



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

**Calidad de servicio de transporte público urbano y la satisfacción
de los usuarios Cusco, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Ricalde Cruz, Trudy Gabriela (orcid.org/0000-0003-2132-4285)

ASESORA:

Mg. Oscanoa Ramos, Angela Margot (orcid.org/0000-0003-2373-1300)

CO-ASESOR:

Mg. Papanicolau Denegri, Jorge Nicolás Alejandro (orcid.org/0000-0002-0684-8542)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

A Dios por acompañarme en el camino para seguir adelante.

A mi familia, mis padres, mi esposo e hijo, mi abuela y hermanas, que son mi motivo de mi constante esfuerzo de superación en lo personal y profesional.

Agradecimiento

A Dios, por darme la vida, por darme salud y sabiduría.

A mis padres, a mis abuelos, a mi esposo e hijo Thiago por su soporte y comprensión.

A mis docentes por toda su colaboración, entusiasmo y apoyo para culminar esta investigación.

A mis amigas de la maestría por el apoyo, estimulación y soporte durante el tiempo de la maestría.

Índice de Contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y operacionalización	13
3.3 Población, muestra y muestreo	14
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5 Procedimientos	16
3.6 Método de análisis de datos	17
3.7 Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Frecuencia de la variable calidad de servicio y sus dimensiones.	18
Tabla 2 Frecuencia de la variable satisfacción de los usuarios y sus dimensiones.	19
Tabla 3 Correlación de las variables calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.	20
Tabla 4 Correlación de la dimensión fiabilidad y la satisfacción de los usuarios.	21
Tabla 5 Correlación de la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios.	22
Tabla 6 Correlación de la dimensión seguridad y la satisfacción de los usuarios.	23
Tabla 7 Correlación de la dimensión empatía y la satisfacción de los usuarios.	24
Tabla 8 Correlación de la dimensión elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios.	25

Resumen

El estudio planteó como objetivo identificar la relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022. Se utilizó un método cuantitativo, básico, no experimental y descriptivo de corte transversal. La muestra contenía 383 usuarios. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para cada una de las dos variables, se realizó la validez por el juicio de 3 expertos con maestría y doctorado, los mismos que fueron sometidos al Alfa de Cronbach para determinar su confiabilidad obteniendo un 0,721 para primera variable y 0,844 para la segunda variable, se utilizó el SPSS para realizar los análisis descriptivo-correlacional. Los resultados obtenidos de la estadística inferencial de Rho de Spearman fue de 0.649 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con un nivel de correlación positiva moderada entre las variables, se concluyó que ambas variables están relacionadas así mismo se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis planteada.

Palabras clave: *calidad, servicio, satisfacción, usuarios, transporte.*

Abstract

The objective of the study was to identify the relationship between quality of service in urban public transportation and user satisfaction in Cusco, 2022. A quantitative, basic, non-experimental and descriptive cross-sectional method was used. The sample contained 383 users. The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument for each of the two variables; validity was assessed by the judgment of 3 experts with masters and doctorate degrees, which were subjected to Cronbach's Alpha to determine their reliability, obtaining 0.721 for the first variable and 0.844 for the second variable; SPSS was used to perform the descriptive-correlational analysis. The results obtained from the Spearman's Rho inferential statistic was 0.649, which implies a statistically significant correlation with a direct relationship and a moderate level of positive correlation between the variables, it is concluded that both variables are related; likewise, the null hypothesis is rejected and the stated hypothesis is accepted.

Keywords: *quality, service, satisfaction, passenger, transport.*

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el servicio de transporte urbano es un tema preocupante y deficiente en el país, el desarrollo de la población y del parque automotor de uso particular y de taxis en la ciudad de Cusco en los últimos años aumentó enormemente trayendo como consecuencia el colapso en la ciudad, lo que conlleva a tener mayor contaminación sonora y ambiental. El transporte público urbano es un medio de uso diario, utilizado por escolares, universitarios, trabajadores y otros usuarios.

Considerando que es un medio de desarrollo, de crecimiento y una alternativa de movilidad sostenible; ya que la emisión de gases es menor a comparación de los vehículos particulares, se ha visto que es importante considerar la calidad que se brinda por parte del transporte público para así poder disminuir el desplazamiento de movilidades particulares, tomando en cuenta que el desplazamiento de los pasajeros debe darse de manera segura, confiable y cómoda; lo que conlleva a que la población haga mayor uso de estos y con ello se logra reducir la contaminación sonora, ambiental y la congestión vehicular.

En el contexto internacional, según Colchado (2017) el transporte presenta enormes problemas, los metros que sobrepasan la capacidad de pasajeros, las avenidas que están llenos de autos y otros vehículos estacionados, inmensas filas y tomar el bus es el escenario diario, según una encuesta el promedio de tiempo invertido es de más de una hora para desplazarse a sus centros de trabajo los principales problemas es la falta de capacidad, un sistema de transporte deficiente y sumado a ello el comportamiento inadecuado de los usuarios y conductores de acuerdo al índice de tráfico, de igual manera la salida de una unidad vehicular y la llegada del otro debe permanecer constante.

González (2019) mencionó que uno de los grandes retos para este país es la movilidad, siendo este una problemática que afecta el bienestar de los ciudadanos, por lo tanto se requieren tomar acciones en el mediano y corto tiempo posible según datos estadísticos, diario se desplazan desde sus hogares hasta sus centros de trabajo, estudio u otras actividades 2.5 millones de

habitantes considerando necesario seguir invirtiendo y mejorando la infraestructura vial, el transporte urbano y promover modelos de transporte sustentables.

Según Kolawole (2017) indicó que un estudio transversal será suficiente para indicar la calidad del transporte público en forma de puntajes de brecha utilizando la escala SERVQUAL modificada. Esta puntuación de brecha indica qué tan buena o mala es la calidad del servicio. Sin embargo, se debe considerar el uso de la clasificación de brechas en términos de cuán buena o mala es la calidad que brindan. El método analítico, el cual se utiliza como complemento de los modelos conceptuales. Con el tiempo, los profesionales y los operadores de transporte utilizan un estudio longitudinal para medir el desempeño durante el período.

En el contexto nacional, Radio Programas del Perú RPP (2018) hizo referencia de que el sistema de transporte en Lima es el segundo problema que los afecta, ello debido al tráfico, por otro lado, también se observa la presencia de carros que ya deben ser cambiados por unos actuales, siendo estos los causantes de la contaminación ambiental y sonora. Pese a que en Lima se manejan los Metropolitanos que ayudan un poco en el servicio de calidad a los usuarios, pero estos no cuentan con todas las rutas que el pasajero necesita, estos gastan en promedio 6 horas diarias tanto de ida y vuelta a sus centros de trabajo y estudio, también la capacidad de los vehículos se tiene 150 carros por cada 1000 usuarios, mientras que en las ciudades de Latinoamérica son 500 carros.

El Centro de Investigación y de Asesoría de Transporte Terrestre por sus siglas CIDATT indicó que la capacidad actual es pobre y que es necesario ampliarlo para que de esa manera para que de esa manera la ciudad pueda migrar hacia un sistema integrado buscando que los buses transiten por rutas que integren a un sistema central.

La República (2019) en una investigación que realizó ETNA, empresa privada a la industria automotriz en Trujillo, consideró que el parque automotor de

esta ciudad es la más importante del país con un crecimiento de 6% anual, igualmente Trujillo tiene uno de los parques de vehículos más sustancial del país, contando con más de 360 000 unidades vehiculares, pero hay un aspecto que preocupa el retiro de los vehículos antiguos de 6 mil que se debieron retirar solo fueron 600 retirados.

En el contexto local, Bellota y Delgado (2021) indicaron en su investigación que los usuarios mostraron disconformidad con el servicio de transporte, puesto que la forma como maneja el chofer, la duración de viaje, trato y aspecto del conductor y la condición del vehículo y el costo del pasaje manifiestan los usuarios debe ser acorde al servicio, un 41% de los pasajeros encuestados indicaron que este es elevado y no está acorde al servicio recibido. Por otro lado, la capacidad del vehículo es insuficiente, según los letreros mostrados visiblemente en cada unidad hay un número de pasajeros sentados que es de 30, pero se observa que hay veces supera o duplica el aforo de pasajeros en el vehículo, por otro lado, con respecto a la seguridad dentro de los vehículos los pasajeros no cuentan con un seguro de viaje por accidentes y también los hurtos que sufren dentro del vehículo.

Se planteó como problema general: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022?, los problemas específicos fueron: (a) ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios?; (b) ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios?; (c) ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios?; (d) ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios?; (e) ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios?.

La justificación teórica del estudio de la investigación estuvo fundamentada en las teorías propuestas por distintos autores, con el fin de brindar conocimiento y modernizar la calidad de servicio en el transporte. La justificación metodológica de la investigación buscó medir la calidad de servicio y su impacto en la satisfacción de los usuarios, así mismo de los resultados que se obtengan servirá como base para que la investigación sea considerada por otras entidades de los

tres niveles de gobierno. La justificación práctica de la investigación permitió medir la calidad de servicio que brinda el transporte y como este afectó en la satisfacción de los usuarios, por otro lado, se necesita mejorar el transporte público de Cusco.

Se planteó como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022; los objetivos específicos fueron: (a) Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios; (b) Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios; (c) Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios; (d) Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios; (e) Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios.

