

CALIDAD DE SERVICIO DURANTE LA PANDEMIA COVID-19, EN USUARIOS DE LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA, 2020

QUALITY OF SERVICE DURING THE COVID-19 PANDEMIC, IN USERS OF LINE 1 OF THE LIMA METRO, 2020

Randall Seminario-Unzueta¹, Jeyner Quiñones-Quiñones¹, Rodrigo Pillaca-Pillaca¹

¹ Universidad María Auxiliadora

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo

Recibido: 26/08/2020
Aprobado: 19/12/2020

Autor corresponsal

Randall Seminario-Unzueta
randall.seminario@uma.edu.pe

Financiamiento

Autofinanciado

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés

Citar como

Seminario-Unzueta R, Quiñones-Quiñones J, Pillaca-Pillaca R. Calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de línea 1 del Metro de Lima, 2020. *Ágora Rev. Cient.* 2020; 07(02):120-6.
DOI: <http://dx.doi.org/10.21679/arc.v7i2.154>.

RESUMEN

Objetivos: el estudio fue determinar la calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de Línea 1 del Metro de Lima, 2020. **Materiales y métodos:** El estudio es de enfoque cuantitativo, descriptivo, de corte transversal no experimental, se cuenta con una población de 401 usuarios frecuentes en edades entre 22 y 40 años. El instrumento para la recolección de datos es la encuesta en la escala de LIKERT. **Resultados:** se encuentra que la calidad de servicio se observa que del 100 % del público encuestado, un 46,13% indica que la calidad de servicio se encuentra en un nivel alto de aceptación, frente a un 41,15% muy alto y un 11,97% indica que es regular la calidad de servicio brindada en línea 1 Metro de Lima. **Conclusiones:** Se pudo concluir que la Línea 1 metro de Lima tiene un buen servicio de calidad, por el nivel alto y muy alto de aceptación por parte de sus usuarios encontrándose la empresa en tiempos de pandemia, todo el sistema de funcionamiento y su característica diferenciadora de la empresa vienen dando resultados que benefician a la misma. Donde las dimensiones elementos tangibles modernos que siempre están a disposición del cliente, sistema de funcionamiento sólido, eficaz y eficiente, cumpliendo adecuadamente con los protocolos establecidos y la empatía en la línea 1 metro de Lima, en donde se concluye que tiene una aceptación y aprobación de nivel alto en todos sus niveles.

Palabras clave: Usuarios; calidad de servicio; experiencia; expectativas (Fuente: DeCS).

ABSTRACT

Objectives: the study was to determine the quality of service during the COVID-19 pandemic, in users of Line 1 of the Lima Metro, 2020. **Materials and methods:** The study has a quantitative, descriptive, non-experimental cross-sectional approach, with a population of 401 frequent users between the ages of 22 and 40. The instrument for data collection is the survey on the LIKERT scale. **Results:** it is found that the quality of service is observed that of 100% of the public surveyed, 46.13% indicates that the quality of service is at a high level of acceptance, compared to 41.15% very high and a 11.97% indicate that the quality of service provided on line 1 Lima Metro is regular. **Conclusions:** It could be concluded that Line 1 Lima metro has a good quality service, due to the high and very high level of acceptance by its users, the company being in times of pandemic, the entire operating system and its differentiating characteristic of the company have been giving results that benefit it. Where the dimensions are modern tangible elements that are always available to the client, a solid, effective and efficient operating system, adequately complying with the established protocols and empathy on the Lima metro line 1, where it is concluded that it has an acceptance and approval high level at all levels.

Keywords: Tax planning; tax obligations; non-compliance (Source: DeCS).

INTRODUCCIÓN

El Perú es uno de los países a nivel Latinoamérica con una economía cada vez estable y competitiva, que ha permitido a muchas empresas e inversionistas vean a nuestro país como una oportunidad de crecimiento. Siendo la calidad de servicio una de las razones importantes que van a diferencias en crecimiento e inversiones de empresa extranjeras.

