



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción
en el distrito El Porvenir, 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Br. Mendez Floriano, Yanina Mabel (ORCID: 0000-0002-2823-0110)

Br. Perez Avalos, Anhy Vanessa (ORCID: 0000-0002-0718-3140)

ASESORA:

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine (ORCID: 0000-0003-3058-816X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios primeramente por brindarme esta maravillosa oportunidad, dándome la fortaleza para poder terminar con esta investigación de tesis. De manera especial a mis padres Pedro Pablo Méndez Haro y Aquiline Floriano Salinas, quienes fueron el principal pilar para la construcción de mi vida profesional, que me dieron motivación, para poder lograr y alcanzar este sueño y su apoyo incondicional, amor y consejos para poder hacer de mí una mejor persona.

Yanina Mabel Mendez Floriano

Dedico a Dios esta tesis y a mis queridos padres Santos Felix Perez Polo y Edelmira Dionicia Avalos Reyes. por ser mi pilar fundamental en mi vida, quienes amo con todo mi ser, porque siempre han estado conmigo en todo momento, cuidándome, guiándome, dándome fortaleza día a día para cumplir mis sueños, también me enseñaron que todo esfuerzo tiene su recompensa y por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Anhy Vanessa Perez Avalos

Agradecimiento

Agradezco a Dios, el ser quien a pesar de nuestros errores él nunca se separa de nuestro lado. Agradecerles a mis padres, los seres más importantes en mi vida, que siguen a mi lado de una manera incondicional siendo parte en transcurso de mi carrera. Seguidamente a mis hermanos Yuly, Marisol, Magaly, Dilmer, Elisa y como también a mis hermanos por afinidad Dider Solano y Elmer Rodríguez quienes son el pilar fundamental en mi vida, que desde el primer momento siempre me apoyaron, apostando que llegaría hasta el final de este largo camino, lleno de dificultades, pero no imposibles. Agradezco a la universidad en general, a los docentes de la escuela profesional de Administración, especial a la Dra. Olenka Espinoza y el Mg. Waldo Caballero.

Yanina Mabel Mendez Floriano

Agradezco a Dios por todas sus bendiciones y poder hoy en día culminar mi carrera universitaria guiándome por un buen camino en el transcurso de mi vida. Gracias a mis queridos padres, quienes fueron mis mayores promotores de mis sueños que me han apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mí en todo momento. También a mi prestigiosa Universidad César Vallejo, la cual abrió sus puertas durante estos maravillosos 5 años que me preparo para un futuro competitivo y líder, y a mis Maestros quienes fueron participes de este proceso por sus enseñanzas. Y a todos mis hermanos, sobrinos y amigos que gracias a su apoyo moral me permitieron permanecer perseverante y luchar por mis sueños.

Anhy Vanessa Perez Avalos

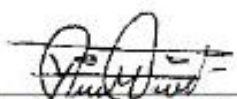
Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

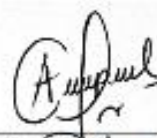
Nosotras, Mendez Floriano Yanina Mabel con DNI N° 70923302 y Perez Avalos Anhy Vanessa con DNI N° 70835402, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo de la facultad de ciencias empresariales, escuela profesional de administración, declaramos bajo juramento que toda documentación que se adjunta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Trujillo, 06 de diciembre de 2019



Yanina Mabel Mendez Floriano
DNI: 70923302



Anhy Vanessa Pérez Avalos
DNI: 70835402

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	16
2.1. Tipo y diseño de investigación	16
2.2. Operacionalización de variables	16
2.3. Población, muestra y muestreo	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	19
2.5. Procedimiento	22
2.6. Métodos de análisis de datos.....	22
2.7. Aspectos éticos.....	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN.....	32
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	37
VII. PROPUESTA	39
REFERENCIAS	49
ANEXOS	53

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir 2019. El tipo de investigación fue no experimental con un enfoque cuantitativo con un diseño transversal correlacional, la población para el estudio estuvo conformada por 126,326 habitantes del distrito El Porvenir mayores de 14 años y menores de 64 años, se trabajó con una muestra de 382 habitantes que usan el servicio de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A y El Cortijo S.A. Para la recolección de datos se realizó una encuesta conformada por 29 ítems y la información que se obtuvo se procesó en la hoja de cálculo Excel y el software IBM SPSS versión 25.0. El resultado que se obtuvo fue que, el perfil del usuario es de género femenino con un rango de edad de 14 a 26 años, cumple el rol en la familia de hijo(a), tiene un ingreso mensual menos de 299 soles, utiliza el servicio del transporte público urbano para ir a estudiar y/o trabajar, accede al servicio por ser más económico, asimismo, el nivel de satisfacción del usuario es medio con lo que se demuestra que el servicio de transporte público urbano presenta ciertos aspectos favorable y desfavorables relacionados a comodidad, seguridad, valor percibido e imagen que afectan directamente a la satisfacción del usuario. Finalmente se concluyó que no hay una relación en conjunto entre el perfil del usuario y la satisfacción, pero si existe una asociación entre la variable satisfacción con los indicadores del perfil que son: la tarifa que paga, el gasto que tiene por utilizar el servicio, la frecuencia de viaje y accesibilidad ante el servicio con un nivel de significancia de 0.002, 0.004, 0.015 y 0.000, los cuales son menores de 0.05, según datos arrojados por el estadístico Chi- Cuadrado, aceptándose la hipótesis nula.

Palabras clave: perfil, satisfacción, usuario y servicio

Abstract

The investigation had as general objective determine the relationship between the user profile of the urban public transport service and its level of satisfaction in the district of El Porvenir 2019. The type of investigation was non-experimental with a quantitative approach with a correlational cross design, the population for the study was conformed up of 126,326 inhabitants of the district El Porvenir over 14 years old and under 64 years old, we worked with a sample of 382 inhabitants who use the urban public transport service of the companies Libertad S.A and El Cortijo S.A. For data collection was performed a poll made up of 29 items and the information obtained was processed in the Excel spreadsheet and the software IBM SPSS version 25.0. The result that was obtained was that the user's profile is of a female gender with an age range of 14 to 26 years, fulfills the role in the family of son, has a monthly income less than S/ 299, use the urban public transport service to study and / or work, access the service because it is cheaper, likewise, the level of user satisfaction is medium, which shows that the urban public transport service presents certain favorable aspects and unfavorable related to comfort, security, perceived value and image that directly affect user satisfaction. Finally it was concluded that there is no joint relationship between the user's profile and satisfaction, but if there is an association between the satisfaction variable with the profile indicators that are: the tariff you pay, the expense you have for using the service, the frequency of travel and accessibility to the service with a level of significance of 0.002, 0.004, 0.015 and 0.000, which are less than 0.05, according to data provided by the Chi-Cuadrado statistic, accepting the null hypothesis.

Keywords: profile; satisfaction; user and service.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el transporte público urbano, es uno de los principales temas de preocupación en todas las naciones del mundo, debido a que se ha generado como un problema que afecta a los usuarios que usan dicho servicio, por motivo que existe congestión vehicular, fallas mecánicas, estado físico en los vehículos, la forma de como conduce el conductor, el precio del pasaje, el tiempo de viaje y sobre todo la forma que se trata al usuario. Sin embargo, tiene una alta demanda, debido a que este servicio es utilizado por estudiantes universitarios, colegiales, trabajadores e incluso por las amas de casa que tiene una necesidad de movilizarse a sus respectivos lugares, mayormente este servicio es usado por las personas de bajos recursos por lo que es más económico.

Por otro lado, a nivel mundial en algunas ciudades africanas como la Capital Keniana, la ciudad de Nairobi, indica que un trabajador no cualificado recibe un sueldo mínimo mensual de alrededor de 150 euros, lo cual, para trasladarse en transporte público invierte el veinticinco por ciento de su sueldo mínimo que equivalente a 38 euros mensuales, que representa su moneda nacional a 4,498 chelines kenianos; a comparación de la Ciudad de Madrid, un trabajador recibe un sueldo mínimo mensual de 900 euros, lo cual, invierte el seis por ciento de su salario en transporte público que equivale 54 euros mensuales. Sin embargo, el problema de las ciudades africanas, es el costo de la tarifa que no está regularizado, por motivo que en el transcurso del día el precio del pasaje suele elevar su costo, mayormente cuando hay más tráfico, es por ello, que el usuario tiende a pagar un precio más elevado y tarda mucho más en llegar a su destino. Por otro lado, las ciudades africanas, tienden a sufrir otros problemas como el incumplimiento de la seguridad, licencias oficiales por parte de los conductores, la corrupción de policías que hacen negligencias graves a cambio de dinero, falta de mantenimiento del estado físico de los automóviles, entre otros; esto genera incomodidad e inseguridad a los usuarios (El país, 07 de enero de 2019).

Asimismo, a nivel nacional, en el Perú un trabajador es remunerado con un sueldo mínimo mensual de 930 soles. En la ciudad de Lima, los limeños gastan en pasaje un promedio de 50 soles semanales que representa un cinco por ciento de su remuneración para trasladarse por la ciudad utilizando el transporte público. Sin embargo, es una necesidad principal para poder movilizarse, puesto que, el setenta y cuatro por ciento utiliza dicho

servicio para ir a trabajar, mientras que el veinticinco por ciento en ir a sus respectivos centros de estudio y el uno por ciento realiza compras, visitan a familiares o amigos. Asimismo, el ochenta y dos por ciento de los limeños precisa que el tráfico le quita calidad de vida y el noventa por ciento cree que usaría más transporte público si mejora su nivel de seguridad. Por lo que se señala que, las autoridades son los únicos responsables que exista este tipo de problema (RPP Noticias, 17 de agosto de 2018).

Finalmente, a nivel local, el mercado automotriz de la provincia de Trujillo, es uno de los más dinámicos del país. Por lo cual, el parque automotor trujillano se ha convertido en el más importante del Perú. Actualmente, posee un aproximado de 360 mil vehículos con un crecimiento de 6% al año, el mercado trujillano esta segmentado en 3 diferentes tipos de servicios: autos de alta gama que representa el quince por ciento; por otro lado, tenemos el uso particular conformado por un cuarenta y cinco por ciento; mientras que para el servicio público y privado cuenta con un cuarenta por ciento, lo cual, está incluido el servicios de transporte público urbano, para dicho servicio están registradas un total de 16 compañías de microbuses y 45 de combis de los once distritos que conforman la ciudad de Trujillo. A pesar de ello tenemos un dato preocupante, de modo que en el año 2016 debieron retirarse 6 mil vehículos por su antigüedad, la mayoría pertenece al sector público, de los cuales 600 vehículos se retiraron del mercado automotriz, puesto a que esto le genera inseguridad para el usuario y conlleva a que esté insatisfecho (La República, 22 de febrero de 2017).

Ante las noticias presentadas anteriormente, se deduce que, el servicio de transporte público urbano es una necesidad esencial para la sociedad, por lo que tiene una alta demanda, dado que, permite movilizarse de un lugar a otro a las personas en el transcurso del día. Sin embargo, la mala calidad de servicio que ofrecen las empresas de este rubro no es el adecuado, debido a que muchas de las empresas obvian los reglamentos indicados por las leyes establecidas, por motivo que, a ellos solo le interesa su beneficio como empresa, además, sus vehículos antiguos provocan una alta contaminación al medio ambiente y eso perjudica a toda la sociedad que transita en las calles. Por ello, en este proyecto de investigación se identificó el perfil del usuario y su nivel de satisfacción que tienen ante el servicio. Asimismo, se considera que el servicio de transporte, es una necesidad principal para el crecimiento económico, considerándole como una fuente necesaria que ayuda el desarrollo del país, ya que, permite relacionarse entre ciudades, movilizándonos a las

personas que se trasladen de un lugar a otro y también se utiliza para cargar diferentes tipos de recursos. El servicio de transporte público urbano tiene como tarea principal relacionar al conductor con los usuarios, dinamizando la economía.

La motivación para realizar este proyecto de investigación, es que, nos damos cuenta que en la actualidad el transporte público urbano presenta una serie de deficiencias que perjudican la tranquilidad de las personas y la eficiencia del sector, el principal problema es la calidad de servicio, la alta congestión, exceso de pasajeros y la contaminación al medio ambiente, todo esto conlleva a la insatisfacción del usuario. Por ende, el objetivo de este estudio es diagnosticar la real situación y proponer una posible alternativa de solución para mejorar el problema de transporte urbano en el distrito El Porvenir, para que de esta manera mejore la calidad de servicio en el rubro de transporte público urbano en las empresas que pertenecen a su jurisdicción. El Porvenir, es uno de los distritos de la provincia de Trujillo, que se encuentra en constante crecimiento económico, pero encontramos uno de los problemas que le aquejan, que es el transporte público urbano, por ello, nuestra investigación pretende responder a la necesidad social, que consideramos que es fundamental dentro de la agenda ciudadana para su pronta solución y mejora.