Se planteó como hipótesis general: Existe relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022; las hipótesis específicas fueron: (a) Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios; (b) Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios; (c) Existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios; (d) Existe relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios; (e) Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, según Muñoz y Sosa (2019) realizaron un tipo de estudio Mixto, instrumento encuesta y grupo focal, la metodología utilizada fue determinado por etapa 1 aspectos previos, la etapa 2 consiste en determinación y priorizar los atributos relevantes, la etapa 3 es el diseño de la encuesta, la etapa 4 recopilación de datos y la etapa 5 análisis y proceso de datos, llegando los autores a la conclusión que de los 4 atributos rapidez, seguridad, comodidad y tarifa; consideraron la comodidad como el de mayor relevancia siendo este el de mayor peso al momento de calificar y el atributo costo el de menor relevancia, la calificación global para el servicio fue de 5.68, siendo el atributo comodidad el de mayor calificación comparado con los otros 3 atributos.

Por otro lado, Hidalgo (2019) desarrolló su trabajo con un enfoque cuantitativo, no experimental y el nivel explicativo; el propósito de la investigación fue si el diseño planteado de calidad de servicio mejora la satisfacción del cliente del sector, tuvo una muestra de 270 usuarios, el autor tomó como base el instrumento SERVQUAL, utilizando las encuestas con el propósito de recabar información, pudo concluir que ambas variables están muy relacionadas, ya que si un cliente recibe un servicio bueno estará muy satisfecho, y viceversa si el cliente no recibe un buen servicio estará insatisfecho, así mismo los clientes están mas satisfechos en lo que respecta a la atención recibida y seguimiento de los mismos.

De igual modo Morocho y Rodriguez (2019) realizaron un proyecto técnico en el cual plantearon un análisis técnico-social de los elementos relacionados con este ámbito, así también las condiciones técnicas, el cumplimiento de las normas vigentes, el plan operativo vigente, el profesionalismo y por último el cuidado por el medio ambiente, los autores consideraron diferentes fuentes y normas contra los diferentes parámetros de calidad, el estudio examinó las deficiencias del servicio de transporte, tomando como población muestral de 379 personas consideradas en el rango de 15 a 65 años, el instrumento aplicado fue encuesta considerando 25 preguntas.

Llegaron a las siguientes conclusiones, se recopiló leyes, normas y reglamentos de tránsito; con respecto a la condición de los vehículos y otros aspectos relacionados con el servicio, obtuvieron la información del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Azogues, la recolección de datos mostró que existen deficiencias en el estado de las unidades, así mismo la carencia de información en el interior del bus es deficiente, en síntesis se estableció que el servicio prestado es regular, con ciertas deficiencias que pueden ser mejoradas.

Ibarra et al. (2017) realizaron un estudio, consideraron el tipo exploratorio, descriptivo y correlacional, teniendo que comprobar y explicar la relación que existe entre las variables calidad y satisfacción en transporte, fue cuantitativo, considerando una población muestral de 1296 personas seleccionadas de manera aleatoria, poder ver y medir la percepción de los pasajeros. Aplicaron la muestra piloto a 30 pasajeros y luego aplicarlo considerando las 5 dimensiones, tangibilidad, confiable, responsabilidad, seguridad y empatía para cuantificar la variable calidad.

El cuestionario constaba de 34 preguntas divididas en bloques, los autores llegaron a las siguientes conclusiones, que considerando las dimensiones se determinó como perciben el servicio los pasajeros lo que genera una ventaja para satisfacer a los usuarios, las dimensiones o variables que utilizaron en el modelo indicó que la satisfacción del servicio es positiva, además las dimensión de tangible, de seguridad y la empatía fueron los determinantes para revisar la satisfacción del servicio y responder a la pregunta que se planteó en la investigación, también consideraron que se debía poner énfasis en las condiciones de las unidades, la comodidad, limpieza, confort y condiciones técnicas.

De igual forma Rivera (2019) realizó un trabajo de enfoque cuantitativo, método descriptivo y deductivo, instrumento encuesta con una población muestral total de 180 clientes exportadores, el efecto fue bien marcado en cuanto a la captación del servicio con calidad brindado por "Greenandes Ecuador" siendo no lo esperado, siendo inferior a lo esperado y la perspectiva de los clientes. Siendo las dimensiones más relevantes las dimensión de fiabilidad y la capacidad de

respuesta, puesto que muestran parámetros negativos muy elevados, las mismas que deben ser reducidas para obtener la mejorara de los procesos y asignar responsabilidades a las distintas áreas que mantiene una conexión directa con los usuarios.

A nivel nacional, Gaytan (2019) desarrolló un estudio fue cuantitativo, no experimental y descriptiva. La percepción de los usuarios de Trujillo indica que es nivel medio, donde el mayor porcentaje calificado lo realizan los usuarios mismos, sobre la base de la dimensión de fiabilidad, la dimensión de tangibilidad, de capacidad de respuesta y de seguridad, obtuvieron una puntuación media con respecto al rango promedio que los usuarios lo atribuyen.

Según Lagos (2021) indicó que el estudio se realizó porque observó el bajo nivel de servicio que brindan las compañías de transporte público, la metodología descriptivo, no experimental, se utilizó el cuestionario, llegando a la conclusión de que el servicio que ofrecen en Ayacucho un 52.9% consideran que es regular y un 31% que es mala, lo que demostró que la calidad de servicio es deficiente, no existe un buen trato a los usuarios, son maltratados a la hora de ascender y descender de la unidad, basándose en la dimensión de fidelidad, de elementos tangibles, de capacidad de respuesta, de seguridad y empatía están entre 40% a 50% calificados como regular y 25% a 30% calificados como malo.

Según Huerta (2019) desarrolló estudio cuantitativo, aplicada, correlacional y no experimental, consideró una muestra de 132 usuarios, empleó la encuesta y el cuestionario de acuerdo al modelo servperf, llegando a la conclusión que la calidad en la atención tiene un vínculo directa y significativa con el nivel de satisfacción, de este modo estableció que existe relación entre la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y los tangibles con respecto a la satisfacción del usuario.

Según Méndez y Pérez (2019) realizaron una trabajo no experimental, cuantitativo, transversal correlacional, 126,326 habitantes como población un rango de edad entre 14 y 64 años, la muestra trabajada fue de 382 habitantes, considerándolos empresas de transporte se realizó una encuesta conformada por

29 preguntas, concluyeron que el porcentaje de satisfacción es medio con relación al servicio que obtienen, por ende el nivel de satisfacción dependerá del servicio brindado.

Según Quispe (2021) consideró investigación cuantitativo, no experimental, la población muestral fue compuesta por 399 personas que toman el servicio dentro del rango de 26 y 35 años, el modelo utilizado es SERVQUAL, las conclusiones del autor indica que en el cuestionario de expectativa de calidad se tuvo que dentro de las 5 dimensiones, muestran mayores expectativas la fiabilidad siendo de 27,7%, sobreponiéndose a las demás y en el cuestionario de percepciones de calidad se tuvo que dentro de las 5 dimensiones descritas, muestra mayor expectativa la dimensión de fiabilidad siendo de 29% lo que demostró que a pesar de que sus expectativas de obtener servicio de calidad en la dimensión de fiabilidad son altas la realidad muestra que la empatía sobresale.

La calidad se define como un instrumento básico de propiedad natural ya sea de un bien o servicio que va a permitir realizar una comparación con cualquier otro bien o servicio del mismo tipo (Diaz, 2014). Calidad de Servicio es vista como la diferencia entre las expectativas del cliente del servicio y su percepción del servicio. También se trata de qué tan bien el servicio satisface las necesidades y expectativas del cliente (Hanaysha y Kumar, 2012). Se establece en la mente de los usuarios cuando se presta un servicio y hace mención al conocimiento de los requerimientos de los clientes y también en superar las perspectivas que tienen los usuarios sobre un servicio específico. Se dice que la calidad tiene un vínculo de forma directa con el nivel de satisfacción, considerando esta idea se llega a la conclusión de que si los clientes están frente a servicios de calidad van a encontrar una perfecta satisfacción (Izquierdo, 2021).

Para Cardozo (2021) la calidad del servicio no es considerado un diferencial competitivo, también es un elemento muy importante para las vinculaciones comerciales, es por ello que una mala perspectiva afecta de manera negativa, ya sea en un proceso de compra o venta. Hay diferentes caminos para llegar al consumidor, habrá muchas circunstancias a lo largo del camino, la forma de comunicación adecuada, tecnología y maneras de interacción.

Por otro lado, Orellana (2018), mencionó que lo contrario a la calidad y las imperfecciones en los productos que adquiere, el tiempo invertido, entorno no adecuado para el personal, productos deteriorados, además de considerar lo relacionado a la calidad es importante que cada departamento cumpla los requerimientos del cliente, lo que indica que la empresa es responsable al igual que los que la dirigen que las necesidades de los usuarios deben ser satisfechas.

Las características de la calidad de servicio según *International Online Education* (Euroinnova, 2022) son: confiabilidad que está relacionado con la confianza que percibe del servicio el cliente según lo acordado y considerando las condiciones que se establecieron, accesibilidad el cual indica que el servicio debe ser de un acceso fácil, rentabilidad, es como la calidad y el precio se relacionan, algo que los clientes suelen elaborar tomando en cuenta su opinión, seguridad es la evaluación del entorno y evaluación del personal que brinda el servicio considerando sus competencias o destrezas basándose en su experiencia en el oficio y la tangibilidad el cual es referente a la acomodación del entorno.

Se teoriza las dimensiones de la primera variable, para Calixto et al. (2017) definieron la dimensión tangible como la apariencia de la infraestructura, equipos, el personal y material de comunicación; estos transmiten representaciones físicas de los servicios que los usuarios tomaran en cuenta para evaluar la calidad, dimensión capacidad de respuesta es la sensibilidad de como los miembros de la organización tratan a sus usuarios, así mismo es las disponibilidad que se tiene para ayudar a sus usuarios, a través de esta dimensión se logra observar la atención y celeridad para hacer frente a preguntas, reclamos y problemas de los usuarios, dimensión de fiabilidad capacidad para realizar el servicio prometido el mismo que debe ser formal, exacto, digno y seguro este servicio debe ser el correcto desde el primer momento, seguridad comprende la credibilidad, integridad y honradez.