Gracias al establecimiento de tratados de libre comercio con países desarrollados y emergentes como Estados Unidos y China respectivamente ha obligado a mejorar nuestro

sistema económico, financiero, infraestructura y laboral, así como el parque automotor que por años se ha visto cada vez más afectado ⁽¹⁾ así como la aceptación de la mayoría de los países del área a las directrices fijadas por los EUA. Asimismo, se estudia la posición asumida sobre todo por Brasil y Argentina en contra del ALCA, además de la situación nactual del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

John Tschohl, autoridad mundial en estrategias de servicio al cliente manifiesta que “se tiene que educar a cada persona que haga parte de la empresa y cada uno debe dar resultados y, por supuesto, se requiere de líderes de servicio al cliente, esto se traducirá en ganancias para las compañías” como parte del mecanismo para lograr los objetivos planteados para una mejor calidad de servicio menciona también que es importante trabajar en tres puntos: cambiar las fallas, aplicar herramientas de mejora de calidad y actualizar el programa general de atención al cliente, dependiendo cuál sea la coyuntura ⁽²⁾.

El transporte urbano es uno de los servicios que más utilizan las personas, al punto que los usuarios muestran su disconformidad al servicio que estos brindan, sobre todo los transportes urbanos informales a los que se le denomina “combi” ésta situación y debido a la alta demanda, han hecho que aparezcan un sin número vehículos o buses informales con conductores y personal, no están capacitados en la calidad de servicio que brindan y solo ven rentabilizar ante sus ingresos con una agresiva competitividad, podemos observar que el problema del servicio de transporte es una falta de gestión y aplicación de nuevos sistemas por parte del gobierno central ⁽³⁾.

Algunas de las empresas de transporte urbano descuidan la importancia del buen servicio a los usuarios, ofrecen un mal servicio con asientos rotos, ventanas rotas cubiertas con bolsas de plástico, con vehículos que no cumplen con las normas establecidas por parte del ministerio de transportes y comunicaciones, no cuentan los conductores de estos transportes con licencia de conducir, revisión técnica del vehículo y el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), siendo vulnerables ante cualquier accidente de tránsito.

Con la informalidad también se agregan la existencia de otros problemas que afectan a la calidad de servicio del transporte urbano, Alberto Bull en su artículo Congestión de Tránsito refiere que “la congestión vehicular es otro de los problemas que afecta a las diferentes ciudades en el mundo y la calidad de vida humana, y que una de las principales causas es la reducción de velocidades en zonas urbanas, así como el uso intensivo de vehículos particulares o personales, originando el incremento de tiempos de viaje, consumo de combustible, otros costos de operación y la contaminación del medio ambiente, ante esto sumándose la falta de un planteamiento sistemático y diseño de viabilidad en las ciudades por parte de las autoridades competentes”⁽⁴⁾. Sin duda para muchas personas tener un vehículo personal es considerada como una ventaja, puesto que da facilidad para movilizarse y sentir

seguridad, sin embargo, no es muy eficiente, al punto que cada ciudadano en horas de punta genera congestión vehicular, en especial en zonas urbanas.

La defensoría del pueblo del Perú, resaltó en una de su investigaciones que “el transporte urbano cumple un rol muy importante dentro de nuestra ciudad, siendo el más utilizado por todos los peruanos para trasladarse de un lugar a otro, sin embargo, esta actividad, en muchos casos afecta la integridad personal, la salud, la vida, el ambiente adecuado y un servicio de calidad” ⁽⁵⁾. Cabe indicar que probablemente los peruanos tendríamos mayor seguridad personal si estos no existiesen este tipo de transporte, no se expondrían a mayores riesgos los usuarios, pero debemos movilizarnos en tramos largos, y debemos buscar optimizar el tiempo de traslado, detalle que lo convierte en los importante que es contar con un servicio de transporte rápido y seguro.