Por otro lado, tomamos como precedente de la investigación la problemática de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A en el distrito El Porvenir, ya que, se ha detectado que las empresas no cumplen con las expectativas que requiere el usuario, por causa que, las empresas no brindan seguridad, trato amable por parte de los conductores, sobrepasan de pasajeros y el estado físico tanto interno y externo del vehículo, todo esto genera una insatisfacción para el usuario. Por lo tanto, las preguntas de investigación que se consideran luego de haber observado la realidad problemática son: ¿Cuál es el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019? ¿Cuál es su nivel de satisfacción del usuario en cuanto al servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019? ¿Qué factores conlleva a la decisión del usuario a usar el servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019? ¿Cuál es la relación entre el perfil del usuario de servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019?

Después de haber dilucidado la realidad problemática, se ha creído conveniente considerar antecedentes internacionales, nacionales y locales de artículos científicos y tesis que a continuación se detallan:

A nivel internacional tenemos, Obregón y Bentanzo (2015) en su artículo titulado “Análisis de la movilidad urbana de una ciudad media mexicana, caso de estudio: Santiago de Querétaro”, con el objetivo de precisar los motivos de viaje y su relación con las características socioeconómicas de los ciudadanos de la Zona Conurbada de México, cuya investigación fue de tipo transversal descriptivo y se realizó una encuesta a 2,349 hogares, llegando a la conclusión que, el sueldo que obtienen las personas contribuye significativamente en la decisión de elegir el medio de transporte, lo cual, el veintinueve por ciento de los encuestados de la Zona, ganan hasta dos salarios mínimos mensuales; el treinta y dos por ciento gana más de dos a cuatro salarios; el treinta y nueve por ciento gana más de cuatro veces de salario, de los cuales, los que tienen mayor ingreso tienen un ochenta y nueve por ciento que usan automóvil, mientras que los de bajo recursos representan un sesenta y cuatro por ciento que usan el servicio de transporte público; por otro lado, el treinta y seis por ciento prefieren andar a pie o en bicicleta; así mismo, se obtuvo diferentes motivos de viaje en un día típico laboral, lo cual, es considerado por diferentes porcentajes, el dieciocho por ciento trabaja en el sector servicios, el doce por ciento asiste a la escuela, el seis por ciento hace compras, el cuatro por ciento se moviliza por asuntos personales, el tres por ciento trabaja en el sector industrial, cuarenta y cuatro por ciento para regresar al hogar y el trece por ciento por otros motivos.

Por otro lado, Valarezo (2018) con su tesis titulada “Nivel de satisfacción de los usuarios que utilizan los servicios de transporte público buses rancheras interprovincial del cantón Santo Domingo”, con el propósito de estudiar el nivel de satisfacción del usuario en las cooperativas de transporte público interprovincial buses y rancheras del cantón Santo Domingo, el estudio que se desarrollo fue de tipo descriptivo correlacional, para lograr el objetivo de dicho estudio, se realizó una encuesta a 376 personas, lo cual, se llegó a la conclusión que, el ochenta y dos por ciento de las personas se encuentran insatisfechas, por lo que existe demora en el recorrido, inseguridad, no existe un trato cordial de respeto y amabilidad por parte del personal hacia el usuario, por lo tanto, se recomendó que se debería mejorar dicho servicio.

También tenemos, Abou y Fujii (2016) en su artículo titulado “Viajar efectos de satisfacción de los cambios en el uso del transporte público”, con el objetivo de utilizar incentivos a la gente para probar el transporte público y que pueda aumentar su satisfacción de viaje, cuya investigación fue experimental, para ello se utilizó una muestra de 67 participantes para el estudio, con la condición de que los participantes viajen dos a tres días a la semana en transporte público durante el periodo del estudio de dos meses, antes de ello, se aplicó una encuesta para identificar la satisfacción del viaje, las intenciones, las actitudes y las percepciones antes de hacer el experimento, se concluyó que, los incentivos para el uso de transporte público, son beneficios para el bienestar del usuario, lo cual, los sesenta y siete participantes, veinte de ellos, se cambiaron al transporte público, ya que es una opción necesaria para movilizarse y es más económico.

Kim et al. (2017) en su artículo titulado “Análisis de satisfacción del usuario para promover el transporte público: un reconocimiento de patrones de enfoque centrado en el tiempo fuera del vehículo”, con el objetivo de comprender la calidad de servicio deseado por el usuario sobre el indicador de la percepción, cuya investigación fue de tipo descriptivo que se aplicó una encuesta con una muestra de 1,017 encuestados, cuyos participantes se le pidió responder la información sociodemográfica y las características del uso del transporte público. Además, incluyo preguntas adicionales para explorar las medidas objetivas y valores de satisfacción, el resultado se midió a través de una escala de Likert, se concluyó que, la comprensión de la satisfacción del servicio de transporte público debe ser empleado por los políticos, para tomar decisiones considerando a los operadores y usuarios, de esta manera lograr satisfacer sus perspectivas y así llegar a mejorar el servicio de transporte público urbano.

A nivel nacional tenemos, Rivera (2017) en su estudio titulado “Gestión municipal de transporte urbano y la satisfacción del usuario en Lima Cercado, 2016”, su propósito fue definir la correlación que existe entre la gestión municipal de transporte público urbano y la tangibilidad del usuario en la ciudad de Lima, dicho estudio fue descriptivo correlacional, con un diseño no experimental, para el desarrollo se utilizó una muestra de doscientos cincuenta y cuatro usuarios de la línea de vehículos corredores azules y metropolitano que transitan en Lima cercado, las personas que están conformadas por trabajadores de la municipalidad y los de contratación administrativa de servicios, se concluyó que existe una

relación importante entre gestión municipal y satisfacción del usuario con el descubrimiento de valores calculados, donde el nivel de significancia es de 0.05 con un nivel de correlación significativa de 0,849 donde significa que tiene una correlación.

Modesto (2017) en su investigación “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional S.A.C - Huánuco, 2017”, su propósito fue determinar la correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la empresa de transportes terrestre de pasajeros GM Internacional, cuya investigación fue de tipo transversal descriptivo y explicativo como también correlacional donde se aplicó una encuesta a 282 clientes, se concluyó que, hay una relación significativa entre ambas variables, en lo cual, los resultados demostraron que la percepción de los usuarios en cuanto a la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción que obtienen después de haber obtenido el servicio, por lo tanto, se dice que, cualquier actividad que se desarrolle conlleva a mejorar la prestación del servicio y obtener satisfecho al usuario.

Asimismo a nivel local, Pizarro (2017) con su tesis titulada “Factores explicativos de la demanda de la calidad en el servicio de la empresa de transporte público de pasajeros en el distrito de Laredo, 2015”, cuyo objetivo fue dilucidar los agentes que establecen la demanda en la calidad en el servicio de las organizaciones de transporte público en Laredo, dicho estudio fue de tipo no experimental, transversal y descriptivo - correlacional, donde se hizo una encuesta a 377 personas que hacen uso de transporte público, se concluyó que, los agentes o indicadores que determinan la demanda del servicio público son: la manera de como maneja el chofer, el trato al usuario, imagen del vehículo, precio del pasaje y el tiempo que se demora durante su viaje, dichos indicadores conllevan a generar satisfacción al usuario.

Luna (2014) con su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la empresa de transporte ITTSA periodo Agosto - Diciembre 2013, Trujillo”, su objetivo fue identificar el grado de satisfacción de los clientes de la agencia de transporte ITTSA respecto al servicio de atención que brinda la empresa, dicha investigación fue de tipo no experimental - descriptiva, para lograr dicho estudio se aplicó un cuestionario a 150 usuarios, lo cual, se llegó a la conclusión que las prospecciones por parte de los usuarios de la empresa

ITTSA es bueno, siendo el rango de mayor porcentaje que atribuye a los usuarios es de cuarenta y siete por ciento del total de los usuarios encuestados.

Mendoza (2014) en su estudio titulado “Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa de transporte terrestre interprovincial Emtrafesa SAC - Trujillo, 2014”, tuvo como objetivo indicar el nivel de satisfacción del cliente y la calidad de servicio que brinda la empresa de transporte terrestre interprovincial Emtrafesa, cuya investigación fue de tipo descriptiva - transaccional, para alcanzar el objetivo se hizo una encuesta con 23 interrogantes a 361 usuarios de la empresa, llegando a la conclusión que, la calidad de servicio era de forma regular, lo cual, el cincuenta y ocho por ciento consideran estar muy satisfechos con el servicio que le brinda la compañía y un cuarenta y dos por ciento están satisfechos, ante ello podemos afirmar que la satisfacción del usuario depende de la calidad de servicio que le brindan las empresas.

Después de haber detallado cada uno de nuestros antecedentes encontrados para el estudio, proseguimos con la fundamentación teórica relacionada a las variables de estudio, para que de esta manera el informe sea más confiable, tal como a continuación se detalla. Para entender la teoría de las variables a estudiar, se requiere entender el término cliente, usuario o consumidor, es cualquier persona que recibe un servicio o producto.

El perfil del usuario que adquiere un servicio, se relaciona con las características de sus necesidades, que conlleva a identificar antes de tomar una decisión de adquirir algún servicio en específico propia del consumidor (Galindo y García, 2017).

Respecto a la definición, podemos deducir que, el perfil del usuario es identificado por sus necesidades del individuo que día a día toma la decisión para obtener un servicio que pueda satisfacer su necesidad.

Según, Rabit (1994) define el perfil del consumidor, como un conjunto de características que conforma factores personales, económicos, culturales y sociales que se diferencia una marca de un producto, los clientes de un establecimiento, por ejemplo, de un supermercado y los usuarios de cualquier servicio. Esto conlleva a identificar a través de un análisis de una investigación para conocer las características de los usuarios sobre el servicio

ofrecido (Mendoza, 2013), esta técnica ayuda a tomar decisiones y ofrecer un buen servicio para el usuario (Warner, 2006).

De acuerdo a la definición anterior, se afirma que, el perfil del usuario se obtiene a través de un análisis de investigación para saber las cualidades que le conlleva para tomar una decisión de comprar un servicio o un bien.

Por otro lado, Lerma (2004) afirma que, el perfil se refiere a las peculiaridades del usuario en cuanto al grupo social o nivel económico que se encuentre.

De acuerdo a las definiciones obtenidas, el perfil del usuario, es el conjunto de características de cada individuo, para identificar, conocer y entender a los clientes, esto permite tomar decisiones para proporcionar un servicio de calidad que logre satisfacer a la sociedad.

Hernandez (2001) menciona que, el perfil del usuario establece factores importantes para la información de servicios, para ello se debe hacer un estudio al usuario.

También, Kotler y Keller (2012) mencionan que, el perfil del usuario es generado por la conducta, que viene hacer la esperanza de satisfacción que espera recibir por un servicio, lo cual, el comportamiento del consumidor se ve influenciado por diferentes factores.

De acuerdo a los autores, el perfil del usuario es originado por diferentes tipos de comportamientos que expresa la persona, después de haber adquirido algún servicio o producto en cualquier establecimiento, además, existen diferentes tipos de elementos que conlleva a identificar a cada usuario de acuerdo a su compra.

Kotler y Keller (2010) explica los factores personales, son características que intervienen en la determinación de compra como: los diferentes grupos de edad que poseen necesidad y deseos diferentes o iguales; la dimensión de género, ya que es importante para la segmentación y conocer los gustos y preferencias, por otro lado, tenemos el estado civil del individuo cuya variable tiene efecto en las prioridades de gasto del consumidor y por

último, el sitio donde viven y el grado de instrucción, lo cual, es importante conocer para identificar su nivel socioeconómico.

De acuerdo la definición anterior, los factores personales son rasgos peculiares internos del usuario, que conlleva a la decisión de compra, donde se identifica los datos personales del individuo.

Solé (2003) explica que, los factores sociales son un conjunto de personas que comparten ideas para lograr metas individuales o comunes influyendo comportamientos e intereses diferentes.

Los factores sociales, son la integración de la sociedad que poseen propósitos y valores en común, para obtener un beneficio propio del bien o servicio elegido.

Kotler y Armstrong (2013) menciona que, el factor económico son aspectos relacionados con los ingresos sobre los índices económicos del país, uno de ellos, es el nivel de ingreso que tiene una persona, este es un elemento esencial para cada persona después de haber brindado su servicio a una empresa pública o privada, esto conlleva a tomar una decisión de compra sobre la capacidad de pago después de haber adquirido un servicio o producto.

De acuerdo a la definición del factor económico, se entiende que dicho elemento es una necesidad primordial para la sociedad, lo cual, influye en el momento que una persona va elegir comprar un producto o servicio al alcance de su economía.

Kotler y Keller (2012) menciona los factores culturales, la principal influencia del comportamiento de obtener un producto o servicio en específico es la familia, debido a la clase social que pertenecen y la costumbre que a diario lo realizan de manera natural de generación a generación.

Los factores culturales, son influencias externas de la sociedad, que conlleva a tomar una decisión a una persona, para adquirir un servicio o producto, como, por ejemplo, muchas veces las personas eligen comprar un producto o servicio, por que obtuvieron recomendaciones de cuyo servicio, lo cual, pueda satisfacer sus deseos o necesidades.

Arellano (2002) manifiesta que los factores psicológicos, intervienen antes que el usuario o cliente determine adquirir un servicio o producto, se clasifica en la motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes.

Los factores psicológicos, es una modalidad que tiene un individuo para comportarse de una manera distinta ante los hábitos de la vida, como la decisión de compra que el cliente opta, puede influir por la ubicación, la rapidez del servicio, precio y la cantidad de veces que consume un producto o adquiera algún servicio en específico.