De igual modo hace referencia a las habilidades, destrezas y conocimientos que tenga el personal para la realización del servicio, y la empatía es que los usuarios sean tratados como personas de manera personalizada,

igualmente la técnica que tiene la empresa de asimilar y entender los problemas de los usuarios.

El ISO 9001 es considerado un referente a nivel mundial esta es una norma del sistema de control de la calidad que considera todos los componentes administrativos de calidad mediante los cuales las empresas y organizaciones deben considerarlo para controlar, mejorar y tener un sistema más efectivo que les va a permitir administrar, mejorar y conducirlos a la eficiencia de su servicio y productos; los principios dentro de esta norma a considerar son: enfoque al cliente, de sistema de gestión, basado en la toma de decisiones, el liderazgo, la mejora continua, las buenas relaciones con el proveedor y la participación del personal (Universidad Continental, 2017).

El modelo SERVQUAL se utiliza para medir la calidad; esta es practicada en diferentes organizaciones, puesto que detecta las perspectivas generales de los usuarios desde 5 dimensiones, mediante ellas se pueda detectar los sectores o áreas de oportunidad dentro de la etapa del servicio; este modelo analiza en los últimos 30 años la calidad, el cuestionario original fue modificado, analizado, criticado y adaptado a las necesidades y requerimientos de las diferentes áreas (M. Sánchez y C. Sánchez, 2016).

Satisfacción al usuario, se encuentra vinculado entre costo que realizó el usuario y el servicio logrado, concluyendo que es el resultado del contraste las expectativas y lo que se alcanzará. La satisfacción no solo está relacionado con las recompensas, también los factores individuales y las acciones que salen del alcance del prestador de servicio (Marlon, 2017).

Según Van (2017) indicó que la satisfacción de los clientes es el nexo entre la empresa y sus clientes con el fin de crear, construir y mantener el conjunto correcto de asociaciones de marca como un habilitador para futuros negocios y clientes leales.

El modelo Customer Satisfaction Score en sus siglas CSAT, es un indicador de satisfacción mediante el cual se realiza una encuesta inmediata después de la interacción del cliente con la empresa, esta encuesta es vía

telefónica, por mensaje de texto o vía correo electrónico el mismo que va a ir de 1 a 5 siendo 1 insatisfecho y 5 muy satisfecho (Beetrack, 2022).

El Net Promoter Score cuya siglas es NSP, es una forma de controlar la probabilidad de que los consumidores recomienden su oferta a un amigo o tercero. Es una manera de calcular la fidelidad y la satisfacción general de los clientes, en lugar de como se siente un cliente con respecto de su oferta únicamente en el momento, la puntuación del usuario se clasifica en promotores, los cuales califican en la escala 9 a 10 indica que recomendaría el servicio o producto; pasivos, son los que califican de 7 a 8 lo que muestra un grado de insatisfacción observando que no desea recomendar el producto o servicio y detractores lo que realizan la calificación de 0 a 6 considerando un nivel alto de insatisfacción demostrando que la empresa incumplió con sus expectativas (Cleave, 2019).

Norma ISO 10001 “directrices para los códigos de conducta”, mediante esta se consideran los compromisos y obligaciones relacionados con la entrega de un bien o servicio, reduciendo así la aparición de quejas, reclamaciones y problemas aumentando la satisfacción del cliente o usuario; considerando los principios de transparencia, enfoque al cliente, confidencialidad, oportunidad y competencia; el ISO 10002 “directrices para el tratamiento de quejas”, mediante esta norma se quiere lograr el correcto manejo de las quejas y reclamos mediante la planificación sin importar el sector al que pertenezca, mediante esta directriz se pretende responder, reconocer las necesidades y lo que los clientes esperan.

La norma ISO 10003 “directrices para la resolución de conflictos de forma externa”, vale decir que si las quejas y reclamos no pudieron ser solucionados de manera interna se busca la ayuda a la resolución de conflictos externos, se garantiza el seguimiento de quejas y reclamos pendientes; ISO 10004 “directrices para el seguimiento y la medición”, mediante esta directriz se identifica y descubre las oportunidades para mejorar (Marcos, 2018).

Las dimensiones de segunda variable según Kotler y Armstrong (2003) son: el rendimiento percibido permite hacer referencia al desempeño como

resultado de que el usuario o cliente ha percibido una vez recibido el servicio solicitado; considerando las siguientes características: se considera desde la perspectiva del cliente más no de la compañía, fundamentar los resultados que el usuario o cliente perciben del servicio, como el cliente lo considera no necesariamente es real, el impacto de jueces de terceros que influyen en la decisión del usuario o cliente, el estado anímico y conocimientos que posee el usuario y finalmente debido a lo complejo que es esta dimensión se determina después de una exhaustiva investigación iniciando y terminando con el cliente (Kotler, 2003).

Las expectativas son las ilusiones que los usuarios tienen para lograr conseguir algo, estas se producen por los siguientes casos: las propuestas de la propia compañía sobre el rendimiento ya sea del servicio o producto; compras previas; opiniones del entorno y finalmente las promesas de los competidores hacia los usuarios y la satisfacción después de realizar la compra o adquirir un servicio, los clientes experimentan, la insatisfacción, satisfacción y complacencia (Thompson, 2019).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación, fue de tipo básica puesto, que se trató de coleccionar información en relación con las características y propiedades de algo, de la misma manera se buscó conocer el nivel de relación entre las variables ambas variables (Nicodemes, 2018).

Enfoque de investigación, enfoque cuantitativo, puesto que se recopiló la información donde fue elaborada y explicada, con el objetivo de validar las teorías y tendencias de comportamiento (Amaiquema et al., 2019).

Diseño y esquema de investigación, fue no experimental de corte transversal, considerando que ninguna de las variables fue manipulada deliberadamente y se observó las reacciones sin manipulación alguna (Sánchez et al., 2018).

Nivel de investigación, fue correlacional porque se evaluó la asociación entre las dos variables, primeramente se midió una de las variables, se cuantificó, analizó y estableció los vínculos entre ambas, la correlación resultará positiva o negativa (Bhandari, 2022). Método hipotético deductivo, conjunto de conceptos básicos y teorías, procesando de manera deductiva las consecuencias empíricas de los supuestos (Guanipa, 2010).

3.2 Variables y operacionalización

V1: Calidad de servicio

Definición conceptual: Satisfacer las expectativas del cliente para un servicio que satisfaga sus necesidades.

Definición operacional: Dimensión de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y elementos tangibles. El cual fue medido con sus respectivos indicadores utilizando la escala de Likert ordinal.

V2: Satisfacción de los usuarios

Definición conceptual: Es el nivel emocional de una persona y el resultado de comparar el desempeño percibido del servicio con sus expectativas.

Definición operacional: Rendimiento percibido, las expectativas y nivel de satisfacción. El cual fue medido con sus respectivos indicadores utilizando la escala de Likert ordinal.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población: Elementos con algunas características comunes definidas por los criterios de investigación. University of Missouri St. Louis, (s.f) para esta investigación la población objetivo fue los usuarios de transporte. Según el Censo 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e informática, usuarios de 18 a 98 años de los distritos Santiago, Wanchaq, San Sebastian y San Jerónimo eran 185 113 personas, donde el 55% utiliza transporte público urbano (Hoyez, 2018). Se tuvo una población de 101 813 usuarios.

Criterios de inclusión:

Usuarios que hicieron uso de la ruta de transporte público elegida para la investigación, los mayores de 18 años, los que firmaron el consentimiento informado, los que quisieron participar de la investigación, los que tomaron el transporte y los que se encontraban dentro del área elegida para el estudio.

Criterios de exclusión:

Usuarios menores de edad que hicieron uso de transporte público en el área de estudio, los que no firmaron el consentimiento informado, los que no usaron esta ruta de transporte pública elegida para la investigación y los que no estaban dentro del área de estudio.

3.3.2 Muestra

Subgrupo de población del que se recogen datos, el mismo grupo que debe delimitarse con precisión y anticipación, este debe ser representativo de la población. La muestra fue de 383 personas.

3.3.3 Muestreo

Todos los elementos del universo estadístico se incluyeron en una visualización de probabilidad aleatoria básica, y la selección de dichas visualizaciones se realiza en un solo paso, directamente y sin sustitución (López, 2010).

3.3.4 Unidad de análisis

Se consideró de acuerdo al alcance delimitado de la población y muestreo, cada usuario que hacen uso de la línea de transporte público elegida para la investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Se aplicó las encuestas para el área de estudio en ambas variables, se consideró de acuerdo al alcance delimitado de la población y muestreo, cada usuario que hacen uso de la línea de transporte público elegida para la investigación.

3.4.2 Instrumentos

Se empleó el instrumento cuestionario para ambas variables, es cualquier herramienta que se utilizó para recopilar u obtener datos, medirlos y analizarlos; estos deben ser relevantes para el tema de la investigación (Discoverphds, 2020). Cuestionario de preguntas, recopilación de preguntas que apoyarán para realizar la evaluación esperada de acuerdo al comportamiento de las variables. Para medir las variables se utilizó un cuestionario que contenía preguntas para medir ambas variables y estimar la percepción de necesidad del usuario.

3.4.3 Validez y confiabilidad

Validez: Procedió a valorar los instrumentos utilizando el juicio 3 expertos, con grado de maestro y doctorado, quienes analizaron y verificaron la coherencia de cada ítem, la coherencia de las dimensiones de cada una de las variables

mediante formatos otorgados por la universidad y concluyeron con la emisión del certificado de validez, los cuales se tomaron en consideración para las mejoras respectivas.

Confiabilidad: Medida de la consistencia de los resultados de las pruebas. Como tal, se consideró que es la capacidad, repetición de los resultados de las pruebas o de los resultados de la investigación (Glen, s.f).

