	2.061	6	.914
N of Valid Cases	402		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

- **Dimensión 5: Dimensión De Empatía**



Crosstab					
Count					
		Sexo			Total
			F	M	
E_DIMENSION DE EMPATIA	3	0	0	1	1
	4	0	7	3	10
	5	0	16	15	31
	6	1	56	51	108
	7	0	131	121	252
Total		1	210	191	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.103 ^a	8	.747
Likelihood Ratio	5.430	8	.711
N of Valid Cases	402		

a. 8 cells (53.3%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .00.

6.8 Anexo 8: Tablas de análisis Chi-cuadrado (variable edad) para expectativas

- Dimensión 1: Elementos Tangibles

Crosstab						
Count						
		Edad				Total
		16-26	27-37	38-48	49 o más	
E_ELEMENTOS TANGIBLES	4	5	0	0	0	5
	5	12	6	3	4	25
	6	56	19	23	18	116
	7	90	55	47	64	256
Total		163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.949 ^a	9	.050
Likelihood Ratio	18.857	9	.026
N of Valid Cases	402		

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .91.



- **Dimensión 2:** Dimensión De Fiabilidad

Crosstab						
Count						
		Edad				Total
E_DIMENSION DE FIABILIDAD	16-26	27-37	38-48	49 o más		
	4	2	0	0	0	2
	5	4	3	4	2	13
	6	41	20	16	15	92
Total		116	57	53	69	295
Total		163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.043 ^a	9	.633
Likelihood Ratio	7.643	9	.571
N of Valid Cases	402		
a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.			

- **Dimensión 3:** Dimensión De Calidad De Respuesta

Crosstab							
Count							
			Edad				Total
E_DIMENSION DE CALIDAD DE RESPUESTA	16-26	27-37	38-48	49 o más			
	3	0	2	0	0	2	
	4	9	3	2	2	16	
	5	19	3	4	5	31	
	6	40	20	17	14	91	
	7	95	52	50	65	262	
Total			163	80	73	86	402

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.446 ^a	12	.059
Likelihood Ratio	19.040	12	.088
N of Valid Cases	402		
a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.			



- **Dimensión 4: Dimensión De Seguridad**

Crosstab						
Count						
			Edad			
E_DIMENSION DE SEGURIDAD	16-26	27-37	38-48	49 o más		
	4	2	0	0	0	2
5	6	0	3	2	11	
6	43	20	18	11	92	
7	112	60	52	73	297	
Total	163	80	73	86	402	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.247 ^a	9	.152
Likelihood Ratio	16.633	9	.055
N of Valid Cases	402		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .36.

- **Dimensión 5: Dimensión De Empatía**

Crosstab						
Count						
			Edad			
E_DIMENSION DE EMPATIA	16-26	27-37	38-48	49 o más		
	3	1	0	0	0	1
	4	3	4	2	1	10
	5	9	4	9	9	31
	6	53	22	19	14	108
Total	163	80	73	86	402	

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.235 ^a	12	.181
Likelihood Ratio	16.533	12	.168
N of Valid Cases	402		

a. 8 cells (40.0%) have expected count less than 5.
The minimum expected count is .18.