Todos los factores explicados por los diferentes autores, conllevará a identificar el perfil de cada usuario de los que adquieren este tipo de servicio de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. y así obtendremos la información requerida para la investigación.

Siguiendo con la base teórica, definiremos la variable de satisfacción del usuario, que se detallará en las siguientes definiciones de diferentes autores.

Según, Kotler (2003) determina que el nivel de satisfacción del usuario resulta del estado de ánimo de la persona cuando compara que tan útil ha sido el servicio con respecto a su percepción en comparación con las expectativas que tenía.

Con respecto a la definición anterior se puede decir que, el usuario estará satisfecho si el servicio o producto cumple con sus expectativas.

Por otro lado, Kotler y Keller (2010) definen el nivel de satisfacción del usuario está relacionado por los resultados que las empresas brinden un servicio de calidad y puedan superar sus expectativas del usuario. Asimismo, la satisfacción es una noción de placer o también puede ser una decepción posteriormente de haber adquirido un bien o servicio.

De acuerdo a la definición, la satisfacción es el resultado de sus expectativas del usuario después de haber obtenido dicho servicio, está basado sobre el nivel de satisfacción que refleja el comportamiento para tomar una mejor decisión, como también se reflejara si recomienda o no el servicio.

Por otro lado, Hernandez y Maurbert (2009) afirman que el nivel de satisfacción es la opinión que tienen el cliente, ante el valor del bien o servicio que ofrecen las empresas públicas y privadas, lo cual, esto permite tomar una decisión y evaluar los resultados juntamente con las expectativas que tenía el usuario.

El nivel de satisfacción, es el resultado del punto de vista u opinión que el cliente o usuario identifica, para comprobar si cumple con las expectativas o sobrepasa de lo que espera, tendrá su cliente satisfecho y fidelizado, lo cual, obtendrá beneficios, ya que será recomendado a otras personas.

Sin embargo, Kotler (2001) menciona que la calidad en el servicio, es una dimensión muy importante para lograr satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad, mayormente en los servicios públicos que se brinda a la sociedad.

La satisfacción, va a depender mucho de la calidad de servicio que brinde la organización para el usuario, por ejemplo, según estudios realizados dan entender que el usuario del transporte público, siempre se fija en las características del vehículo, como también en la seguridad que le brinde.

Hoffman y Bateson (2012) definen la calidad de servicio, son las características que presenta el servicio que brinda la organización, es evaluada a lo largo del periodo que se está aprovechando el servicio, lo cual, el usuario presentará actitudes que conllevaran a la satisfacción o la insatisfacción y esto es evaluado en un corto plazo.

La calidad del servicio, es la contestación ante el cliente en el momento que se está adquiriendo el servicio, mientras que la satisfacción es la suma de varios procesos para cumplir las expectativas del usuario.

Asimismo, Tse et al. (1990) explica que la satisfacción del usuario está relacionada con la calidad del servicio y el bienestar que brinda la organización después de haber adquirido el bien o servicio.

También, Zeithaml y Parasuraman (2004) afirman que el nivel de satisfacción del usuario no siempre va a depender de la calidad de servicio que brindan las empresas, sino también de las expectativas y la percepción del servicio. En otras palabras, el usuario se puede encontrar satisfecho cuando el servicio cubre sus necesidades o expectativas.

De acuerdo a las definiciones anteriores, se puede definir que el nivel de satisfacción, es un valor percibido por el usuario, de acuerdo a sus expectativas del servicio brindado. En efecto es muy importante que las empresas conozcan el nivel de satisfacción de cada usuario, para que pueda tomar decisiones que le permitirá mejorar su situación actual.

Por otro lado, Casermeiro (2011) menciona que es importante tener satisfecho al usuario, ya que permite lograr un lugar en la mente de la persona y por lo cual logrará obtener una buena imagen como organización.

Con respecto a la cita anterior, se afirma que, si las empresas tienen satisfechos a los usuarios o consumidores obtendrán beneficios para la organización, por lo tanto, el usuario se fidelizará con la organización y así obtendrá una buena imagen a causa de acreditación del servicio brindado.

Asimismo, Fresno (2011) afirma que la satisfacción de los clientes es la repetición de adquirir el mismo servicio o producto y conlleva a dar recomendaciones a la sociedad. Esto es útil tanto para las empresas públicas o privadas, por lo que les interesa que sus clientes se mantengan satisfechos después de adquirir un bien o servicio.

Si el cliente se encuentra satisfecho optará una y otra vez por el mismo servicio e incluso volviéndose fiel a la empresa, dará recomendaciones a cerca del servicio o producto que brinda la organización.

Por otro lado, tenemos los niveles de satisfacción, se da posteriormente de que el individuo adquirió el bien o servicio, lo cual, el cliente durante el proceso de obtener un servicio experimenta uno de los niveles de satisfacción que es la insatisfacción, resulta cuando el bien o servicio no desempeñó de acuerdo con sus expectativas del individuo; la satisfacción, refleja cuando el bien o servicio logra con las expectativas del cliente es decir

están en el mismo nivel y como último tenemos la complacencia, se percibirá cuando el producto o servicio logra estar sobre las expectativas del cliente (Kotler, 2001).

De acuerdo a la cita anterior, se dice que todas las empresas deben alcanzar con las expectativas del usuario para que haya un buen grado de satisfacción, lo cual, se recomienda que el producto o servicio logren su desempeño igual o sobrepasen a las expectativas del cliente.

De esta manera, Ildefonso (2005) define “el nivel de satisfacción, como el resultado de la comparación de la percepción de los beneficios que obtiene con las expectativas que tenía de recibirlos”, por otro lado, considera las siguientes dimensiones referidas a la satisfacción del usuario de transporte público.

Define la comodidad como un conjunto de circunstancias que rodea al individuo para estar cómodo y placentero (Ildefonso, 2005).

La comodidad es un grupo de factores tangibles que necesita la persona para estar a gusto y tener un descanso agradable.

Además, define la seguridad como la ausencia de riesgo que implica la forma correcta de hacer las cosas, eliminando peligros y previniendo accidentes que se pueden dar en la vida (Ildefonso, 2005).

La seguridad es estar libre de riesgos y peligros, para que de esa manera se pueda evitar un accidente o incluso la muerte.

Zeithaml (1988) explica el valor percibido como la percepción de lo que recibe, ya sea un producto o servicio a cambio de pagar por ello.

Martín, Barroso y Martín (2004) afirman, el valor percibido es la respuesta mental más que emocional, por ello en lo principal tenemos la satisfacción, en donde se obtiene beneficios como también sacrificios que soporta una persona para obtener un servicio.

De acuerdo a las definiciones anteriores sobre el valor percibido se puede definir que, el valor percibido del servicio es la opinión del usuario en donde el beneficio o sacrificio que haya tenido son procesados en el mismo momento en la mente del usuario, lo cual, está relacionado lo que el cliente recibe a cambio de su dinero.

Por último, Ildelfonso (2005) define imagen, como algo que se puede visualizar mediante las características que presenta el servicio tanto como interno y externo o marca en específico. Por otro lado, Costa (2004) menciona que la imagen es la percepción material como una identidad, también se enfoca en valores funcionales, psicológicos y emocionales referidos a la marca de un producto o servicio, es decir la imagen es lo que la persona tiene en la mente, lo cual, eso genera la decisión de compra.

La imagen se refiere a las características que presenta un bien o servicio lo cual está siempre percibida por el cliente para tomar una decisión de obtener un producto o servicio siempre cuando alcance a las expectativas que la persona quiere.

Dando por concluido con nuestro marco teórico con respecto a nuestras dos variables, pasamos a formularnos la siguiente interrogante que viene a ser el problema del estudio. ¿Qué relación existe entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir 2019?

Después de haber presentado nuestro marco teórico y formularnos la interrogante que será desarrollada en transcurso de la investigación, procedemos a justificar nuestro proyecto de investigación.

El proyecto de investigación tiene por conveniencia, determinar la relación entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019, con el fin de identificar el perfil del usuario sobre la toma de decisión para utilizar el transporte público y conocer su nivel de satisfacción ante el servicio brindado.

En el marco de la relevancia social, beneficiará a todos los usuarios del servicio de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A., ya que tras conocer el perfil del usuario e identificar la medición de los niveles de satisfacción, buscaremos entregar un plan de acciones de mejora para que las empresas tomen medidas

correspondientes e incrementen su calidad de esta manera contribuyan en que el usuario esté satisfecho.

Por otro lado, la investigación tiene implicancias prácticas, ya que tras conocer los resultados se propondrá un plan de mejora y recomendaciones que solucionaran el problema a futuro, por lo que permitirá a las empresas tomen decisiones, en cuanto a su forma de servicio que brindan para mejorar su calidad de servicio, por consiguiente, es posible que esta investigación pueda servir como elemento para la toma de decisiones de otras empresas. Por último, es importante señalar la utilidad metodológica, dado que, para obtener la información del presente estudio, se ha creado una encuesta, de acuerdo a las variables de estudio, esto permitirá enriquecer y presentar confiabilidad ante nuestros datos obtenidos, lo mismo servirá como aporte para otras investigaciones.

Ante nuestra justificación presentada del estudio con referencia a las variables, seguidamente tenemos los objetivos que han sido el camino para la investigación, puesto que el objetivo general es determinar la relación entre perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019. Por otro lado, los objetivos específicos son: Identificar el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019; identificar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019; determinar la relación entre la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano y los indicadores del perfil en el distrito El Porvenir, 2019; proponer un plan de acciones para incrementar la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Seguidamente, tenemos las hipótesis de estudio, que serán afirmadas o negadas, al transcurso de la obtención de resultados de nuestra investigación.

Hi: Existe relación entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019.

H0: No existe relación entre perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de estudio

Aplicada, debido a que se ha utilizado los conocimientos desarrollados por la ciencia, lo cual, permiten conocer el fenómeno de las variables en un contexto de estudio y dar una posible solución eficiente.

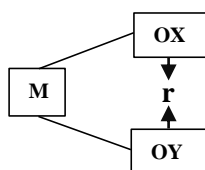
2.1.2. Diseño

No experimental con un enfoque cuantitativo, ya que no se manipula las variables del estudio, sino se observa los acontecimientos tal y como se dan con sus características naturales para luego poder analizarlo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Transversal, permite obtener la información o datos en un mismo momento, es decir en un tiempo único y en una población determinada.

Correlacional, porque permite conocer la relación entre las dos variables del estudio.

El esquema correspondiente al diseño descriptivo correlacional es:



Dónde:

M : muestra

OX : 1° variable Perfil del usuario

OY : 2° variable Nivel de satisfacción

r : relación entre las variables

2.2. Operacionalización de variables

Variable 1 : Perfil del usuario

Variable 2 : Nivel de satisfacción

Matriz de operacionalización de las variables perfil del usuario y su nivel de satisfacción

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de valores
Perfil del Usuario	El perfil del usuario es generado por la conducta del comportamiento, ya que es influenciado por diferentes factores (Kotler y Keller, 2012).	Esta variable se midió a través de un cuestionario, fue aplicado a los usuarios de la empresa Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir, para identificar el perfil del usuario.	Factores personales	Género	Nominal
				Edad	
				Ocupación	
			Factores sociales	Tipo de rol en la familia	
				Nivel de ingreso	
			Factores económicos	Gasto semanal del servicio	
				Motivo de viaje	
Factores culturales	Frecuencia de uso del servicio				
	Factores psicológicos	Accesibilidad del servicio			
Satisfacción del usuario	El nivel de satisfacción, es el resultado de la comparación de la percepción de los beneficios que obtiene con las expectativas que tenía de recibirlos (Ildefonso, 2005).	Para medir la variable se utilizó un cuestionario en escala de Likert, fue aplicado a los usuarios de la empresa Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir, para identificar el nivel de satisfacción de los usuarios que adquiere este tipo de servicio.	Comodidad	Asientos disponibles	Ordinal
				Capacidad de personas dentro del micro	
				Ingreso de ambulantes	
			Seguridad	Nivel de volumen de música	
				Velocidad	
				Forma de manejo	
			Valor percibido	Implementos de seguridad	
				Señales de emergencia	
				Tiempo de viaje	
			Imagen	Tarifa del pasaje	
Cortesía del conductor y cobrador					
	Limpieza interior del micro				
	Estado físico del micro				

Nota: Dimensiones e indicadores de Perfil del usuario según, Kotler y Keller (2012).

Dimensiones e indicadores de Nivel de satisfacción según, Ildefonso (2005).

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

La población con la que se trabajó, está constituida por los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. específicamente los habitantes del distrito El Porvenir. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el distrito El Porvenir de Trujillo cuenta con 126,326 habitantes mayores de 14 años considerados en edad de trabajar hasta los 64 años, según informes del último censo Nacional 2017.

2.3.2 Muestra

Para determinar la muestra, se utilizó la fórmula estadística la cual nos indica la cantidad de usuarios del servicio de transporte público que deben ser encuestados.