Se realizó una prueba con veinte usuarios y se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach se comprobó y confirmó la confiabilidad de los instrumentos de recojo de información. Los resultados mostraron que la herramienta tiene un alto nivel de confiabilidad, lo que demuestra que es fiable para su uso en la muestra global del estudio. El resultado de la calidad del servicio fue de 0,721, y el de la satisfacción del usuario, de 0,844.

3.5 Procedimientos

Para la aplicación del instrumento en la prueba piloto y para el desarrollo del muestreo total se informó a cada usuario que toma el servicio de transporte elegido para la investigación en el distrito de Santiago, Wanchaq, San Sebastián y San Jerónimo alcance sobre el consentimiento informado y su participación en una investigación donde se aplicó la confiabilidad, el juicio y se respetó la confidencialidad; para ello se tuvo la confirmación de su consentimiento informado y posterior a ello se gestionó; caso que la profesora no apruebe no se considerará parte de la investigación, se le comunicó acerca de los principios del código de ética para los fines correspondientes; se aplicó una prueba piloto que fue procesado en google form o presencialmente.

En el caso de la encuesta digital, las preguntas se transfirieron a Google Forms, y si algún usuario no tenía acceso, la encuesta se realizó físicamente, con el objetivo de obtener la participación por parte de los usuarios; se dio a conocer la información general de la investigación y se solicitó la autorización para la utilización de los datos. Posteriormente, se exportó en Excel y procedió de manera estadística usando el SPSS para realizar los análisis descriptivo-

correlacional, la información fue reflejada en tablas y gráficos para elaborar interpretaciones posteriores.

3.6 Método de análisis de datos

Para la parte descriptiva se utilizó la tabulación en Excel mediante tabla de doble entrada de los resultados conseguidos, donde se colocaron las respuestas de selección múltiple, las mismas que fueron codificadas mediante números.

Las respuestas se utilizaron cuantitativamente como parte del método de análisis inferencial para descubrir cualquier correlación potencial entre las variables y las dimensiones consideradas.

Primero se aplicó la prueba de normalidad determinando que es no paramétrica, por ello se aplicó el Rho de Spearman.

3.7 Aspectos éticos

El estudio se realizó tomando en cuenta los principios éticos que se enuncian a continuación:

Consentimiento reportado: se reportó a cada usuario participante de las condiciones y obligaciones que el análisis implica, donde asumieron las condiciones de ser informantes.

Confidencialidad: se les informó sobre la privacidad que conlleva la información que cada usuario proporcione.

Justicia: se brindó un mismo trato a los usuarios que formaron parte de esta investigación.

Beneficencia: ya que los resultados fueron de beneficio para los usuarios al mejorar la calidad de servicio.

No maleficencia: puesto que no pretendió hacer daño alguno a ningún usuario en ninguna forma, sea directa o indirecta.

Autonomía: las personas encuestadas hicieron ejercicio a sus derechos de privacidad y autodeterminación, durante todo momento lo cual fue plasmado en el consentimiento informado que firmaran.

La investigación fue desarrollada tomando en cuenta la norma APA 7ma edición y el código de ética de la Universidad.

IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Tabla 1

Frecuencia de la variable calidad de servicio y sus dimensiones.

Niveles	Calidad de servicio		Fiabilidad		Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía		Elementos tangibles	
	f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%
Malo	283	73.9%	151	39.4%	267	69.7%	250	65.3%	294	76.8%	59	15.4%
Regular	91	23.8%	204	53.3%	103	26.9%	118	30.8%	85	22.2%	290	75.7%
Bueno	9	2.3%	28	7.3%	13	3.4%	15	3.9%	4	1%	34	8.9%
Total	383	100%	383	100%	383	100%	383	100%	383	100%	383	100%

f_i = Frecuencia absoluta

Interpretación: En la tabla 1, de los 383 usuarios consultados sobre la variable calidad de servicio, encontramos que 283 equivale a un 73.9% que representa más de la mitad de la muestra consideran malo la calidad de servicio y 91 usuarios que representan el 23.8% consideran que es regular; sin embargo, 9 usuarios que representa 2.3% piensan que la calidad de servicio es bueno, siendo este un porcentaje muy por debajo de la mitad de la muestra.

Con respecto a las dimensiones de la variable, muestra que la dimensión fiabilidad, el 39.4% percibieron que es malo, el 53.3% que es regular, un minoría 7.3% que es bueno. Para la dimensión capacidad de respuesta, el 69.7% indicaron que es malo, el 26.9% que es regular y un 3.4% que es bueno. En la dimensión seguridad, consideraron que el 65.3% que es malo, el 30.8% que es regular y 3.9% que bueno. En la dimensión empatía un 76.8% indicaron que es malo, 22.2% que es regular y 1% que es bueno y por último la dimensión elementos tangibles un 15.4% indicaron que es malo, 75.7% que es regular y 8.9% que es malo. Específicamente, con respecto a sus dimensiones, se observa que la dimensión empatía tiene mayor porcentaje 76.8% que es malo, la dimensión de elementos tangibles tiene mayor porcentaje de nivel regular siendo este 75.7%, y las cinco dimensiones se encuentran por debajo del 10% considerando que es bueno.

Tabla 2

Frecuencia de la variable satisfacción de los usuarios y sus dimensiones.

Niveles	Satisfacción de los usuarios		Rendimiento percibido		Expectativa		Nivel de satisfacción	
	f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%
Malo	291	76%	333	86.90%	212	55.40%	301	78.60%
Regular	85	22.20%	44	11.50%	164	42.80%	64	16.70%
Bueno	7	7%	6	1.60%	7	1.80%	18	4.70%
Total	383	100%	383	100%	383	100%	383	100%

f_i = Frecuencia absoluta

Interpretación:

Como se muestra en la tabla 2, de los 383 usuarios encuestados para la segunda variable se aprecia que 291 que equivale a un 76% que representa más de la mitad de la muestra perciben que la satisfacción de los usuarios es malo y 85 usuarios que representan el 22.2% perciben que es regular; sin embargo, 7 usuarios que representa 7% considera que la satisfacción de los usuarios es bueno, siendo este un porcentaje muy por debajo de la mitad de la muestra. En relación con sus dimensiones, se observa que: Para la dimensión rendimiento percibido, el 86.9% de la muestra percibió que es malo, el 11.5% que es regular y el 1.6% que es bueno. Para la dimensión expectativa, el 55.4% lo percibieron como malo, el 42.8 % como regular y el 1.8% como bueno. Por último, para la dimensión nivel de satisfacción, el 78.6% indicaron que es malo, el 16.7% que es regular y el 4.7% consideraron que es bueno. Se debe agregar que el mayor porcentaje de usuarios que participaron de la encuesta percibieron que la satisfacción de los usuarios está dentro de un nivel malo. Con respecto a las dimensiones, se observa que tanto la dimensión rendimiento percibido y nivel de satisfacción perciben un bajo índice de aceptación, la dimensión expectativa que percibe un índice similar entre malo y regular. Confirmándose de esta manera que el mayor porcentaje de encuestado percibe que la satisfacción de los usuarios no obtiene el servicio esperado.

Estadística inferencial

Tabla 3

Correlación de las variables calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Hipótesis general

Correlaciones				
			Calidad de servicio	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,649**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,649**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

En la tabla 3, en relación al análisis estadístico inferencial entre las variables, se determinó una significancia $< .001$ que resulta inferior a 0.05; por lo tanto se rehúsa la hipótesis nula y se considera la hipótesis planteada, y se afirma que existe correlación entre la variable calidad de servicio y satisfacción de los usuarios con 0,649 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una positiva moderada correlación entre ambas variables.

Tabla 4

Correlación de la dimensión fiabilidad y la satisfacción de los usuarios.

Hipótesis específica 1

		Correlaciones		
			Fiabilidad	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,377**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,377**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

Se evidencia en la tabla 4, con base en el análisis estadístico inferencial entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción de los usuarios, se determinó una significancia < .001 que resulta inferior a 0.05; por ende, se rehúsa la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada, y afirmó que existe correlación entre la dimensión fiabilidad y satisfacción de los usuarios con 0,377 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una positiva baja correlación entre la dimensión y la variable.

Tabla 5

Correlación de la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios.

Hipótesis específica 2

		Correlaciones		
			Capacidad de respuesta	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,367**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,367**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

En la tabla 5, con base en el análisis estadístico inferencial entre la dimensión y la variable satisfacción de los usuarios, se determinó una significancia $< .001$ que resulta por debajo a 0.05; por lo tanto no se acepta la hipótesis nula y se considera la hipótesis planteada, y se afirma que existe correlación entre la dimensión capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios con 0,367 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y una correlación positiva baja entre la dimensión y la variable.

Tabla 6*Correlación de la dimensión seguridad y la satisfacción de los usuarios.***Hipótesis específica 3**

		Correlaciones		
			Seguridad	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,277**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,277**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

En la tabla 6, con base en el análisis estadístico inferencial entre la dimensión y la variable satisfacción de los usuarios, se determinó una significancia $< .001$ que resulta menor a 0.05; por lo tanto se rehúsa la hipótesis nula y se considera la hipótesis planteada, y se afirma que existe correlación entre la dimensión seguridad y satisfacción de los usuarios con 0,277 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una correlación positiva baja entre la dimensión y la variable.

Tabla 7*Correlación de la dimensión empatía y la satisfacción de los usuarios.***Hipótesis específica 4**

		Correlaciones		
			Empatía	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,575**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,575**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

En la tabla 7, con base en el análisis estadístico inferencial entre la dimensión y la variable satisfacción de los usuarios, se determinó una significancia $< .001$ que resulta inferior a 0.05; por lo tanto se rehúsa la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada, y se afirma que existe correlación entre la dimensión empatía y satisfacción de los usuarios con 0,575 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una correlación positiva moderada entre la dimensión empatía y la variable.