Debido a estos problemas como país en vías de desarrollo y el rubro empresarial en constante crecimiento, ha precisado implementar cambios en el sistema de transporte urbano que por décadas no ha evolucionado ni mejorado en diferentes gestiones, razón por la cual nuestro país sigue inmerso de pobreza a falta de desarrollo de medios de comunicación eficientes que permita a todos los pueblos jóvenes tener oportunidades de crecimiento ⁽⁶⁾.

Según estudios realizados por la revista Forbes indica que las horas punta de la ciudad limeña en los últimos 10 años el tráfico en la ciudad se ha incrementado entre 5 y 9 horas al día, esto sucede a razón de que las entidades y poderes competentes del rubro no se han implementado estrategias de cambio. Las empresas existentes en la actualidad son informales, no ejecutan las actividades de preparación y capacitación para brindar el buen servicio ⁽⁷⁾.

Dentro del marco de esta investigación se expone que las empresas deberían mejorar de forma constante normas y procedimientos que permitan al cliente cambiar su percepción del servicio recibido, es decir, buscar que el cliente se lleve la mejor experiencia antes, durante y después de hacer uso del servicio ⁽⁸⁾.

En una economía creciente con tendencias y clientes cada vez más empoderados precisa fomentar cultura adecuada, diseñada bajo los requerimientos y exigencias de los clientes, brindando un servicio de calidad, eficiente y eficaz. Se debe tener interés de estudiar y atender las necesidades del cliente ofreciendo un servicio de calidad.

Según el diario el Comercio (2017) en el estudio realizado por Global Research Marketing (GRM) y Javier Lauz Consultores, nos menciona que “los limeños con un buen servicio al cliente pueden definir el 60 % de la compra de un producto o servicio”. Así mismo señala que apenas el 3 % de las empresas peruanas tienen un plan de servicio (atención al cliente, capacitaciones, gestiones administrativas, entre otras) resultados y datos que resultan preocupantes ⁽⁹⁾.

Ese marco de realidades puede resaltar que el trabajo de las organizaciones en preocupación por sus clientes es

muy austero, situación que se puede notar en el servicio que ofrecen a diario en sus instalaciones. Por otro lado, el staff de colaboradores no tiene la preparación y capacitación constante que precisan para desempeñar sus actividades de manera eficaz y eficiente de cara al público a largo plazo estos desintereses de la empresa trae consigo resultados catastróficos las opiniones negativas y poco satisfactorias de sus usuarios.

Hay una realidad que es muy cierta y empresas que olvidaron la innovación la preocupación por sus clientes fracasaron en los primeros años de vida y éxito. Según el director periodístico de Gestión Julio Lira “Cada una de las compañías galardonadas deben apostar por el largo plazo y comprometerse con un trabajo serio y responsable”⁽¹⁰⁾. Concepto que el periodista resaltó en la octava edición de PwC y la revista de gestión donde entregaron en el 2018 el premio a las empresas más admiradas del Perú, como Alicorp, Backus, BBVA, BCP, Belcorp, Entel, Ferreycorp, Interbank, Nestlé y Scotiabank, por su buen servicio al cliente⁽¹¹⁾.

Dentro del marco de nuestra investigación se ha tomado en cuenta algunas teorías relacionada a nuestra variable.

En la investigación de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) sugieren que “la calidad de servicios es la valoración que el cliente hace sobre el nivel de servicio que recibe. También afirman que la calidad de servicio está determinada por la diferencia de las expectativas con las percepciones del desempeño y para dicha evaluación presentaron 5 dimensiones que son: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía”⁽¹²⁾. Lo cual nos hace entender que la calidad de servicio es lo que un cliente podría opinar y criticar cómo fue el servicio en sí, dándole un valor ya sea numérico o cualitativo.

En “La calidad de servicio describe la forma en que muchas de las compañías consiguen medir y evaluar el servicio”, hacen de mucha referencia la típica frase “Si no se puede medir, no se puede mejorar”⁽⁸⁾. Evidentemente decir que la calidad de servicio no solo es la valoración a un servicio por parte del cliente, sino también, la evaluación por parte de la organización, ambos resultados llevan a un análisis final para determinar de cuál es la percepción real del cliente hacia el servicio que brinda empresa.