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

Dónde:

- n = muestra a encontrar
- N = 126,326 total de población
- $Z^2 = 1.96$ (Nivel de confianza: 95%)
- $p = 0.5$ proporción de espera
- $q = 0.5$ probabilidad no esperada
- $E =$ margen de error de 5% = 0.05

Entonces la muestra será determinada de la siguiente manera.

$$n = \frac{126,326 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (126,326 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 382$$

El tamaño de la muestra es de 382 usuarios de transporte público urbano en el distrito El Porvenir.

2.3.3 Muestreo

La técnica de muestreo es probabilístico de tipo aleatorio simple, esta técnica permite elegir a las personas que deben ser encuestadas, por lo que mayormente los individuos de la zona tendrán la misma probabilidad de ser elegidos, para formar parte de la muestra.

2.3.4 Criterios de inclusión de la muestra

Usuarios de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, que utilizan el servicio de transporte público urbano con la edad de 14 años hasta 64 años.

2.3.5 Criterios de exclusión de la muestra

Usuarios de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, que utilizan el servicio de transporte público urbano menores de 13 años y mayores de 65 años de edad.

2.3.6 Unidad de análisis

Cada usuario que utiliza el servicio de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. o El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, 2019.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica de recolección

La técnica utilizada fue una encuesta conformada por 29 ítems, la primera variable conformada por 11 ítems con una escala nominal, mientras que la segunda variable tiene 18 ítems en escala de Likert (ordinal), esto permitió obtener datos confiables para el desarrollo de la investigación, y así medir el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción.

Hernández et al. (2014) define la encuesta como una técnica práctica, muy útil, versátil, sencilla y objetiva para la investigación social, ya que permite obtener datos reales para un amplio análisis.

2.4.2 Instrumento de recolección de datos

El instrumento que se utilizó para la obtención de datos es un cuestionario, se aplicó a los 382 usuarios de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, específicamente los usuarios de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. Asimismo, Hernández et al. (2014) menciona que el cuestionario es la herramienta más utilizada para la investigación social, porque aprueba una respuesta directa a través de la hoja de preguntas que se le brinda a cada individuo encuestado.

Técnica e instrumento

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Perfil del usuario	Encuesta	Cuestionario
Satisfacción	Encuesta	Cuestionario

Nota: Elaboración propia

Dicho instrumento está elaborado de acuerdo a las dimensiones de cada variable:

Ítems de cada variable

VARIABLES	DIMENSIONES	ÍTEMS
Perfil del usuario	Factores personales	Preguntas 1, 2 y 3
	Factores sociales	Pregunta 4
	Factores económicos	Preguntas 5, 6 y 7
	Factores culturales	Preguntas 8 y 9
	Factores psicológicos	Preguntas 10 y 11
Satisfacción del usuario	Comodidad	Preguntas 12, 13, 14, 15,16 y 17
	Seguridad	Preguntas 18, 19, 20, 21 y 22
	Valor percibido	Preguntas 23, 24,25, 26 y 27
	Imagen	Preguntas 28 y 29

Nota: Elaboración propia

2.4.3 Validez

Según, Hernández et al. (2014) es el grado con el instrumento que se medirá; representado por los componentes de las variables estudiadas.

El instrumento de diagnóstico, ha sido validado a través de una matriz de validación juntamente con la matriz de operacionalización y el respectivo cuestionario de ambas variables, lo que permitió a los especialistas, determinar la claridad y congruencia de los ítems, lo cual ayudo a mejorar el cuestionario. Una vez revisado por los docentes de la Universidad César Vallejo, fue firmado en la constancia de validación, con ello se puede realizar la aplicación correspondiente a la muestra piloto.

Por lo tanto, ha sido analizado y validado por expertos en el tema, conformados por cinco especialistas y una metodóloga, siendo como total 6 validaciones:

- Mg. Waldo Caballero Mujica.
- Mg. Patricia Rodríguez Kong.
- Mg. José Alexander Guevara Ramírez.
- Mg. Wilfredo Santiago Bocanegra Merino.
- Mg. Enrique Erickson Alcántara Mejías.
- Mg. Jenny Alva Morales.

2.4.4 Confiabilidad

La confiabilidad es un instrumento que mide los resultados, que tengan las mismas cualidades en las repetidas veces que sea aplicada el instrumento, así sea a la misma persona que fue aplicada anteriormente (Hernández et al. 2014).

Para medir el nivel de fiabilidad del cuestionario, se realizó la encuesta a una muestra piloto de 49 usuarios de transporte público urbano, posteriormente para calcular el coeficiente de Alfa de Cronbach.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Dónde:

- K (Número de ítems)
- V_i (Varianza de cada ítem)
- V_t (Varianza total)
- α (Alfa)

Estadísticas de fiabilidad
Variable de Satisfacción del usuario

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,823	,829	18

Nota: Elaboración propia

Las herramientas estadísticas que fueron utilizadas fue el software SPSS versión 25.0 y la hoja de cálculo Excel para realizar el análisis y procesar los datos de la investigación, de esa manera obtener la fiabilidad del instrumento de satisfacción del usuario, lo cual indica que el instrumento es confiable, por la que se obtuvo un coeficiente de 0.823, lo cual indica que es buena (Anexo 04).

2.5. Procedimiento

Para el procesamiento de los datos se utilizó el software IBM SPSS versión 25.0 y la hoja de cálculo Excel, lo cual permitió calcular la relación de las variables de estudio.

2.6. Métodos de análisis de datos

El análisis de datos fue mediante la estadística descriptiva, en la cual, se realizó el estudio de la muestra de las variables y su comportamiento, se tabuló la información para sintetizar los datos con un soporte estadístico, lo cual permitió elaborar tablas y figuras estadísticas, mediante el contraste de la prueba de hipótesis de Chi-cuadrado, así mismo la distribución de frecuencia sobre los datos obtenidos del cuestionario se tabularon en el Excel de manera ordenada que proporciono un análisis rápido para identificar los nivel: alto, medio y bajo, sacando los intervalos (Anexo 09).

2.7. Aspectos éticos

En lo referente a la aplicación del instrumento de la investigación se consideró aspectos éticos como el compromiso y responsabilidad en el desarrollo del proyecto, por otro lado, se tuvo presente la sinceridad de los resultados y el respeto por propiedad intelectual.

Por otro lado, en cuanto a los aspectos éticos para la investigación se utilizó el formato APA, respetando así los derechos de las ideas del autor original en las citas, evitando la falsedad y plagio, respetando la propiedad intelectual de los autores.

La información obtenida estará a disponibilidad y servicio para el público, se requiere tener en cuenta a los colaboradores del estudio, por otro lado, en el desarrollo del tema se ha tenido en cuenta la honestidad, como también en la obtención de la información, teniendo en cuenta la veracidad de la información, por lo que se podrá revisar la autenticidad de los datos que se obtuvo respetando la participación del estudio.

III. RESULTADOS

Objetivo específico 01: Identificar el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Tabla 3.1

Género del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Género	N° de personas	Porcentaje
Femenino	197	52%
Masculino	185	48%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.1 se observa que, el género que más predomina en el uso de servicio de transporte público urbano es femenino que representa un 52%, debido a que las mujeres se responsabilizan tanto en el trabajo productivo y doméstico, ya que es un medio de transporte que les facilita movilizarse de un lugar a otro; por otro lado, el género masculino representa un 48% no tan distante, ya que opta por este medio o su propio medio de transporte de acuerdo al tiempo de salida a su lugar de trabajo productivo.

Tabla 3.2

Edad del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Edad	N° de personas	Porcentaje
Entre 14 a 26 años	232	61%
Entre 27 a 39 años	85	22%
Entre 40 a 52 años	43	11%
Entre 53 a 64 años	22	6%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.2 se percibe que, más de la mitad de los usuarios encuestados que utilizan el servicio de transporte público urbano oscila en el rango entre 14 a 26 años que representa un 61%, debido a que se movilizan a sus centros de estudios o actividades extracurriculares, seguido por el 22% que tiene un rango entre 27 a 39 años por la razón que usan el servicio de transporte público para ir a sus centros de labores, mientras que el rango de edad que tiene menor impacto es entre 53 a 64 años que representa 6% que utilizan para visitar a sus centros médicos e ir de compras.

Tabla 3.3

Ocupación del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Ocupación	N° de personas	Porcentaje
Estudiante	180	47%
Trabajador dependiente	94	25%
Trabajador independiente	79	21%
Ama de casa	21	5%
Otros	8	2%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.3 se aprecia que, los usuarios encuestados que utilizan el servicio transporte público urbano en su mayoría son estudiantes que representa un 47%, debido a que es el medio de transporte más económico por la tarifa que paga un universitario o colegial; por otro lado, el usuario es trabajador dependiente representado por un 25% por la razón que se dirigen a sus centros de trabajo, asimismo el menor porcentaje representa un 5%, ya que es utilizado por amas de casa que utilizan para ir al supermercado o visitar algún familiar.

Tabla 3.4

Rol en la familia que ocupa el usuario de servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Rol de la familia	N° de personas	Porcentaje
Hijo o Hija	232	61%
Padre o Madre	150	39%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.4 se observa que, el usuario que utiliza el servicio de transporte público urbano en cuanto al rol de la familia que predomina es hijo o hija, representa un 61% debido a que son jóvenes estudiantes que se dirigen a sus centros de estudios, mientras que el 39% de encuestados señaló que es padre o madre debido a que acompañan a sus hijos al colegio o realizan gestiones en el hogar y/o trabajo, donde se observa la diferencia de 22 puntos porcentuales.

Tabla 3.5

Ingreso promedio del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Ingreso mensual	N° de personas	Porcentaje
Menos de 299 soles	136	36%
Entre 300 a 599 soles	72	19%
Entre 600 a 899 soles	57	15%
Entre 900 a 1,999 soles	54	14%
Entre 1,200 soles a más	63	16%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.5 se observa que, la mayoría de usuarios que utiliza el servicio de transporte público urbano tienen un ingreso mensual promedio menos de 299 soles que representa un 36%, debido que la gran parte de los usuarios son estudiantes, ya que algunos se dedican a trabajar por horas, en comparación al 19% que tienen un ingreso promedio entre 300 a 599 soles, hay una diferencia de 17 puntos porcentuales, debido que no tienen un trabajo fijo, a comparación con los demás rangos que se mantienen en una diferencia de un punto porcentual.

Tabla 3.6

Gasto semanal del usuario por el servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Gasto semanal	N° de personas	Porcentaje
Menos de 4 soles	44	12%
Entre 5 a 9 soles	106	28%
Entre 10 a 14 soles	114	30%
Entre 15 a 19 soles	37	10%
Entre 20 soles a más	81	21%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.6 se aprecia que, el promedio de gasto semanal que tiene el usuario por utilizar el servicio de transporte público predomina entre 10 a 14 soles que representa el 30%, seguidamente por un 28% que es un gasto entre 5 a 9 soles, en lo cual hay una diferencia de 2 puntos porcentuales, dicho indicador tiene mucho que ver con la frecuencia de viaje y la tarifa que paga el usuario, según Tabla 7.1 (Anexo 07), se identificó que la tarifa que más predomina es el urbano que representa un 58%, debido a que son conscientes que es más económico, seguidamente por el 21% que paga la tarifa de universitario, mientras que la tarifa menos predominante es la escolar que representa 10%.

Tabla 3.7

Motivo de viaje del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Motivo de viaje	N° de personas	Porcentaje
Estudios	165	43%
Trabajo	151	40%
Compras	36	9%
Visitas	13	3%
Otros	17	4%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.7 se percibe que, el motivo que predomina más por utilizar el servicio de transporte público urbano es para ir a estudiar y trabajar, lo cual representa un 83%; por otro lado, dicho servicio es menos utilizado para ir de visitas, lo cual representa un 3%.

Tabla 3.8

Frecuencia de viaje del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Frecuencia de viaje	N° de personas	Porcentaje
Unidireccional	157	41%
Bidireccional	225	59%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.8 se observa que, los usuarios que utilizan el servicio de transporte público urbano es utilizado en su mayoría de forma bidireccional que representa un 59%, es decir que optan tanto de ida como de vuelta a su hogar, según Tabla 7.3 (Anexo 07), se percibe que la mayoría de los encuestados utilizan el servicio 16 veces a la semana de una forma bidireccional que representa un 44%, en comparación con la frecuencia de viaje menos relevante es de 24 veces a la semana que representa un 16%, estos resultados están relacionados de acuerdo con el motivo de viaje de los usuarios; mientras que un 41% de usuarios utilizan el servicio de una forma unidireccional, porque también optan por otro tipo de transporte como es: taxi, colectivo, combi o incluso a pie, según Tabla 7.2 (Anexo 07), se percibe que la frecuencia de viaje unidireccional de los usuarios encuestados del servicio de transporte público, el que más predomina es 3 veces a la semana que representa un 50%, mientras que la frecuencia que menos predomina es 5 veces a la semana que representa un 18 %.

Tabla 3.9

Accesibilidad de uso por el servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Accesibilidad de uso	N° de personas	Porcentaje
Económico	256	67%
Cómodo	26	7%
Rápido	12	3%
Seguro	12	3%
Única opción de transporte	76	20%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.9 se observa que, el motivo que más predomina por utilizar el servicio de transporte público urbano es por ser más económico que representa un 67%, seguidamente de un 20% por ser la única opción de transporte, en comparación al menos relevante es que el servicio es rápido y seguro que representan un 6%.