Tabla 8*Correlación de la dimensión elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios.***Hipótesis específica 5**

		Correlaciones		
			Elementos tangibles	Satisfacción de los usuarios
Rho de spearman	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,601**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	383	383
	Satisfacción de los usuarios	Coeficiente de correlación	,601**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	383	383

Interpretación:

En la tabla 8, con base en el análisis estadístico inferencial entre la dimensión y la variable satisfacción de los usuarios, se determinó una significancia $< .001$ que resulta menor a 0.05; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada, y se afirma que existe correlación entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción de los usuarios con 0.601 que implica una correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una positiva moderada correlación entre la dimensión tangibles y la variable.

V. DISCUSIÓN

El estudio estableció la relación entre ambas variables; donde se dio lugar a la correlación entre las mismas dentro del lugar de estudio, también permitió obtener respuestas a las interrogantes establecidas mediante la prueba de hipótesis, teniendo un resultado correlación estadísticamente significativa con una relación directa y con una correlación positiva moderada en el objetivo general y correlación positiva baja – moderada en los objetivos específicos, ambos objetivos se cumplieron. Corroborando la presencia de una correlación positiva moderada entre ambas variables es por esto que a una buena calidad de servicio se obtiene una mejor satisfacción con respecto al transporte por parte de los usuarios. Contrastando este resultado con los estudios obtenidos por Hidalgo (2019) quien concluyó que ambas variables están muy relacionadas.

Por lo contrario, Ibarra et al. (2017) buscó perfeccionar la atención al cliente a través del servicio profesional, sus hipótesis fueron determinar la relación que existe entre las dimensiones y la satisfacción, se visualizó que los coeficientes de las dimensiones resultaron significativas, incidiendo en la satisfacción general del servicio de manera positiva. Además, se realizó el análisis de los resultados conseguidos mediante un análisis descriptivo e inferencial, considerando principalmente bases, teorías y demás estudios especificados en el marco teórico. Con respecto a las hipótesis planteadas por los autores fue si existe una relación positiva de las dimensiones de calidad consideradas y la satisfacción, los autores consideraron la dimensión responsabilidad en lugar de la capacidad de respuesta que se consideró en esta investigación.

Conforme a los resultados procesados se realizó el trabajo de enfoque cuantitativo mediante el análisis inferencial con el propósito de encontrar la correlación entre las variables calidad de servicio en transporte y satisfacción de los clientes, el resultado de la prueba estadística no paramétrica de Rho de Spearman con un coeficiente correlacional de 0,649 y una significancia bilateral de 0.001 siendo esta inferior a 0,05 dando como resultado una correlación positiva moderada y significativa de ambas variables, considerando que la respuesta se encontró por debajo de 0.05 se aceptó la hipótesis alterna rechazó

la hipótesis nula. Este resultado concuerda con Mogollón y Erazo (2021) quienes en sus conclusiones llegan a un Rho de Spearman de 0.895 lo cual indica una correlación positiva alta con una significancia de 0.000 menor a 0.05, por lo tanto, si existe una relación entre ambas variables.

Del mismo modo, Arrestegui (2020) en su investigación tuvo como hipótesis general de si existe una relación positiva entre la variable calidad de servicio y satisfacción del usuario, consideró las mismas dimensiones de la investigación, obtuvo como resultados un Rho de Spearman de 0.442 de las variables mostrando una correlación moderada, concluyó que los tangibles, la capacidad de respuesta y la empatía no satisfacen las necesidades ; pero la seguridad y fiabilidad tienen un alto nivel de aceptación. Otros de los autores que coinciden con el resultado obtenido son Troncos et al. (2020) quienes concluyeron con la existencia de un nivel de correlación igual a 0.854 siendo esta correlación positiva alta.

Oguntade (2019) analizó la calidad del servicio y la satisfacción de los pasajeros del funcionamiento del transporte interurbano en Akure, utilizó chi-cuadrado y la correlación de rango de Spearman, el nivel de significación fue de 0,00 el valor estuvo por debajo de 0,05. Además, la correlación fue de 0.919 lo que indica que existe una positiva y fuerte correlación, es por ello que este estudio mostró que existe una relación significativa entre las dos variables.

Al contrario, Zein (2019) direccionada a comprender mejor la satisfacción general de los clientes que utilizan el servicio de transporte público de autobuses libanés, utilizó la correlación Pearson para cada pregunta del cuestionario según cada dimensión, fiabilidad, garantía, tangibilidad, empatía y capacidad de respuesta el resultado global muestra que las cualidades de la calidad del servicio influyen en gran medida en la satisfacción de los viajeros al utilizar el transporte público de autobuses. La calidad del servicio puede mejorarse y evaluarse mediante el estudio de las cualidades individuales, además de estudiar las variables basadas en varios factores.

Por otra parte, utilizando las frecuencias en el estudio para comparar los resultados porcentuales mediante la tabla de frecuencias en la investigación se tiene de la muestra de estudio el nivel de la primera variable se encuentra en la categoría malo con el 73.90%, le sigue la categoría regular con el 23.80% y por último la categoría bueno el resultado mas bajo obtenido fue de 2.3%; y en el nivel de la segunda variable se ubicó en la categoría malo con el 76%, le sigue la categoría regular con el 22.2% y por último la categoría bueno con un 7%. Estos resultados son muy diferentes al encontrado por Adco y Mamami (2021) los cuales tuvieron como propósito describir si existe una relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario durante la pandemia de COVID-19, cuyos resultados fueron malo 5.1%, regular 57.8% y bueno un 9.1%. Como conclusión se tuvo que el nivel de la satisfacción es indiferente por el servicio recibido.

En tanto de la primera variable y sus dimensiones; la primera dimensión se encuentra en la categoría malo con el 39.4%, le sigue la categoría regular con el 53.3% y por último la categoría bueno se obtuvo un resultado mínimo de 7.3%, la segunda dimensión se encuentra en la categoría malo con el 69.7%, le sigue la categoría regular con el 26.9% y por último la categoría bueno se obtuvo un resultado mínimo de 3.4%, la tercera dimensión se encuentra en la categoría malo con el 65.3%, le sigue la categoría regular con el 30.8% y por último la categoría bueno se obtuvo un resultado mínimo de 3.9%, la cuarta dimensión se encuentra en la categoría malo con el 76.8%, le sigue la categoría regular con el 22.2% y por último la categoría bueno se obtuvo un resultado mínimo de 1%.

Finalmente la quinta dimensión se encuentra en la categoría malo con el 15.4%, le sigue la categoría regular con el 75.7% y por último la categoría bueno se obtuvo un resultado mínimo de 8.9% lo que demuestra que resulta necesario que la autoridades den importancia y mejoren el servicio de transporte.

Este resultado son respaldados por Adco y Mamami (2021) quienes concluyeron que existe una correlación directa y significativa entre las dos variables donde el coeficiente de Spearman de 0.469 es una correlación promedio o parcial entre las variables de la investigación, se debe mencionar además con respecto a las dimensiones que existe relación directa y significativa con la

satisfacción de los usuarios, en lo que concierne al análisis descriptivo entre las dimensiones y la variable satisfacción del usuario los autores indicaron que los tangibles es el 54,5% de los usuarios indicó que es regular, la confiabilidad el 38,2% indicaron que es regular, capacidad de respuesta el 36,4% percibieron que es regular, seguridad un 44.7% indicaron que es regular, empatía un 51,6% percibieron como regular.

Por otra parte, Coayla y Sosa (2021) encontraron una relación estadísticamente significativa entre las variables donde $p=0.000$ y con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.569 indicando que hay una correlación positiva considerable, por lo cual discrepo con las autores ya que no sería considerado considerable puesto que el resultado se encontró dentro de 0.4 y 0.69 siendo esta una correlación moderada, en relación con las dimensiones que existe relación directa y significativa entre los tangibles con un Rho de Spearman de 0.192 correlación positiva media, capacidad de respuesta $r=0.275$ correlación positiva media, seguridad $r=0.521$ correlación positiva considerable y cortesía $r=0.423$ correlación positiva media.

De igual manera Rivera (2019) concluyó que el valor de $p=0,000$ se encontraba inferior al nivel de significancia de 0.05 aceptando así las hipótesis planteadas en el estudio donde la primera variable afecta a la segunda variable de la empresa Greenandes Ecuador, además la prueba de hipótesis bajo el coeficiente de Rho de Spearman tuvo 0.457 por lo que existe una relación moderadamente positiva entre las dos variables.

Gaytan (2019) desarrolló una investigación para examinar la calidad del servicio basado en la captación del usuario y obtuvo como resultados de que las percepciones de los usuarios son importantes en la evaluación de la calidad de servicio conforme a las cinco dimensiones planteadas, obtuvieron calificaciones regulares de todos los encuestados anteriores, lo que demuestra la necesidad de mejorar la calidad de servicio.

El nivel de significancia entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios fue de $<.001$ siendo inferior a 0,05 por tanto, se

aceptó la hipótesis planteada y se rechazó la hipótesis nula también se tuvo una positiva moderada correlación de 0.601. Respecto a la dimensión empatía y la satisfacción del usuario fue de $<.001$ siendo inferior a 0,05 por lo que no se aceptó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis planteada con una correlación positiva moderada de 0.575, en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta mostró una significancia de 0.000 siendo inferior a 0.05, por lo que no se aceptó la hipótesis nula y se considera la hipótesis específica se obtuvo 0.367 teniendo esta una correlación positiva baja.