Para un mejor control de la calidad “la empresa debe enfocarse en mejorar las percepciones, especialmente de las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, ya que estas son las dimensiones con brechas negativas”⁽¹³⁾. Lo que resalta la importancia del contenido del producto y que este satisfaga las necesidades de los consumidores. Por otro lado se dice que “la calidad deja de ser un calificativo exclusivo para un producto y pasa a ser un concepto que envuelve todas las actividades en las que esté inmersa la organización”⁽¹⁴⁾. Quiere decir, que la calidad ya no es un término que solía relacionarse solamente con el producto o servicio, si no también involucra a toda una organización y en todas las actividades que esta ejerza, por lo

que entendemos que inclusive podría involucrar a empresas terceras que presten su servicio a la misma organización.

Por lo visto existen un sin número de definiciones sobre la calidad, finalmente se podría determinar que la calidad en si es la capacidad que tenga un producto o servicio para satisfacer las necesidades, tanto como las actividades de la organización involucradas en la elaboración del producto o brindar un servicio.

Kotler y Armstrong (1989) define servicio como una “actividad o un beneficio que una parte puede ofrecer a otra, la cual es esencialmente intangible y no resulta en la posesión de alguna cosa”. Se refiere a que el servicio es algo que no se puede tocar, sin embargo, se podría sentir, de tal modo que no necesariamente hay que poseer algo para brindar un servicio⁽¹⁵⁾.

Otro concepto que ha sido publicado como un artículo muy conocido “On goods and services de T. P Hill (2004), se define el servicio como el cambio que una unidad productiva origina en la condición de una persona o de un bien perteneciente a esta”⁽¹⁶⁾. Lo que se entiende es que el actuar que se vaya a tener frente a una persona y que este se comporte de otra manera o también que genere una modificación a aquello que posee la misma persona es considerada como un servicio.

El objetivo del estudio fue determinar la calidad de servicio que brinda Línea 1 Metro de Lima empresa Concar S.A. Lima año – 2020.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio es cuantitativo, de diseño metodológico no experimental. El nivel es explicativo porque se trabajará con datos existentes⁽¹⁷⁾.

Población: el presente estudio se desarrolló teniendo como población a los usuarios o clientes de la Línea 1 Metro de Lima y debido a la población infinita y acuerdo a lo mencionado en el muestreo, se trabajará con 401 encuestas, aplicadas a los clientes de la Línea 1 de Metro de Lima.

Saraí afirma que siendo una investigación cuya “población es infinita (cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 10,000)”⁽¹⁸⁾.

Técnica e instrumento de recolección de datos: el presente estudio presenta “la calidad de servicios y valoración que el cliente hace sobre el nivel de servicio que recibe; la calidad de servicio está determinada por la diferencia de las expectativas con las percepciones del desempeño.

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta, Para la variable de calidad de servicios se tomó como referencia el modelo SERVQUAL y las preguntas se acoplaron al escenario en que se aplicaría. El instrumento de recolección de datos para la medición de la variable es el cuestionario, tiene 15 ítems, que están clasificados por 5 dimensiones como: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía”⁽¹⁴⁾.

Se determinó la confiabilidad fue evaluada mediante una prueba piloto, en una muestra con características similares al estudio, resultando un Alpha de Crombach de 0.869.

RESULTADOS

A continuación, se describen los resultados *Calidad de servicio* durante la pandemia covid-19, en clientes en de Línea 1 del Metro de Lima.

Tabla 1. Calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de Línea 1 del Metro de Lima, 2020.

Calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de Línea 1 del Metro de Lima, 2020		
	Frecuencia	Porcentaje
Baja Calidad de Servicio	93	23,19
Aceptable Calidad de Servicio	196	48,88
Alta Calidad de Servicio	112	27,93
Total	401	100,00

Calidad de servicio

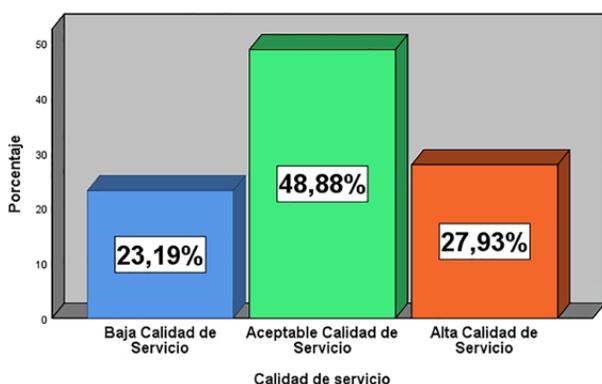


Figura 1. Calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de Línea 1 del Metro de Lima, 2020.

Con respecto de la totalidad de resultados obtenidos se observa que del 100% del público encuestado, un 48,88% indica que la calidad de servicio se encuentra en un nivel aceptable, frente a un 27,93% de alta calidad y un 23,19% que es manifiestan de baja la calidad de servicio brindada en Línea 1 Metro de Lima.

La calidad de servicio con respecto a los elementos tangibles, los bienes materiales como la maquinaria y/o los locales que tiene la Línea 1 Metro de Lima, de los resultados obtenidos se observa que del 100% del público encuestado, un 51,87% indica que se encuentra en un nivel aceptable, frente a un 22,44% de alta calidad y un 25,69% que es manifiestan de baja los bienes materiales como la maquinaria o los locales brindada en Línea 1 Metro de Lima.

Tabla 2. Elementos tangibles, maquinaria y/o los locales de la Línea 1 del Metro de Lima.

Elementos tangibles, maquinaria y/o los locales de la Línea 1 del Metro de Lima		
	Frecuencia	Porcentaje
Bajos elementos tangibles	103	25,69
Aceptables elementos tangibles	208	51,87
Altos elementos tangibles	90	22,44
Total	401	100,00

Elementos Tangibles

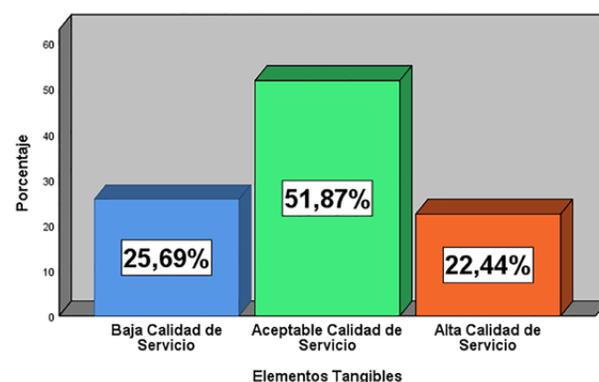


Figura 2. Calidad de servicio de los elementos tangibles maquinaria y/o los locales de la Línea 1 del Metro de Lima.

Tabla 3. Fiabilidad de la Línea 1 del Metro de Lima.

Fiabilidad de la Línea 1 del Metro de Lima		
	Frecuencia	Porcentaje
Baja Fiabilidad	89	22,19
Aceptable Fiabilidad	145	36,16
Alta Fiabilidad	167	41,65
Total	401	100,00

Fiabilidad

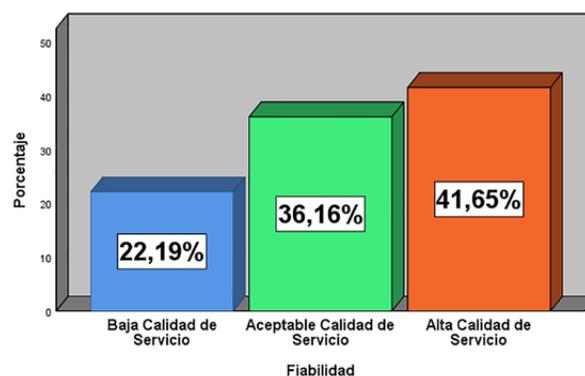


Figura 3. Fiabilidad del servicio que brinda la Línea 1 del Metro de Lima.