Tabla 3.10

Accesibilidad de distancia por el servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Accesibilidad de distancia	Total	Porcentaje
Cercano	125	33%
Intermedio	174	46%
Lejano	83	22%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.10 se aprecia que, la gran mayoría de los usuarios encuestados respecto a la accesibilidad de distancia de tomar el servicio de transporte público urbano, mayormente es intermedio que representa un 46%, en comparación con la accesibilidad menos relevante es lejano que representa el 22%, si bien es cierto entre las tres opciones no existe mucha diferencia, ya que oscila entre 13 y 11 puntos porcentuales.

Objetivo específico 02: Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Tabla 3.11

Niveles de Satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	15	4%
Medio	277	73%
Bajo	90	24%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.11 se observa que, el 73% de los usuarios encuestados afirma que existe un nivel medio de satisfacción con respecto al servicio brindado de las empresas precedentes de Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir 2019. En la Figura 8.1 (Anexo 8), presenta la información del nivel de satisfacción de acuerdo a cada dimensión de la variable satisfacción, obteniendo así en la dimensión de comodidad un 62% de usuarios presentan un nivel de satisfacción medio con respecto a los asientos del micro, la capacidad de personas, el ingreso de ambulantes y el nivel de música, por otro lado, en la dimensión de seguridad se obtuvo que un 53% de usuarios tienen un nivel bajo de satisfacción con respecto a la velocidad que transita el vehículo, la forma de manejo del conductor, los implementos de seguridad y sobre todo las señales de emergencias que tiene que tener cada unidad de transporte, así mismo en la dimensión valor percibido un 53% de usuarios presentan un nivel de satisfacción medio con respecto al tiempo que se dirige el usuario a su lugar de destino, la tarifa que paga y sobre todo la cortesía por parte del conductor y/o cobrador, por último, en la dimensión imagen un 54% de usuarios presentan un nivel bajo de satisfacción con respecto a la limpieza interna del vehículo y el estado físico para poder brindar este tipo de servicio.

Objetivo específico 03: Determinar la relación entre la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano y los indicadores del perfil en el distrito El Porvenir, 2019.

Tabla 3.12

Relación entre satisfacción y los indicadores de perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Relación		Indicadores de perfil del usuario										
		Género	Edad	Ocupación	Rol familiar	Ingreso	Tarifa	Gasto	Motivo	Frecuencia	Accesibilidad	Distancia
Chi-cuadrado de Pearson	Sig. asintótica (2 caras)	,269	,899	,606	,603	,865	,002	,004	,566	,015	,000	,087
Satisfacción	Razón de verosimilitud	,267	,890	,433	,600	,865	,004	,011	,439	,016	,023	,082
	N de casos válidos	382	382	382	382	382	382	382	382	382	382	382

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.12 se observa que, hay una correlación significativa entre la satisfacción del usuario de servicio de transporte público urbano con la tarifa que paga por el servicio que recibe, de igual manera se aprecia una correlación con el gasto semanal que tiene el usuario por utilizar el servicio de transporte público, asimismo se percibe que hay una correlación con la frecuencia de uso que viene a ser la cantidad de veces que utiliza a la semana el usuario dicho servicio, por último observamos que existe una correlación con la accesibilidad que tiene el usuario por utilizar el servicio de transporte público, por lo que, dieron a entender que utilizan dicho servicio por ser más económico. Por todo lo mencionado, se determina que existe una correlación, ya que los valores de la significancia son 0.002, 0.004, 0.015 y 0.000 los cuales son menores de 0.05. Sin embargo, se observa también que en los indicadores de perfil del usuario como: género, edad, ocupación, rol en la familia, ingreso mensual, motivo de viaje y distancia, no existe asociación con la variable satisfacción porque sus valores oscilan entre 0.269, 0.899, 0.606, 0.603, 0.865, 0.566 y 0.087, siendo mayores que el nivel de significancia.

Contrastación de hipótesis

Tabla 3.13

Relación entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y el nivel de satisfacción del usuario en el distrito El Porvenir, 2019.

Relación		Nivel de satisfacción
Chi-cuadrado de Pearson	Sig. asintótica (2 caras)	,876
Perfil del usuario	Razón de verosimilitud	,690
	N de casos válidos	382

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 3.13 se aprecia que, no existe una relación entre el perfil del usuario de servicio de transporte público urbano con el nivel de satisfacción a nivel general, aun cuando existen ciertas correlaciones en algunos indicadores, ya que, existe una significancia mayor de 0.05, por lo tanto, se acepta H_0 y se rechaza la hipótesis de investigación, se entiende que el perfil del usuario no se asocia con el nivel de satisfacción que recibe el usuario por el servicio que le brindan las empresas de servicio de transporte público urbano.

IV. DISCUSIÓN

En la investigación se percibió que hoy en día, los usuarios del servicio de transporte público urbano requieren recibir un mejor servicio y que puedan cumplir con sus expectativas. Además, el usuario cada día identifica el cambio que realizan las empresas tanto en el interior y exterior del microbús, como el trato que le da el conductor y/o cobrador al momento de subir a la unidad o cuando identifica si es la letra y número correcta de su ruta a donde se dirige, como también si la unidad es nueva o antigua; por ello, se recopiló la información de los usuarios que utilizan dicho servicio para identificar el perfil y el nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado de las empresas precedentes Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, con el propósito de que las empresas tomen conciencia que no están brindando un servicio adecuado que puedan satisfacer las necesidades del público. Sin embargo, si las empresas de transporte público mejoraran la calidad de servicio, mejorará su imagen.

Se aplicó una encuesta a los usuarios del servicio de transporte público urbano en las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, lo cual, se encontraron limitaciones para poder llevar a cabo el desarrollo de las encuestas, debido a que algunos usuarios encuestados evidenciaron su incomodidad al momento de pedirles que nos puedan colaborar en el llenado del cuestionario con respecto a la variable del perfil del usuario, pero se les explicó que es para el desarrollo de una investigación de tesis y que son datos aproximados para lograr obtener datos confiables y poder desarrollar los objetivos propuestos del estudio.

En la Tabla 3.1 a la 3.10 en los resultados obtenidos señalan que, el perfil del usuario es de género femenino con un rango de edad de 14 a 26 años, como rol de la familia es hijo o hija que se dedica a estudiar o trabajar, tiene un ingreso mensual menos de 299 soles y que gasta entre 10 a 14 soles semanales aproximadamente por utilizar el servicio de transporte público urbano de forma bidireccional, ya que es el único acceso más económico, esto se corrobora con lo señalado por Villanueva y Palermo (2005) quienes concluyen que, las mujeres tienen una fuerte participación en el uso de transporte público, debido a que son amas de casa y tienen diferentes actividades en el hogar, como: llevar a los niños a la escuela, ir al supermercado o incluso ir a trabajar y a la vez ir a estudiar, además indica tener un fuerte flujo de estudiantes como también personas de la tercera edad. Asimismo, se reafirma con

lo señalado por Obregón y Bentanzo (2015) quienes concluyen que, el sueldo que obtienen las personas contribuye significativamente en la decisión de elegir el medio de transporte. Por lo tanto, se concluye que el perfil del usuario de servicio de transporte público urbano, son personas jóvenes que en su mayoría se dedican a estudiar y trabajar, optando por el servicio de transporte público para movilizarse a sus respectivos lugares y así realizar sus actividades durante el día, dicho servicio es accesible por ser más económico por la tarifa que el usuario paga, además, está vinculado con su nivel socioeconómico de cada usuario.

En la Tabla 3.11 los resultados obtenidos señalan que, los usuarios encuestados no se encuentran satisfechos con el servicio que les brindan las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. en el distrito El Porvenir, donde se identificó que, el usuario tiene un nivel de satisfacción medio, por motivo que las empresas no cumplen con sus expectativas, muchos de ellos manifestaron que el medio de transporte no presenta una seguridad para el usuario, por razones que los vehículos no cuentan con los implementos de seguridad, exceso de velocidad, falta de respeto al usuario e incluso existe robo dentro del vehículo por el exceso de pasajeros, lo cual, se ratifica con la investigación de Valarezo (2018) quien concluyó que, los usuarios se encuentran insatisfechos, ya que existe demora en el recorrido donde hay una inseguridad, asimismo no existe un trato cordial de respeto y amabilidad por parte del personal hacia el usuario. Finalmente se concluye que los usuarios necesitan ser tratados de una manera respetuosa y brindarles seguridad en el recorrido para que aumente su nivel de satisfacción.

En la Tabla 3.12 en los resultados obtenidos se logró determinar la relación entre la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano y los indicadores del perfil en el distrito El Porvenir 2019, en donde la satisfacción del usuario tiene una correlación con algunas características de su perfil, las cuales son: la tarifa que paga el usuario, el gasto semanal por utilizar el servicio, la frecuencia de viaje y la accesibilidad del servicio, lo cual, se ratifica con la investigación de Huiza (2017) concluye que, las características del perfil del cliente que presentan una relación con la satisfacción son: el estado civil, el grado de instrucción y la razón por la cual el cliente acude al servicio, en los tres casos el nivel de significancia fue menor de 0.05. Por lo tanto, se concluye que existe una correlación entre la satisfacción con algunas características del perfil del usuario por utilizar cualquier servicio.

En la Tabla 3.13 en los resultados obtenidos se determinó la contrastación de hipótesis de la investigación, donde se señala que no existe una correlación entre ambas variables, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, esto se puede corroborar por Rabin (1994) indica que, el perfil del usuario es un conjunto de características que conforma factores personales, sociales, económicos, culturales y psicológicos. Asimismo, se refuta con lo señalado por Mendoza (2013) donde señala que, para identificar las características de los usuarios del servicio ofrecido se debe realizar un análisis de investigación. Además, se reafirma por Warner (2006) quien menciona que, la investigación es una técnica que ayuda a tomar decisiones y ofrecer un buen servicio para el usuario, logrando así cumplir con sus expectativas para que haya un alto grado de satisfacción. Por lo tanto, se concluye que ambas variables son independientes, que no tiene nada que ver el perfil y la satisfacción del usuario por utilizar el servicio brindado, para ello, se necesita que las empresas identifiquen y analicen su segmento de mercado antes de lanzar un servicio o un bien para mantener satisfecho al público en general.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. En la investigación se logró identificar el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir 2019, en donde se concluye que el perfil del usuario del servicio de transporte público es de género femenino teniendo un rango de edad entre 14 a 26 años, en cuanto al rol en la familia es hijo o hija, tiene un ingreso mensual aproximado de 299 soles, gasta un promedio de 10 a 14 soles semanales por utilizar el servicio, pagando una tarifa de un sol, utiliza el servicio para ir a estudiar y/o trabajar con una frecuencia de viaje de 16 veces a la semana, acceden al servicio por ser más económico. Por lo tanto, el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano, tiene más acogida por personas jóvenes, que en su mayoría optan por el servicio para movilizarse a sus respectivos centros de estudio y/o trabajo, pagando una tarifa única a la distancia a donde se dirige, ya sea cercano, intermedio o lejano, todo lo mencionado tiene mucho que ver con el nivel socioeconómico de cada persona para elegir el medio de transporte (Tabla 3.1 a la 3.10).
- 5.2. En la investigación se logró identificar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir 2019, en donde se concluye que, el 73% de los usuarios se encuentran con un nivel de satisfacción medio con respecto al servicio que reciben, por motivo que las empresas no cumplen con las expectativas del usuario. Por lo tanto, el nivel de satisfacción del usuario, dependerá que cada empresa brinde un servicio de calidad de acuerdo a las dimensiones de satisfacción, de la misma manera pueda cumplir con las expectativas de cada usuario para aumentar su nivel de satisfacción por el servicio brindado (Tabla 3.11).
- 5.3. En la investigación se logró determinar la relación entre la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano y los indicadores del perfil en el distrito El Porvenir 2019, en donde se concluye que, la satisfacción del usuario tiene una correlación con algunas características de su perfil, las cuales son: la tarifa que paga por el servicio, el gasto que tiene por utilizar el servicio de transporte público urbano, la frecuencia de viaje semanal y la accesibilidad por utilizar el servicio; en los cuatro casos su nivel de significancia es de 0.002, 0.004, 0.015 y 0.000, los cuales son menores de 0.05. Por lo tanto, existe una correlación entre la satisfacción con algunas características del perfil del usuario por utilizar cualquier servicio (Tabla 3.12).

5.4. En el estudio se determinó la contrastación de hipótesis de la investigación, donde se concluye que no existe una relación entre ambas variables, ya que el valor de significancia es mayor que 0.05. Asimismo, se pudo constatar las hipótesis, aceptando la H_0 y rechazando la hipótesis de investigación. Por lo tanto, el perfil del usuario y la satisfacción son independientes, para ello, se necesita que las empresas identifiquen y analicen su segmento de mercado antes de lanzar un servicio o un bien para mantener satisfecho al público en general (Tabla 3.13).

VI. RECOMENDACIONES

Esta investigación no debe considerarse como un producto final, sino como un comienzo de mejorar y desarrollar nuevas investigaciones acerca del rubro de transporte público urbano, concientizando a las identidades públicas, para poner en acción los problemas que nos aquejan a todos los pobladores trujillanos.