Los resultados concuerdan con Mogollón y Erazo (2021) en cuanto a las dimensiones tangibles y empatía pero en la dimensión capacidad de respuesta obtuvieron mayor coeficiente de correlación. Así tenemos en la dimensión elementos tangibles una significancia de 0.000 por debajo de 0.05, por consiguiente no se admite la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis específica, obtuvieron 0.591 siendo esta una correlación positiva moderada, y en cuanto a la empatía un nivel de significancia de 0.000 por debajo a 0.05, por tanto se desestimó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis específica, obtuvieron 0.685 siendo esta una correlación positiva moderada.

Mientras tanto la dimensión capacidad de respuesta consideró una significancia de 0.000 inferior a 0.05, de modo que no se aceptó la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis específica, obtuvieron 0.684 siendo esta una correlación positiva moderada. Estos autores no consideraron las dimensiones fiabilidad y seguridad para su estudio.

Una investigación referido a la satisfacción Chua et al. (2020) cuyo objetivo general fue examinar la satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público y su desarrollo sostenible en Malasia, a diferencia del estudio consideraron en sus hipótesis como dimensiones la calidad, puntualidad, valor del dinero y el medio ambiente y su relación significativa y positiva con la satisfacción de los usuarios concluyendo que se tiene una relación entre las dimensiones y se influyen mutuamente. Además Silos autores señalaron que si se añaden más variables la investigación será más consistente.

Así tenemos a Oktiani (2009) quien estudió la satisfacción de los viajeros con los atributos de calidad del servicio y para ello utilizó un cuestionario de autoevaluación para conocer los factores que inciden en la satisfacción del servicio, concordando con el presente estudio puesto que uno de los principales resultados fue que los usuarios aún no se encuentran contentos con el servicio de transporte público, de acuerdo con el estudio los resultados generales muestran que los atributos de la calidad del servicio están asociados con la satisfacción general de los clientes que utilizan el transporte público en autobús. La calidad del servicio puede evaluarse y mejorarse mediante el análisis de los atributos individuales.

Se muestra que las dimensiones con mayor brecha corresponden a las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad por lo que se deben desarrollar estrategias de mejora para realizar el trabajo y minimizar el descontento del usuario, lo que indica que se debe tomar mayor importancia a la tarifa, tiempo de viaje y conducta del personal dentro de la fiabilidad, eficacia, comunicación y disposición dentro de la capacidad de respuesta y velocidad, forma de manejo, elementos de seguridad y señalizaciones en la seguridad.

Como se ha expuesto líneas arriba es imprescindible que las autoridades, proveedores del servicio y usuarios tengan en cuenta que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario están estrechamente relacionados, y que la apreciación de los usuarios con respecto a las dos variables tienen un porcentaje elevado en categoría malo. Se apreció que si hubiera más conjuntos de cuestionarios la investigación podría ser más precisa.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se concluye que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario; dado que se determinó mediante la prueba Rho de Spearman, el resultado fue igual a 0.649 con una significancia bilateral $<.001$ que es inferior a 0,05; siendo una correlación positiva moderada.

Segunda: Se confirma la relación entre fiabilidad y la variable satisfacción del usuario; esto se determinó mediante la prueba Rho de Spearman con un resultado de 0.377, significancia bilateral de $<.001$; se obtuvo una correlación positiva baja.

Tercera: Se evidencia una relación entre capacidad de respuesta y la variable satisfacción del usuario; determinado por la prueba Rho de Spearman, alcanzado un resultado 0.367 y una significancia bilateral de $<.001$; con una correlación positiva baja.

Cuarta: Se demuestra la relación entre seguridad y la variable satisfacción del usuario; esto se detrinó mediante la prueba Rho de Spearman, alcanzando un resultado 0.277 y una significancia bilateral de $<.001$; revelando una correlación positiva baja.

Quinta: Se revela la relación entre empatía y la variable satisfacción de los usuarios; se estableció mediante la prueba Rho de Spearman, alcanzado un resultado 0.575 y una significancia bilateral de $<.001$; exponiendo una correlación positiva moderada.

Sexta: Se constata la relación entre los tangibles y la variable satisfacción de los usuarios; se estableció por medio de la prueba Rho de Spearman, obteniendo 0.601 y una significancia bilateral de $<.001$; mostrando una correlación positiva moderada.

VII. RECOMENDACIONES

Primero: Según los resultados de este estudio, los usuarios del transporte no están satisfecho con el servicio. Es por ello que el transporte público urbano no puede competir con los autos particulares y taxis.

Segundo: Las autoridades encargadas del transporte urbano en Cusco deberían empezar a prestar atención a la voz de los usuarios para mejorar el servicio, así mismo deberían realizar un estudio anual para evaluar el rendimiento del transporte público y crear algunas mejoras correctivas para satisfacer a los usuarios.

Tercero: Se aconseja realizar estudios de las variables incluyendo dimensiones de estudio adicionales sugeridos por otros autores citados, para obtener resultados más precisos sobre las variaciones que afectan al sector del transporte. Dado que las empresas se adaptan constantemente a las nuevas tendencias, se producen nuevos cambios en el comportamiento del consumidor.

Cuarto: La municipalidad de Cusco brinde capacitaciones a los trabajadores del sector transporte, en temas de atención al usuario, reglas de tránsito con el fin de mejorar su servicio, además realizar fiscalizaciones sobre el uso de paraderos, control de velocidades máximas y el cumplimiento del aforo del transporte público de pasajeros.

Quinto: Implementar corredores viales para que sea de uso exclusivo del servicio de transporte público con lo cual se reduce el tiempo que toma a los usuarios para llegar a su destino.

REFERENCIAS

- Adco, E. y Mamani, M. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en una empresa de transporte interprovincial en tiempos de COVID -19, de la ciudad de Juliaca*. Repositorio Institucional. [Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales], <http://surl.li/dxhry>
- Amaiquema, F., Vera, J. y Zumba, I. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Conrado*, 14(70), 354-360.
- Arauz, V. (2018). *Diagnóstico Situacional del Sector Transporte en Costa Rica: Informe final* : <http://surl.li/deasp>
- Arrestegui, J. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de la Victoria*. Repositorio Institucional. [Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración], <http://surl.li/dxhpu>
- Bhandari, P. (2022). Correlational Research | When & How to Use. Obtenido de Scribbr: <https://www.scribbr.com/methodology/correlational-research/>
- Beetrack. (2022). *CSAT y NPS: ejemplo y cálculo del índice de satisfacción del cliente*. Satisfacción del cliente: <https://www.beetrack.com/es/blog/nps-y-csat-son-tus-clientes-leales-y-felices-con-tu-empresa>
- Bellota, V. y Delgado, S. (2021). Calidad en el servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco - 2018. Yachay. *Yachay Revista Científico Cultural*, 10(1). <https://revistas.uandina.edu.pe/index.php/Yachay/article/view/275>
- Calixto, A., Prieto, A. y Hernandez, C. (2017). Service quality dimensions present in postgraduate programs. Theoretical reflections. *Impacto Científico*, 12(2), 127-141.
- Cardozo, L. (2021). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*. Zenvia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Colchado, I. (2017). *La movilidad urbana en la Ciudad de México: un problema complejo*. Centros de ciencias de la complejidad: <http://surl.li/djgfm>
- Coayla, B. y Sosa, V. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el transporte público urbano en el distrito de moquegua*. Repositorio

- Institucional. [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en ciencias administrativas y marketing estratégico], <http://surl.li/dxhsa>
- Chua, E.; Chan, K. y Chio, W.(2020). *Passenger satisfaction of public transportation and its sustainable development in Malaysi*. [Undergraduate Research Project University Tunku Abdul Rahman], http://eprints.utar.edu.my/3989/1/fyp_FE_2020_CEYJ_-_1706415.pdf
- Cleave, P. (2019). 6 Ways To Measure Customer Satisfaction. Obtenido de Smartsurvey: <https://www.smartsurvey.co.uk/blog/6-ways-to-measure-customer-satisfaction>
- Diaz, E. (2014). What is your defiition of quality? Obtenido de gbnews: <https://www.gbnews.ch/what-is-your-definition-of-quality/>
- Discoverphds. (2020). *What is a Research Instrument?* Community blog: <https://www.discoverphds.com/blog/research-instrument>
- Gaytan, K. (2019). Calidad del servicio de transporte urbano basado enpercepciones de los usuarios, Trujillo – 2018. *Repositorio Institucional*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo], <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32729>
- Glen, S. (s.f). Reliability and Validity in Research: Definitions, Examples. Obtenido de Elementary Statistics for the rest of us!: <https://www.statisticshowto.com/reliability-validity-definitions-examples/>
- Guanipa, M. (2010). *Reflexiones Básicas sobre Investigación*, Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín.
- Hanaysha, J. y Kumar, D. (2012). Service quality and satisfaction. *International Journal of Research in Management*, 3(SSN 2249-5908), 133. ResearchGate: <http://surl.li/djfof>
- Hidalgo, M. (2019). Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector TEMA: Financiero del Cantón Ambato. *Repositorio institucional*. [Tesis de maestria, Universidad Técnica de Ambato], <http://surl.li/djfmf>
- Hoyez, M. (2018). *Panorama de la movilidad en la ciudad de Cusco (Perú)* . Codatu: <http://surl.li/djgbt>
- Huerta, J. (2019). Calidad de atención y satisfacción del usuario de la Gerencia de Transporte Urbano de la Municipalidad Provincial del Callao, 2019.

- Repositorio Institucional*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo], <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49146>
- Ibarra, L.; Romero, N. y Paredes, D. (2017). *Quality service in the public transportation system and its impact in user's satisfaction*. Innovaciones de Negocios: <https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/272/244>
- International Online Education (Euroinnova). (2022). *Que es la calidad de un servicio*. <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-la-calidad-de-un-servicio>
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte Empresarial*, 8(1).
- Kolawole, T. (2017). Quality of public transport service: an integrative review and research agenda. *Transportation Letters The International Journal of Transportation Research*.
- Kotler, P. y Amrstrong, G.(2003). *Principles of Marketing (6th edition)*. Prentice Hall.
- Kotler, P. y Amrstrong, G. (2007). *Principles of marketing*. Pearson Educación.
- Lagos, D. (2021). Calidad de servicio de transporte público urbano en la ciudad de Ayacucho 2019. *Repositorio Institucional*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias e Informática], <http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/409>
- La República. (2019). *Parque automotor de Trujillo es uno de los más dinámicos en el país*. economía: <http://surl.li/deayb>
- López, R. (2010). Interpretación de datos estadísticos. Nicaragua.: Universidad de Managua.
- Marcos, T. (2018). *Renovando la satisfacción del cliente*. La revista de la normalización española(2).
- Melara, M. (2017). *La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente*. El Blog de Marlon Melara Service Design y Marketing de Servicios: <http://surl.li/dfsad>
- Mendez, Y. y Perez, A. (2019). *Perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir*. *Repositorio Institucional*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46205>

- Mogollón, J. y Erazo, C. (2021). *Calidad de servicio y la satisfacción del usuario de una empresa de transporte interprovincial en Piura*. Repositorio Institucional. [Tesis para obtener el título profesional de licenciada en marketing y dirección de empresas], <http://surl.li/dxhq>
- Molina, O. (2014). *Calidad de los Servicios*. https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
- Morocho, A. y Rodríguez, J. (2019). *La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues*. Repositorio Institucional. [Trabajo de Titulación, Universidad Politécnica Salesiana], <http://surl.li/dehaa>
- Muñoz, G. y Sosa, I. (2019). *Calidad y nivel de servicio del transporte público colectivo urbano de la ciudad de Tunja*. Repositorio institucional. [Proyecto de Grado, Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia], <http://surl.li/djfmr>
- Nicomedes, D. (2018). *Tipos de Investigación*. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Oguntade, B. (2019). *Service quality and passengers satisfaction in intercity transport operation in Akure, Ondo state*. Institutional Repository. [Thesis of Master of Technology in Transport Management Technology (Land Transport Option) of the Federal University of], <http://196.220.128.81:8080/xmlui/handle/123456789/4421>
- Oktiani, A. (2009). *Customer satisfaction in public bus transport*. [Thesis master Service Science Program Karlstad University], <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:232419/fulltext01>
- Orellana, M. (2018). *Calidad del servicio y posicionamiento de la empresa Servicio Técnico Danilo*. Repositorio Institucional. <http://surl.li/djfqp>
- Quispe, Y. (2021). *La calidad del servicio en el sector de transporte público urbano de la ciudad de Juliaca*. Repositorio Institucional. [Tesis de Título profesional, Universidad Peruana Unión], <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5223>
- Radio Programas del Perú (RPP). (2018). *El transporte urbano es el segundo problema que más afecta a los limeños*. Redacción Vital: <http://surl.li/deavo>

- Rivera, S. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. *Repositorio Institucional*. [Tesis de maestría, Universidad católica de Santiago de Guayaquil], <http://surl.li/djfnz>
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. (1ra edición). <http://surl.li/djggn>
- Sánchez, M. y Sánchez, C. (2016). *Measuring quality in service, as a strategy for competitiveness in organizations*. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Troncos, I.; Maldonado, O. y Ortega, D. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa transporte Cruz del Sur Cargo S.A.C*. Repositorio Institucional. [Tesis para optar el título de licenciado en administración y gestión de empresas], <http://surl.li/dxhqg>
- Universidad Continental. (2017). *¿Qué es la certificación ISO y por qué es importante?* <http://surl.li/djfrv>
- University of Missouri St. Louis. (s.f). *Populations and sampling*. <http://surl.li/djgbp>
- Van, R. (2017). *Customer satisfaction models*. *Rovaha Marketing, Strategy & Management*: <http://surl.li/djftc>
- Zeithaml, V. y Bitner, M. y Gremler, D. (2009). *Services Marketing (5th edition)*.
- Zein, A. (2019). *A study of service quality and customer satisfaction of using public transport in Lebanon*. [Thesis Degree of Master of Science in Civil Engineering near east university], <http://docs.neu.edu.tr/library/6815606094.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: Calidad de servicio de transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios Cusco, 2022							
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable: Calidad de servicio				
¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022?	Determinarla la relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022.	Existe relación entre la calidad de servicio en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Tarifa Tiempo de viaje Conducta del personal 	1,2 3 4	Escala Likert Completamente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 Desacuerdo = 2 Completamente en desacuerdo = 1	Malo (31-43) Regular (44-56) Bueno (57-69)
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Eficacia Comunicación Disposición 	5 6 7		
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Velocidad Forma de manejo Elementos de seguridad Señalización 	8 9 10 11		

			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Nivel del volumen de música Capacidad de pasajeros Tiempo de espera Modalidad de cobro de pasajes 	12		
					13		
					14		
					15		
Problemas Específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Limpieza Comodidad Condiciones del vehículo 	16		
					17		
					18		
			Variable: Satisfacción de usuarios				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
¿Cuál es la relación entre la fiabilidad en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022.?	Determinar la relación entre la fiabilidad en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022.	Existe relación entre la fiabilidad en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022.					
¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta en transporte público urbano y la satisfacción de	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta en transporte público urbano y la	Existe relación entre la capacidad de respuesta en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco,	Rendimiento percibido	<ul style="list-style-type: none"> Conformidad Comodidad Identificación 	1 2 3	Escala de Likert Completamente de acuerdo = 5	

usuarios en Cusco, 2022?	satisfacción de usuarios en Cusco, 2022.	2022.	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva • Valoración • Servicio esperado 	4 5 6	De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 Desacuerdo = 2	Malo (10-19) Regular (20-29) Bueno (30-37)
¿Cuál es la relación entre la seguridad en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022?	Determinar la relación entre la seguridad en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022.	Existe relación entre la seguridad en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022.	Nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción • Buen trato • Complacencia 	7 8 9	Completamente en desacuerdo = 1	
¿Cuál es la relación entre la empatía en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022?	Determinar la relación entre la empatía en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022.	Existe relación entre la empatía en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022.					

¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco, 2022?	Determinar la relación entre los elementos tangibles en transporte público urbano y la satisfacción de usuarios en Cusco	Existe relación entre los elementos tangibles en transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco, 2022					
Diseño de investigación:	Población y muestra:	Técnicas e instrumentos:		Método de análisis de datos:			
Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Método: Correlacional Diseño: No experimental de corte transversal	Población: 101 813 Muestra: 383	Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionarios		Descriptiva: Tabulación y Gráficos Inferencial: Prueba Rho de Spearman			

Anexo 2. Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 Calidad de servicio	Satisfacer las expectativas del cliente para un servicio que satisfaga sus necesidades (Molina, 2014).	Dimensión de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y elementos tangibles (Zeithaml et al., 2009).	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifa • Tiempo de viaje • Conducta del personal 	Escala de Likert Completamente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 Desacuerdo = 2 Completamente en desacuerdo = 1
			Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia • Comunicación • Disposición 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad • Forma de manejo de • Elementos de seguridad • Señalización 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel del volumen de música • Capacidad de pasajeros • Tiempo de espera • Modalidad de 	

				cobro de pasajes	
			Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza • Comodidad • Condiciones del vehículo 	
Variable 2 Satisfacción de usuario	Es el nivel emocional de una persona y el resultado de comparar el desempeño percibido del servicio con sus expectativas (Kotler y Armstrong, 2007).	Rendimiento percibido, las expectativas y nivel de satisfacción (Kotler y Armstrong, 2003).	Rendimiento percibido	<ul style="list-style-type: none"> • Conformidad • Comodidad • Identificación 	<p>Escala de Likert</p> <p>Completamente de acuerdo = 5</p>
			Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva • Valoración • Servicio esperado 	<p>De acuerdo = 4</p> <p>Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3</p>
			Nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción • Buen trato • Complacencia 	<p>Desacuerdo = 2</p> <p>Completamente en desacuerdo = 1</p>

Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Buenos días/ tardes Sr (a), estoy realizando una encuesta para recopilar datos acerca de “La calidad de servicio de transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022”

Marcar con una (X) aspa considerando uno de los siguientes niveles, responder con la mayor sinceridad posible.

Usted autoriza a dar su consentimiento para que la administración de los datos en la investigación sea en forma anónima, confidencial y ética.

SI ()

Las equivalencias de las respuestas son las siguientes

Completamente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Desacuerdo	Completamente en desacuerdo
5	4	3	2	1

N °	Dimensión Fiabilidad	ESCALA				
		5	4	3	2	1
1	La tarifa de pasaje es accesible.					
2	La ruta y tarifa están en un lugar visible.					
3	El tiempo que demora para llegar a su destino es el esperado.					
4	El conductor y el cobrador son amables, respetuosos y pacientes.					
	Dimensión Capacidad de respuesta					
5	La solución frente a problemas técnicos en ruta es eficaz.					
6	El personal brinda información cuando el pasajero lo solicita.					
7	El personal está presto a ayudar frente a diferentes situaciones.					
	Dimensión Seguridad					
8	La velocidad empleada por el conductor es adecuada.					
9	El conductor respeta los paraderos para bajar y subir a la unidad.					
10	El vehículo cuenta con elementos de seguridad tales como: extintores, botiquín y otros.					
11	En el vehículo se observa las señalizaciones tales como, ventana de emergencia, asiento preferencial y otros.					

	Dimensión Empatía					
12	El nivel de la música es adecuado.					
13	La capacidad de pasajeros sentados y parados es aceptable durante el viaje.					
14	El tiempo de espera en el paradero es adecuado.					
15	La modalidad de cobro de pasaje es eficiente.					
	Dimensión Elementos tangibles					
16	El vehículo se encuentra limpio.					
17	Las unidades están en buenas condiciones: asiento.					
18	Las unidades son modernas para brindar este tipo de servicio.					