- 6.1. A los Gerentes generales de las empresas de transporte público urbano se recomienda promover el servicio de transporte sostenible y seguro, brindándole confiabilidad al usuario, ya que según resultados del estudio, el usuario requiere seguridad, para ello, debe existir un cronograma de inspección de los implementos de seguridad que deben contar cada unidad de transporte, así mismo se debe implementar un cronograma anual de revisión técnica que se debe realizar a cada unidad en un tiempo determinado dependiendo su antigüedad, dichos cronogramas deben estar pegados dentro del autobús para ser visualizados por los usuarios. Además, se sugiere a los responsables de cada unidad del servicio de transporte público urbano renovar sus unidades de transporte, esto conllevará a que los usuarios evalúen los criterios económicos y sociales para que haya una tarifa justa.
- 6.2. A los conductores y cobradores de las empresas de transporte público urbano se le sugiere mantener limpio las unidades, así como el aseo personal, ya que se ve reflejado el respeto que se les brinda a los usuarios, además, realizar capacitaciones para su formación personal y brindar un mejor servicio al usuario, asimismo se tendrá que realizar programas de incentivo para los trabajadores, llamado cero multas, papeletas e infracciones.
- 6.3. A los administradores de las empresas de servicio de transporte público urbano se recomienda implementar un sistema digital para la cobranza del pasaje, es decir a través de una tarjeta recargable, ya que sería más factible para que usuario pueda utilizar el servicio de transporte, además la tarjeta recargable, tendrá un descuento en la primera recarga con 3 pasajes gratuitos sin fecha de vencimiento. Por otro lado, se sugiere crear un aplicativo para mejorar la viabilidad del usuario, con el fin de verificar el autobús correcto a donde el usuario se dirige, también podrá observar la ubicación de su autobús actualizada cada segundo, donde podrá verificar los kilómetros para llegar a su destino y el tiempo aproximado que tardará en llegar de acuerdo a los

paraderos establecidos en la ciudad de Trujillo, además, dentro del aplicativo, habrá un buzón de sugerencias, que será totalmente anónimo, donde cada usuario tendrá el acceso de reportar sus quejas o problemas detectados que sucede durante el servicio brindado.

- 6.4. A las autoridades se recomienda implementar medidas de regularización y control de itinerario a ser cumplido por la unidad de transporte destacándose la prohibición de recoger pasajeros en lugares no establecidos, así como de paraderos innecesarios que contribuyan a retrasar el tiempo establecido para cada trayecto, para ello, se debe implementar paradas con su respectivo croquis informativo de los horarios, origen de su punto de salida y llegada, las rutas de su recorrido sobre las diferentes líneas de transporte, como también implementar pantallas donde indiquen la aproximación de la espera de cada autobús.

A los futuros investigadores se les recomienda hacer un estudio explicativo con diseño cuantitativo experimental, con el fin que se aplique la propuesta realizada en esta investigación para mejorar la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano.

VII. PROPUESTA

7.1. Título

“Los trujillanos merecemos un transporte público digno”.

7.2. Fundamentación

A partir de la investigación desarrollada, se propone la propuesta en ejecución de un estudio profundo, cuyo propósito principal es brindar un servicio de calidad para incrementar la satisfacción del usuario, por que el usuario del servicio de transporte público urbano no se encuentra satisfecho, puesto que, las empresas que brinda dicho servicio, no cuentan con una correcta planificación, organización, regulación y control de tránsito en el rubro de transporte público urbano.

7.3. Objetivos

7.3.1. Objetivo general

Proponer un plan de acciones para incrementar la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano.

7.3.2. Objetivos específicos

- Elaborar cronogramas de inspección a cada unidad de servicio de transporte público.
- Realizar programas de capacitaciones e incentivar al personal para brindar un mejor servicio de transporte público.
- Rediseñar el sistema de servicio de transporte público urbano sobre las vías, estaciones, horarios y medios de pago.

7.4. Ejecutores del proyecto

La ejecución de este proyecto, lo realizaran las empresas de transporte público urbano para mejorar su calidad de servicio, lo cual deberá implementar cada vez que incremente unidades nuevas para su servicio.

7.5. Plan operativo

7.5.1. Objetivo específico 01: Elaborar cronogramas de inspección a cada unidad de servicio de transporte público.

7.5.1.1. Actividades

Fecha de inicio	01/01/2020		Fecha final	01/01/2021			
N°	Actividades	Acción	Responsables	Documentos de verificación	Dirigido	Recursos	Financiamiento
1	Elaborar programas de inspecciones	<p>Inspeccionar cada unidad sus instalaciones y ambiente interior de cada unidad (Revisiones técnicas) que lo realizará un especialista (Ing. Mecánico) anualmente. En caso que sea un vehículo nuevo, tienen que pasar como máximo 3 años de antigüedad, para que realice su primera revisión.</p> <p>Inspeccionar y verificar los implementos de seguridad como extintor y botiquín de cada unidad de transporte de manera mensual.</p> <p>Evidenciar la información mediante documentos de verificación, además el usuario podrá visualizar el control de cada unidad de transporte dentro del vehículo.</p>	Área Administrativa	<p>Formatos de inspección</p> <p>PETS</p> <p>Fotografías</p>	Conductores y responsables de cada unidad	Humanos, tecnológicos y materiales	S/34,210.00
2	Desarrollar el programa de inspecciones	<p>Verificar el N° de inspecciones programadas</p> <p>Verificar el N° de inspecciones realizadas</p> <p>Reportar mensualmente al área administrativa, para dar seguimiento y controlar los documentos de verificación.</p>	Área Administrativa	Informes mensuales	Conductores y responsables de cada unidad	Humanos	S/1,000.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.1.2. Metas

- Lograr que el 80% de usuarios se sientan seguros al viajar en el servicio de transporte público.
- Lograr que el 90% de unidades de transporte público cuenten con los implementos de seguridad.
- Lograr que el 90% de conductores estén informados sobre la importancia de los implementos de seguridad en caso de una emergencia.

7.5.1.3. Financiamiento

N°	Actividades	Recursos	Cantidad	Precio unitario	Total
		Humanos			
		Especialista	1 persona	S/1,000.00	S/1,000.00
		Tecnológicos			
		Impresora	1 unidad	S/1,500.00	S/1,500.00
		Computadora	1 unidad	S/2,000.00	S/2,000.00
		Materiales			
1	Elaborar programas de inspecciones	Papel bond	5 paquetes	S/14.00	S/70.00
		Cortadora	1 unidad	S/450.00	S/450.00
		Lapiceros	1 caja	S/15.00	S/15.00
		Cinta de embalaje	10 unidades	S/2.50	S/25.00
		Martillo de emergencia	110 unidades	S/25.00	S/2,750.00
		Botiquín implementado	110 cajas	S/150.00	S/16,500.00
		Extintor	110 unidades	S/90.00	S/9,900.00
					Sub total
2	Desarrollar el programa de inspecciones	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/1,000.00	S/1,000.00
				Sub total	S/1,000.00
				Total	S/35,210.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.2. Objetivo específico 02: Realizar programas de capacitaciones e incentivos al personal para brindar un mejor servicio.

7.5.2.1. Actividades

Fecha	06/01/2020		Fecha	31/07/2020			
N°	Actividades	Descripción	Responsables	Dirigido	Fecha	Recursos	Financiamiento
1	Verificar el estado del personal	Verificar al personal el cumplimiento del uniforme que representa a la empresa y su aseo personal. Verificar cada unidad de transporte sobre su higiene interno del vehículo.	Área de Recursos Humanos	Conductores y/o cobradores	Enero de 2020	Humanos	S/1,000.00
2	Diseñar el programa para dar un mejor servicio	Crear un diseño de programa junto con los responsables del área de recursos humanos, con el fin de tratar temas importantes llamado: el buen aspecto personal y mantener la unidad limpia. Socializar el programa con el personal de la empresa.	Área de Recursos Humanos	Conductores y/o cobradores	Marzo de 2020	Humanos y materiales	S/5,170.00
3	Capacitar al personal	Cada programa incluirá tríptico informativo, lo cual, los trabajadores podrán leer los temas a tratar antes de la ponencia. Los responsables del área que realizará las capacitaciones, deberán contratar a un especialista experto con experiencia. Cada capacitación será evidenciada y evaluada en talleres prácticos de desempeño.	Área de Recursos Humanos	Conductores y/o cobradores	Mayo de 2020	Humanos	S/2,500.00
4	Dar seguimiento a la ejecución	El área deberá hacer el seguimiento y controlar la correcta ejecución de las capacitaciones.	Área de Recursos Humanos	Conductores y/o cobradores	Julio de 2020	Humanos y materiales	S/1,500.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.2.2. Metas

- Lograr que el 90% de los conductores y cobradores mantengan su higiene personal con su respectivo uniforme que los identifica como empresa.
- Lograr que el 90% de los conductores y cobradores brinden un trato cordial al usuario.
- Lograr que el 90% de los conductores y cobradores presenten un buen aspecto personal al momento de brindar el servicio al usuario.
- Lograr que el 80% de los usuarios se sientan cómodos en un lugar seguro y limpio.
- Lograr que el 80% de usuarios de servicio de transporte público se sientan satisfechos con el servicio recibido.

7.5.2.3. Financiamiento

N°	Actividades	Recursos	Cantidad	Precio unitario	Total
1	Verificar el estado del personal	Humanos	1 persona	S/1,000.00	S/1,000.00
		Especialista			
				Sub total	S/1,000.00
2	Diseñar el programa para dar un mejor servicio	Humanos	1 persona		S/1,500.00
		Especialista			
		Materiales	5 paquetes	S/14.00	S/70.00
		Papel bond			
		Laptop			
Proyector	1 unidad	S/1,200.00	S/1,200.00		
				Sub total	S/5,170.00
3	Capacitar al personal	Humanos	1 persona	S/2,500.00	S/2,500.00
		Especialista			
				Sub total	S/2,500.00
4	Dar seguimiento a la ejecución	Humanos	1 persona	S/1,500.00	S/1,500.00
		Especialista			
				Sub total	S/1,500.00
				Total	S/10,170.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.3.1. Actividades

Fecha de inicio	06/01/2020		Fecha final	31/07/2020			
N°	Actividades	Descripción	Responsables	Dirigido	Fecha	Recursos	Financiamiento
1	Conocer la estadística de las multas	<p>Verificar los documentos de los trabajadores de la empresa, como también la documentación del vehículo.</p> <p>Verificar en las páginas web del MTC y del SATT, para realizar la consulta de manera mensual de cada uno de los vehículos (placa) y el record de los trabajadores para conocer el estado de papeletas, multas, infracciones, entre otros.</p> <p>Crear un formato en Excel, para evidenciar el historial de cada placa y trabajador.</p> <p>Reportar mensualmente al área administrativa.</p>	Área Administrativa	Conductores y responsables de la unidad	Enero de 2020	Humanos y tecnológicos	S/3,000.00
2	Diseñar el programa cero multas	<p>Crear un diseño de programa, nombrado "cero multas", tendrá la estructura de cada programa de capacitaciones, además tendrán un manual de prevención y el procedimiento para consultar al MTC y al SATT.</p> <p>Socializar el programa con el personal de la empresa.</p>	Área Administrativa	Conductores y responsables de la unidad	Marzo de 2020	Humanos y tecnológicos	S/3,500.00
3	Capacitar al personal	<p>Los programas incluirán un cronograma que se dará en un plazo mensual, como también, se dará una síntesis de cada tema a tratar.</p> <p>Los responsables de realizar las capacitaciones, deberán contratar a un especialista de los temas a tratar.</p> <p>Cada capacitación será evidenciada y evaluada en talleres prácticos de desempeño.</p>	Área Administrativa	Conductores y responsables de la unidad	Mayo de 2020	Humanos, tecnológicos y materiales	S/5,900.00
4	Diseñar programa de incentivos	<p>Crear un diseño de programa de incentivos para que cumplan las leyes de tránsito los trabajadores, este programa tiene el propósito de reconocer a los trabajadores y a los responsables de cada unidad de transporte.</p>	Área Administrativa	Conductores y responsables de la unidad	Julio de 2020	Humanos	S/2,000.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.3.2. Metas

- Lograr que el 90% de los conductores cumplan con las leyes de tránsito.
- Lograr que el 90% de los conductores prevengan papeletas, infracciones o multas por la PNP.

7.5.3.3. Financiamiento

N°	Actividades	Recursos	Cantidad	Precio unitario	Total
1	Conocer la estadística de las multas	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/1,000.00	S/1,000.00
		Tecnológicos			
		Computadora	1 unidad	S/2,000.00	S/2,000.00
Sub total					S/3,000.00
2	Diseñar el programa cero multas	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/1,000.00	S/1,000.00
		Tecnológicos			
		Impresora	1 unidad	S/1,500.00	S/1,500.00
		Protector de pantalla	1 unidad	S/1,000.00	S/1,000.00
Sub total					S/3,500.00
3	Capacitar al personal	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/2,000.00	S/2,000.00
		Tecnológicos			
		Cámara	1 unidad	S/2,500.00	S/2,500.00
		Material			
		Papel bond	5 paquetes	S/14.00	S/70.00
		Cortadora	1 unidad	S/450.00	S/450.00
	Anilladora	1 unidad	S/800.00	S/800.00	
	Lapiceros	4 paquetes	S/20.00	S/80.00	
Sub total					S/5,900.00
4	Diseñar programa de incentivos	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/2,000.00	S/2,000.00
		Sub total			
Total					S/14,400.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.3.4. Cronograma

N°	Actividades	Ene-20	Mar-20	May-20	Jul-20
1	Conocer la estadística de las multas	■			
2	Diseñar el programa cero multas		■		
3	Capacitar al personal			■	
4	Diseñar programa de incentivos				■

Nota: Elaboración propia.