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

Buenos días/ tardes Sr (a), estoy realizando una encuesta para recopilar datos acerca de “La calidad de servicio de transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios en Cusco 2022”

Marcar con una (X) aspa considerando uno de los siguientes niveles, responder con la mayor sinceridad posible.

Usted autoriza a dar su consentimiento para que la administración de los datos en la investigación sea en forma anónima, confidencial y ética.

SI ()

La equivalencia de las respuestas son las siguientes:

Completamente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Desacuerdo	Completamente en desacuerdo
5	4	3	2	1

N °	Dimensión Rendimiento percibido	ESCALA				
		5	4	3	2	1
1	Está conforme con el servicio que presta la empresa de transporte público urbano					
2	La comodidad del servicio de transporte público urbano es adecuado					
3	Considera usted que la empresa de transporte se identifica con usted					
	Dimensión Expectativas					
4	El servicio de transporte público cumple con sus expectativas					
5	Considera usted que se debe valorar el esfuerzo que brinda el personal de la empresa de transporte público					
6	El servicio brindado por la empresa de transporte público es el esperado					
	Dimensión Nivel de satisfacción					
7	Se siente usted satisfecho con el servicio ofrecido					
8	Considera usted que recibe buen trato por parte del personal					
9	Le complace la cortesía del personal de la empresa de transporte					

Anexo 4: Validación de instrumentos



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

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Fiabilidad							
1	La tarifa de pasaje es accesible.	x		x		x		
2	La ruta y tarifa están en un lugar visible.	x		x		x		
3	El tiempo que demora para llegar a su destino es el esperado.	x		x		x		
4	El conductor y el cobrador son amables, respetuosos y pacientes.	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2 Capacidad de respuesta	Si	No	Si	No	Si	No	
5	La solución frente a problemas técnicos en ruta es eficaz.	x		x		x		
6	El personal brinda información cuando el pasajero lo solicita.	x		x		x		
7	El personal esta presto a ayudar frente a diferentes situaciones.	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3 Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La velocidad empleada por el conductor es adecuada.	x		x		x		
9	El conductor respeta los paraderos para bajar y subir a la unidad.	x		x		x		
10	El vehículo cuenta con elementos de seguridad tales como: Extintores, botiquín y otros.	x		x		x		
11	En el vehículo se observa las señalizaciones tales como: Ventana de emergencia, asiento preferencial y otros.	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3 Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
12	El nivel de la música es adecuado.	x		x		x		
13	La capacidad de pasajeros sentados y parados es aceptable durante el viaje.	x		x		x		
14	El tiempo de espera en el paradero es adecuado.	x		x		x		
15	La modalidad de cobro de pasaje es eficiente.	x		x		x		
16	El personal hace respetar el asiento preferencial	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3 Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El vehículo se encuentra limpio.	x		x		x		
18	Las unidades están en buenas condiciones: asientos.	x		x		x		
19	Las unidades son modernos para brindar este tipo de servicio.	x		x		x		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Rendimiento percibido							
1	Está conforme con el servicio que presta la empresa de transporte público urbano	x		x		x		
2	La comodidad del servicio de transporte público urbano es adecuado	x		x		x		
3	Considera usted que la empresa de transporte se identifica con usted	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2 Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No	
4	El servicio de transporte público cumple con sus expectativas	x		x		x		
5	Considera usted que se debe valorar el esfuerzo que brinda el personal de la empresa de transporte público	x		x		x		
6	El servicio brindado por la empresa de transporte público es el esperado	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3 Nivel de satisfacción	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se siente usted satisfecho con el servicio ofrecido	x		x		x		
8	Considera usted que recibe buen trato por parte del personal	x		x		x		
9	Le complace la cortesía del personal de la empresa de transporte	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems realizado son pertinentes

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: MECHE PILCO HILDA DNI: 23949528

Especialidad del validador: INVESTIGACION Y DOCENCIA

Cusco, 09 de octubre del 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Mg. MECHE PILCO HILDA

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

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Fiabilidad							
1	La tarifa de pasaje es accesible.	X		X		X		
2	La ruta y tarifa están en un lugar visible.	X		X		X		
3	El tiempo que demora para llegar a su destino es el esperado.	X		X		X		
4	El conductor y el cobrador son amables, respetuosos y pacientes.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Capacidad de respuesta	Si	No	Si	No	Si	No	
5	La solución frente a problemas técnicos en ruta es eficaz.	X		X		X		
6	El personal brinda información cuando el pasajero lo solicita.	X		X		X		
7	El personal esta presto a ayudar frente a diferentes situaciones.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La velocidad empleada por el conductor es adecuada.	X		X		X		
9	El conductor respeta los paraderos para bajar y subir a la unidad.	X		X		X		
10	El vehículo cuenta con elementos de seguridad tales como: Extintores, botiquín y otros.	X		X		X		
11	En el vehículo se observa las señalizaciones tales como: Ventana de emergencia, asiento preferencial y otros.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
12	El nivel de la música es adecuado.	X		X		X		
13	La capacidad de pasajeros sentados y parados es aceptable durante el viaje.	X		X		X		
14	El tiempo de espera en el paradero es adecuado.	X		X		X		
15	La modalidad de cobro de pasaje es eficiente.	X		X		X		
16	El personal hace respetar el asiento preferencial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El vehículo se encuentra limpio.	X		X		X		
18	Las unidades están en buenas condiciones: asientos.	X		X		X		
19	Las unidades son modernos para brindar este tipo de servicio.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Rendimiento percibido							
1	Está conforme con el servicio que presta la empresa de transporte público urbano	X		X		X		
2	La comodidad del servicio de transporte público urbano es adecuado	X		X		X		
3	Considera usted que la empresa de transporte se identifica con usted	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Expectativas							
4	El servicio de transporte público cumple con sus expectativas	X		X		X		
5	Considera usted que se debe valorar el esfuerzo que brinda el personal de la empresa de transporte público	X		X		X		
6	El servicio brindado por la empresa de transporte público es el esperado	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Nivel de satisfacción							
7	Se siente usted satisfecho con el servicio ofrecido	X		X		X		
8	Considera usted que recibe buen trato por parte del personal	X		X		X		
9	Le complace la cortesía del personal de la empresa de transporte	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: BARRIOS PÉREZ FLOR DE MARÍA DNI: 24712832

Especialidad del validador: ADMINISTRACION Y GERENCIA EDUCATIVA

Cusco, 10 de Octubre del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Flor de María Barrios Pérez
DIRECTORA

Mg. Barrios Pérez Flor de María

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

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Fiabilidad							
1	La tarifa de pasaje es accesible.	X		X		X		
2	La ruta y tarifa están en un lugar visible.	X		X		X		
3	El tiempo que demora para llegar a su destino es el esperado.	X		X		X		
4	El conductor y el cobrador son amables, respetuosos y pacientes.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Capacidad de respuesta	Si	No	Si	No	Si	No	
5	La solución frente a problemas técnicos en ruta es eficaz.	X		X		X		
6	El personal brinda información cuando el pasajero lo solicita.	X		X		X		
7	El personal esta presto a ayudar frente a diferentes situaciones.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La velocidad empleada por el conductor es adecuada.	X		X		X		
9	El conductor respeta los paraderos para bajar y subir a la unidad.	X		X		X		
10	El vehículo cuenta con elementos de seguridad tales como: Extintores, botiquín y otros.	X		X		X		
11	En el vehículo se observa las señalizaciones tales como: Ventana de emergencia, asiento preferencial y otros.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
12	El nivel de la música es adecuado.	X		X		X		
13	La capacidad de pasajeros sentados y parados es aceptable durante el viaje.	X		X		X		
14	El tiempo de espera en el paradero es adecuado.	X		X		X		
15	La modalidad de cobro de pasaje es eficiente.	X		X		X		
16	El personal hace respetar el asiento preferencial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
17	El vehículo se encuentra limpio.	X		X		X		
18	Las unidades están en buenas condiciones: asientos.	X		X		X		
19	Las unidades son modernos para brindar este tipo de servicio.	X		X		X		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: SATISFACCION DE LOS USUARIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Rendimiento percibido							
1	Está conforme con el servicio que presta la empresa de transporte público urbano	X		X		X		
2	La comodidad del servicio de transporte público urbano es adecuado	X		X		X		
3	Considera usted que la empresa de transporte se identifica con usted	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Expectativas	Si	No	Si	No	Si	No	
4	El servicio de transporte público cumple con sus expectativas	X		X		X		
5	Considera usted que se debe valorar el esfuerzo que brinda el personal de la empresa de transporte público	X		X		X		
6	El servicio brindado por la empresa de transporte público es el esperado	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Nivel de satisfacción	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Se siente usted satisfecho con el servicio ofrecido	X		X		X		
8	Considera usted que recibe buen trato por parte del personal	X		X		X		
9	Le complace la cortesía del personal de la empresa de transporte	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. DRA. DIAZ QUISPE MARTHA DNI: 24811650

Especialidad del validador: GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD

Cusco, 10 de Octubre del 2022

¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Dra. Diaz Quispe Martha



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, OSCANOVA RAMOS ANGELA MARGOT, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesores de Tesis titulada: "Calidad de servicio de transporte público urbano y la satisfacción de los usuarios Cusco, 2022", cuyo autor es RICALDE CRUZ TRUDY GABRIELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 04 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
OSCANOA RAMOS ANGELA MARGOT DNI: 41494560 ORCID: 0000-0003-2373-1300	Firmado electrónicamente por: AOSCANOARA el 07- 01-2023 09:26:31

Código documento Trilce: TRI - 0509332