7.5.4. Objetivo específico 03: Rediseñar el sistema de servicio de transporte público urbano sobre las vías, estaciones, horario y medios de pago.

7.5.4.1. Actividad

Fecha de inicio	03/02/2020	Fecha final	03/02/2021				
N°	Actividades	Descripción	Objetivo	Responsables	Dirigido	Recursos	Financiamiento
1	Rediseñar el sistema de transporte público	<p>Identificar las rutas de cada línea de servicio de transporte público.</p> <p>Evaluar el tiempo de recorrido, tanto de origen y lugar de destino.</p> <p>Una vez identificado las rutas, se deberá implementar paraderos con su respectivo croquis informativo de los horarios en las calles de la provincia de Trujillo, tomando en cuenta la distancia de cada parada, diseño, el acceso de los pasajeros y la coordinación semafórica.</p> <p>Incrementar carriles exclusivos para los autobuses en horas punta.</p> <p>Mejorar la señalización vial como: espejos, señalizaciones verticales y horizontales.</p> <p>Determinar el flujo de tránsito en las unidades de transporte público, referido con la mayor agilidad, menor tiempo de recorrido, menor contaminación, mayor seguridad para los usuarios y sobre todo mejorar la calidad del servicio.</p> <p>Para ello se deberá contratar a un especialista experto en el rubro del servicio de transporte.</p>	<p>Aprovechar de mejor manera las vías y calles de mayor ancho para la circulación de las unidades de transporte público.</p> <p>Controlar los estacionamientos en las paradas y carriles exclusivas para el autobús.</p> <p>Controlar la subida y el desembarco de pasajeros en las paradas.</p> <p>Controlar cada semestre la Revisión técnica vehicular en las unidades de transporte público.</p> <p>Concientizar a los ciudadanos y a cada uno de los gestores involucrados en el servicio de transporte público, con la finalidad de educarlos y acostumbrarlos a respetar las leyes y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.</p>	Área Administrativa	Municipalidad del Porvenir	Humanos	S/3,360.00

Nota: Elaboración propia.

7.5.4.2. Metas

- Lograr que el 70% del servicio de transporte público urbano sea eficiente.
- Lograr reducir un 60% de accidentes vehiculares.
- Lograr que el 70% de usuarios se adapten al cambio, es decir el uso de los paraderos.

7.5.4.3. Financiamiento

N°	Actividades	Recursos	Cantidad	Precio unitario	Total
1	Rediseñar el sistema de transporte público	Humanos			
		Especialista	1 persona	S/3,000.00	S/3,000.00
		Económicos			
		Pasajes	30 veces	S/7.00	S/210.00
		Otros			S/150.00
				Sub total	S/3,360.00
				Total	S/3,360.00

Nota: Elaboración propia

REFERENCIAS

- Abou-Zeid, M., y Fujii, S. (2016). *Travel satisfaction effects of changes in public transport usage*. *Transportation*, 43(2), 301-314. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11116-015-9576-3>
- Agustín, C. (17 de agosto de 2018). ¿Cuánto dinero gastan los limeños para movilizarse debido al tráfico? *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/que-medios-de-transporte-utilizan-los-limenos-para-movilizar-se-en-lima-noticia-1070944>
- Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: Enfoque América Latina*. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México.
- Casermeyro, M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Andalucía: IC Editorial. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=10692674>
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: un fenómeno social*. Madrid: Paídos Aíme.
- Fresno, P. L. (2011). *Gestión de las reclamaciones: de la insatisfacción a la fidelidad: de la insatisfacción a la fidelidad*. Madrid: AENOR ediciones. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=10637749>
- Galindo, M., y Sastre, A. (2017). *Diccionario de dirección de empresas y marketing*. Ecobook Editorial del Economista.
- Hernandez S. (2001). El perfil del usuario de información. (Vol 15). México. Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/3816-3765-0-PB.pdf>
- Hernández, C. y Maurbert, C. (2009). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6a. ed.). México, D.F: Mc. Graw Hill.
- Hoffman, D y Jhon, E. (2012). *Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos*. (4a. ed.). Bateson.
- Huiza, M (2017). *Perfil y satisfacción del cliente en el gimnasio Yackos Gym - Chimbote 2017*. Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú.
- Ildefonso, E. (2005). *Marketing de los servicios*. (4a. ed). Madrid: ESIC.
- INEI (agosto 2018). Perú: Perfil Sociodemográfico, Informe Nacional, Censos Nacionales 2017. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf
- Kim, S. H., Chung, J.-H., Park, S., y Choi, K. (2017). Analysis of user satisfaction to promote public transportation: A pattern-recognition approach focusing on out-of-vehicle time. *International Journal of Sustainable Transportation*, 11(8), 582–592. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/15568318.2017.1280715>.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia* (8a. ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. Pearson Educación. Recuperado de <http://books.google.com/books?id=XPWmfMEh2kkC&pgis=1>.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11a. ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Keller, K. (2010). *Marketing Management*. (12a. ed.). Edition, Dorling Kindersley Pvt. Ltd., New Delhi.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. (14a. ed.). México: Pearson Educación.

- Lerma (2004). *Mercadotecnia: Visión general*. México: Gasca Sicco.
- Luna (2014). *Calidad de servicio al cliente y su satisfacción en la agencia de transportes Ittsa periodo agosto-diciembre 2013-Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Martín, R., Barroso, C. y Martín, A. (2004) *El Valor Percibido De Un Servicio*. España. Universidad de Sevilla.
- Mendoza (2014). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transporte Público Interprovincial "EMTRAFESA S.A.C." Trujillo - 2014*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Mendoza, I. (2013). *Perfil del Consumidor*. Universidad Tecnológica Latinoamericana Editorial. Recuperado de <http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/perfil-del-consumidor/>.
- Modesto (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros GM internacional S.A.C. Huánuco 2017*. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Chimbote, Perú.
- Obregón S., y Betanzo E. (2015). Análisis de la movilidad urbana de una ciudad media mexicana, caso de estudio: Santiago de Querétaro. *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), 61-98. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1690368530?accountid=37408>
- Pizarro (2017). *Factores explicativos de la demanda de calidad en el servicio de las empresas de transporte público de pasajeros en el distrito de Laredo – 2015*. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Rabit, M. (1994). *Les mots-clés de la vente*. Francia: Bréal.
- Redacción (22 de febrero de 2017). Parque automotor de Trujillo es uno de los más dinámicos en el país. *Diario la Republica*. Recuperado de

[https://larepublica.pe/economia/850776-parque-automotor-de-trujillo-es-uno-de-los-mas-dinamicos-en-el-pais.](https://larepublica.pe/economia/850776-parque-automotor-de-trujillo-es-uno-de-los-mas-dinamicos-en-el-pais)

Rivera (2017). *Gestión municipal de transporte urbano y la satisfacción del usuario en Lima Cercado en el año 2016*. Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú.

Solé, M. (2003). *Los Consumidores del Siglo XXI*. (2a. ed.). ESIC. España.

Solés, G. (07 de enero de 2019). ¿Pagar 225 euros mensuales por moverse por la ciudad? *El país*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2019/01/04/seres_urbanos/1546629597_320254.html.

Tse, D., Nicosia, F. y Wilton, P. (1990). *Consumer Satisfaction as a Process*. *Psychology & Marketing*, 7, 177-193. Recuperado de <file:///C:/Users/TEMP.DESKTOP-HCJJS8I.000.001.002.003.004.005.006.007/Downloads/Dialnet-RolDeLasExpectativasEnElJuicioDeSatisfaccionYCalid-2252855.pdf>.

Valarezo, R. (2018). *Nivel de satisfacción de los usuarios que utilizan los servicios de transporte público buses-rancheras interprovincial, interparroquial del cantón Santo Domingo*. Carrera en Administración de Empresas. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Sangolquí, Pichincha, Ecuador.

Villanueva, J. y Palermo, K (2005). *Percepción del Usuario del Transporte Colectivo sobre la Calidad del Servicio Ofrecido por la AMA, Puerto Rico*, 88p.

Warner, J. (2006). *Perfil de competencias para el servicio al cliente*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.

Zeithaml, V. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Zeithaml, V., y Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia de perfil y satisfacción del usuario

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores										
Perfil del usuario del transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019.	¿Qué relación existe entre el perfil del usuario del servicio de Transporte Público Urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019?	General	Específicos	<p>O1: Identificar el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.</p> <p>O2: Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.</p> <p>O3: Determinar la relación entre la satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano y los indicadores del perfil en el distrito El Porvenir, 2019.</p>	<p>Hi: Existe relación entre el perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019.</p> <p>H0: No existe relación entre perfil del usuario del servicio de transporte público urbano y su nivel de satisfacción en el distrito El Porvenir, 2019.</p>	<p>El perfil del usuario es generado por la conducta del comportamiento, ya que es influenciado por diferentes factores (Kotler y Keller, 2012).</p>	<p>Esta variable se midió a través de un cuestionario, que se aplicó a los usuarios de la empresa Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir, para identificar el perfil del usuario.</p>	<p>Género</p> <p>Edad</p> <p>Ocupación</p> <p>Tipo de rol en la familia</p> <p>Nivel de ingreso</p> <p>Gasto semanal del servicio</p> <p>Motivo de viaje</p> <p>Frecuencia de uso del servicio</p> <p>Accesibilidad del servicio</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6 y 7</p> <p>8</p> <p>9</p> <p>10 y 11</p>	Nominal										
		Comodidad	Satisfacción del usuario								<p>Asientos disponibles</p> <p>Capacidad de personas dentro del micro</p> <p>Ingreso de ambulantes</p> <p>Nivel de volumen de música</p>	<p>12, 13 y 14</p> <p>15</p> <p>16</p> <p>17</p>	Ordinal							
														Seguridad	<p>Velocidad</p> <p>Forma de manejo</p> <p>Implementos de seguridad</p> <p>Señales de emergencia</p>	<p>18</p> <p>19 y 20</p> <p>21</p> <p>22</p>	Ordinal			
																		Valor percibido	<p>Tiempo de viaje</p> <p>Tarifa del pasaje</p> <p>Cortesía del conductor y cobrador</p>	<p>23</p> <p>24, 25 y 26</p> <p>27</p>

Nota: Elaboración propia

Anexo 02: Cuestionario de perfil y satisfacción del usuario

CUESTIONARIO

N° DE ENCUESTA			
----------------	--	--	--

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información del perfil del usuario y su nivel de satisfacción de los usuarios que utilizan el servicio de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. Solicitamos que nos colabore con su respuesta. Marque con una X la respuesta que crea conveniente.

- ¿Usted utiliza el transporte público urbano?

Si	1	(CONTINUE)
No	2	(AGRADEZCA, REGISTRE Y TERMINE)

- ¿Qué tipo de transporte utiliza?

Micro	1
Combi	2
Colectivo	3
Taxi	4
Moto taxi	5

- ¿Usted utiliza el transporte público de las empresas Libertad S.A. o El Cortijo S.A.?

Si	1	(CONTINUE)
No	2	(AGRADEZCA, REGISTRE Y TERMINE)

- ¿Usted administra un presupuesto para su gasto de viaje?

Si	1	(CONTINUE)
No	2	(AGRADEZCA, REGISTRE Y TERMINE)

VARIABLE 1 - PERFIL DEL USUARIO		
DIMENSIÓN 1.1 FACTORES PERSONALES		
Indicadores	N°	ÍTEMS
Género	1	Género
		Masculino 1
		Femenino 2
Edad	2	Edad
		Entre 14 a 26 años 1
		Entre 27 a 39 años 2
		Entre 40 a 52 años 3
		Entre 53 a 64 años 4
Ocupación	3	¿Cuál es tu ocupación?
		Trabajador Independiente 1
		Trabajador dependiente 2
		Estudiante 3
		Ama de casa 4
		Otros: 5
DIMENSIÓN 1.2 FACTORES SOCIALES		
Rol en la Familia	4	¿Cuál es tu rol en la familia?
		Padre o Madre 1
		Hijo o Hija 2

DIMENSIÓN 1.3 FACTORES ECONÓMICOS				
Indicadores	Nº	ITEMS		
Ingreso mensual	5	¿Cuál es tu nivel de ingreso mensual?		
		Menos de 299 soles	1	
		Entre 300 a 599 soles	2	
		Entre 600 a 899 soles	3	
		Entre 900 a 1,199 soles	4	
		Entre 1,200 soles a más	5	
Tipo de tarifa	6	¿Qué tipo de tarifa usted paga?		
		Pasaje directo (S/ 1.40)	1	
		Urbano (S/ 1.00)	2	
		Universitario (S/ 0.70)	3	
		Escolar (S/ 0.50)	4	
Gasto semanal del servicio	7	¿Cuánto es su gasto semanal en promedio por utilizar el servicio?		
		Menos de 4 soles	1	
		Entre 5 a 9 soles	2	
		Entre 10 a 14 soles	3	
		Entre 15 a 19 soles	4	
		Más de 20 soles	5	
DIMENSIÓN 1.4 FACTORES CULTURALES				
Motivo de viaje	8	¿Cuál es su motivo de viaje?		
		Trabajo	1	
		Estudios	2	
		Compras	3	
		Visitas	4	
		Otros:	5	
Frecuencia de viaje	9	Usted utiliza el medio de transporte de una forma:		
		Unidireccional	1	
		1.1. 3 Veces 1.2. 5 Veces 1.3. 7 veces		
		Bidireccional	2	
		2.1. 8 Veces 2.2. 16 Veces 2.3. 24 Veces		
DIMENSIÓN 1.5 FACTORES PSICOLÓGICOS				
Accesibilidad del servicio	10	¿Por qué usas el servicio público?		
		Económico	1	
		Cómodo	2	
		Rápido	3	
		Seguro	4	
			Única opción de transporte	5
	11	El nivel de acceso de ida y vuelta en cuanto a la distancia para utilizar el transporte público es:		
		Cercano	1	
		Intermedio	2	
			Lejano	3

Considerando la siguiente leyenda, señale en la columna dicha, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos.

Escala	
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Indiferente
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

Si alguna pregunta no corresponde exactamente, por favor asócielo con la condición más semejante a su interpretación.

VARIABLE 2 - SATISFACCIÓN DEL USUARIO							
DIMENSIÓN 2.1 COMODIDAD							
Indicadores	N°	ÍTEMS	ESCALA				
			1	2	3	4	5
Asientos disponibles	12	Cómo te sientes con el estado de los asientos del vehículo.	1	2	3	4	5
	13	La posibilidad de encontrar asientos disponibles.	1	2	3	4	5
	14	Está de acuerdo con la cantidad de asientos reservados.	1	2	3	4	5
Capacidad de personas	15	La capacidad de personas es aceptable en el transcurso del viaje.	1	2	3	4	5
Ingreso de ambulantes	16	Cómo te sientes con el ingreso de ambulantes y/o cantantes al vehículo.	1	2	3	4	5
Nivel de música	17	Cómo te sientes con el nivel de volumen de música.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2.2 SEGURIDAD							
Velocidad	18	Cómo te sientes con la velocidad con la que transita el vehículo.	1	2	3	4	5
Forma de manejo	19	La forma que maneja el conductor es prudente.	1	2	3	4	5
	20	El Conductor respeta las leyes de tránsito.	1	2	3	4	5
Implementos de seguridad	21	Usted observa dentro de la unidad que cuenta con los implementos de seguridad (extintor, botiquín, martillo de emergencia, entre otros).	1	2	3	4	5
Señales de emergencia	22	Usted observa las señales de emergencia dentro del vehículo.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2.3 VALOR PERCIBIDO							
Tiempo	23	El servicio de transporte llega a tiempo a su lugar de destino que usted se dirige.	1	2	3	4	5
Tarifa	24	Cómo te sientes con la tarifa del pasaje que pagas.	1	2	3	4	5
	25	Cómo te sientes con el modo de pagar el pasaje al momento de bajar del micro.	1	2	3	4	5
	26	El vehículo cuenta con los tarifarios en lugares visibles.	1	2	3	4	5
Cortesía	27	El conductor y/o cobrador lo atiende de manera amable, respetuoso y paciente.	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 2.4 IMAGEN							
Limpieza	28	El vehículo por lo general se encuentra limpio cuando está siendo usado.	1	2	3	4	5
Estado físico	29	Las unidades de transporte están en buenas condiciones y son modernos para brindar este tipo de servicio.	1	2	3	4	5

Anexo 03: Ficha técnica de perfil y satisfacción del usuario

- **Nombre original:** Perfil del Usuario.
- **Autoras:** Méndez Floriano, Yanina Mabel
Pérez Avalos, Anhy Vanessa.
- **Procedencia:** Trujillo - Perú.
- **Administración:** Individual y colectiva.
- **Duración:** Sin límite de tiempo, aproximadamente de 5 minutos.
- **Aplicación:** A 382 usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A y El Cortijo S.A en el distrito El Porvenir.
- **Puntuación:** Computarizada.
- **Significación:** Está conformado por 5 dimensiones, dentro de ello tiene 09 indicadores.
- **Usos:** En la administración y en la investigación.
- **Materiales:** Cuestionario que contiene los 11 ítems, hojas de respuestas, lapicero y folders.

- **Nombre original:** Satisfacción del Usuario.
- **Autoras:** Méndez Floriano, Yanina Mabel
Pérez Avalos, Anhy Vanessa.
- **Procedencia:** Trujillo - Perú.
- **Administración:** Individual o colectiva.
- **Duración:** Sin límite de tiempo, aproximadamente de 5 minutos.
- **Aplicación:** A 382 usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A y El Cortijo S.A en el distrito El Porvenir.
- **Puntuación:** Computarizada.
- **Significación:** Está conformado por 4 dimensiones, dentro de ello tiene 13 indicadores.
- **Usos:** En la administración y en la investigación.
- **Materiales:** Cuestionario que contiene los 18 ítems, hojas de respuestas, lapicero y folders.

Anexo 04: Tablas de resultados

Tabla 7.1

Tarifa que paga el usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Tarifa	N° de personas	Porcentaje
Pasaje directo (S/ 1.40)	42	11%
Urbano (S/1.00)	223	58%
Universitario (S/ 0.70)	80	21%
Escolar (S/ 0.50)	37	10%
Total	382	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 7.1 se percibe que la tarifa que predomina más en cuanto al pasaje que paga el usuario que utiliza el transporte público es el urbano que representa el 58% debido a que son conscientes que la tarifa que pagan es económica con respecto a la distancia del lugar a donde se dirigen, seguidamente por el 21% que paga la tarifa de universitario, mientras que la tarifa menos predominante es la escolar que representa 10%.

Tabla 7.2

Frecuencia de viaje unidireccional del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Frecuencia de viaje unidireccional	N° de personas	Porcentaje
3 veces	79	50%
5 veces	29	18%
7 veces	49	31%
Total	157	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 7.2 se percibe que la frecuencia de viaje unidireccional en los usuarios encuestados del servicio de transporte público, el que predomina en 3 veces a la semana que representa un 50%, mientras que la frecuencia que menos predomina es 5 veces a la semana que representa un 18%.

Tabla 7.3

Frecuencia de viaje bidireccional del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

Frecuencia de viaje bidireccional	N° de personas	Porcentaje
8 veces	92	41%
16 veces	98	44%
24 veces	35	16%
Total	225	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Tabla 7.3 se percibe que, la mayoría de los encuestados utilizan el servicio de transporte público urbano es de 16 veces a la semana de una forma bidireccional que representa un 44%, en comparación con la frecuencia de viaje menos relevante es de 24 veces a la semana que representa un 16%, estos resultados están relacionados de acuerdo con el motivo de viaje de los usuarios.

Anexo 05: Tablas de intervalos para medir el nivel de satisfacción

	Intervalo	
	N° Mayor	N° Menor
Preguntas	18	18
	5	1
Total	90	18

Intervalo	24
------------------	----

Nota: Elaboración propia

Niveles e intervalo de la variable satisfacción

Nivel	Intervalo
Alto	67- 90
Medio	43 - 66
Bajo	18 - 42

Nota: Elaboración propia

	DIMENSIÓN 1	DIMENSIÓN 2	DIMENSIÓN 3	DIMENSIÓN 4
N° de Preguntas	6	5	5	2
Mayor escala	5	5	5	5
Total	30	25	25	10

	DIMENSIÓN 1	DIMENSIÓN 2	DIMENSIÓN 3	DIMENSIÓN 4
N° de Preguntas	6	5	5	2
Menor escala	1	1	1	1
Total	6	5	5	2

Intervalo	8	7	7	3
------------------	---	---	---	---

Niveles e intervalo de las dimensiones de la variable satisfacción

Nivel	Intervalos			
	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3	Dimensión 4
Alto	23 - 30	19 - 25	19 - 25	8 - 10
Medio	15 - 22	13 - 18	13 - 18	6 - 7
Bajo	6 - 14	5- 12	5- 12	3 - 5

Nota: Elaboración propia.

Anexo 06: Figura de resultados

Figura 8.1

Nivel de satisfacción del usuario del servicio de transporte público urbano en el distrito El Porvenir, 2019.

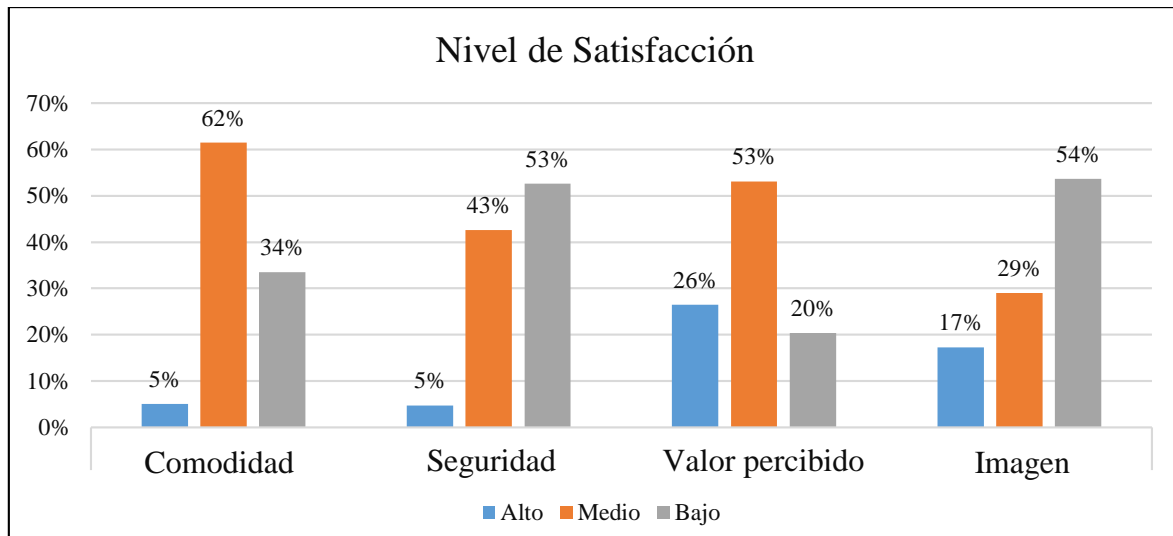


Figura 8.1: Cuestionario aplicado a los usuarios del servicio de transporte público urbano.

En la Figura 8.1 se observa que, en la dimensión comodidad un 62% de usuarios del servicio de transporte público tienen nivel medio de satisfacción; asimismo en la dimensión seguridad el 53% de usuarios tienen un nivel de satisfacción bajo por lo que no se siente seguro en dicho medio de transporte; del mismo modo en la dimensión valor percibido un 53% de usuarios presentan un nivel de satisfacción es medio y por último un 54 % de usuarios presentan un nivel de satisfacción bajo en cuanto a la dimensión imagen, dicha dimensión incluye al estado físico del vehículo y la limpieza que presenta las unidades de transporte durante el tiempo que está brindando el servicio.

Anexo 07: Constancias de validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo WALDO CABALLERO ALVARADO titular
del DNI N° 41058760 de profesión ECONOMISTA,
ejerciendo actualmente como DOCENTE
en la institución UNIV. CESAR VALLEJO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 29 días del mes de Mayo del 2019



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Patricia Rodríguez KONG titular
del DNI N° 41824461 de profesión Administradora
ejerciendo actualmente como Docente
en la institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems				/
Amplitud de contenido				/
Redacción de los ítems				/
Claridad y precisión				/
Pertinencia				/

En Trujillo, a los 29 días del mes de Mayo del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo José P. Cuevas Rendón titular
del DNI N° 80396738 de profesión Licenciado
ejerciendo actualmente como Coordinador Sr. P. de
en la institución ULV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 29 días del mes de Mayo del 2019


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Yo Wilfredo Santiago Bocanegra Menno titular
del DNI N° 40628476 de profesión Iny. Industrial
ejerciendo actualmente como DTC
en la institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 29 días del mes de mayo del 2019



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Yo Jenny Alva Morales titular
del DNI N° 43223670 de profesión Ingeniero Estadístico
ejerciendo actualmente como Docente
en la institución Universidad Cesar Vallijo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 06 días del mes de Junio del 2019



Jenny Alva Morales
INGENIERO ESTADÍSTICO
COESPE N° 543

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo ENRIQUE BRACKEN ALCÁNTARA MEJÍA titular
del DNI N° 40567938 de profesión ADMINISTRADOR
ejerciendo actualmente como DIRECTOR EP MARKETING Y D.E.
en la institución UCV-TRUJILLO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los usuarios de transporte público urbano de las empresas Libertad S.A. y El Cortijo S.A. del distrito El Porvenir.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 03 días del mes de Junio del 2017



Firma