Respecto a la fiabilidad que tiene la Línea 1 Metro de Lima, de los resultados obtenidos se observa que del 100% del público encuestado, un 36,16% indica que la fiabilidad al servicio se encuentra en un nivel aceptable, frente a un 41,65% de alta fiabilidad y un 22,19% que es manifiestan de baja fiabilidad en la calidad de servicio brindada en Línea 1 Metro de Lima.

Tabla 4. Capacidad Respuesta del servicio de la Línea 1 del Metro de Lima.

Capacidad Respuesta del servicio de la Línea 1 del Metro de Lima		
	Frecuencia	Porcentaje
Baja Capacidad Respuesta	131	32,67
Aceptable Capacidad Respuesta	150	37,41
Alta Capacidad Respuesta	120	29,93
Total	401	100,00

Capacidad Respuesta

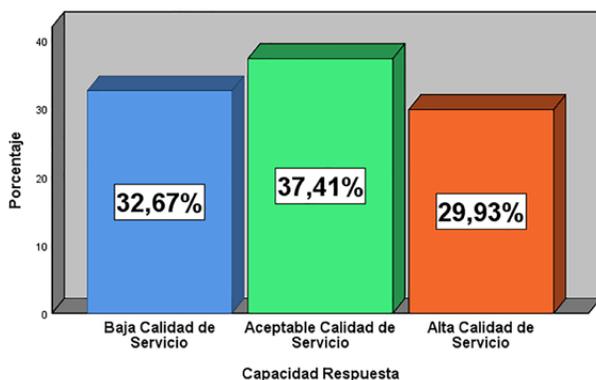


Figura 4. Capacidad de respuesta del servicio de la Línea 1 del Metro de Lima.

Tabla 5. Seguridad a los usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima.

Seguridad a los usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima		
	Frecuencia	Porcentaje
Baja Seguridad	156	38,90
Aceptable Seguridad	151	37,66
Alta Seguridad	94	23,44
Total	401	100,00

La calidad de servicio con respecto a capacidad de respuesta, los que tiene la Línea 1 Metro de Lima, de los resultados obtenidos de los usuarios se observa que del 100% del público encuestado, un 37,41% indica que se encuentra en un nivel aceptable de capacidad de respuesta, frente a un 29,93% de alta capacidad de respuesta y un 32,67% que es manifiestan de baja capacidad de respuesta brindada a los usuarios de la Línea 1 Metro de Lima.

Seguridad

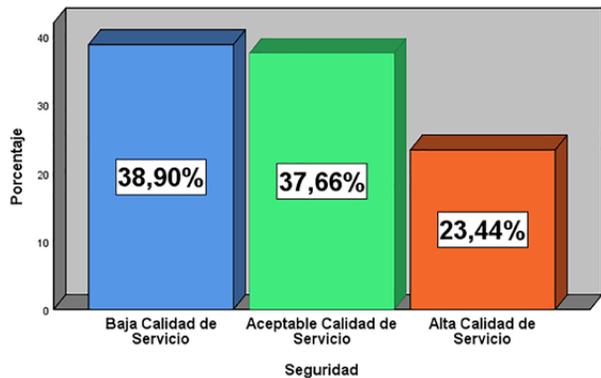


Figura 5. Seguridad a los usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima.

Con respecto a la seguridad en los usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima, de los resultados obtenidos se observa que del 100% del público encuestado, un 37,66% indica que seguridad en los usuarios se encuentra en un nivel aceptable, un 23,44% de alta seguridad y un 38,90% que es manifiestan de baja la seguridad en los usuarios brindada en Línea 1 Metro de Lima.

Tabla 6. Empatía con usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima.

Empatía con usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima		
	Frecuencia	Porcentaje
Baja Empatía	128	31,92
Aceptable Empatía	142	35,41
Alta Empatía	131	32,67
Total	401	100,00

Empatía

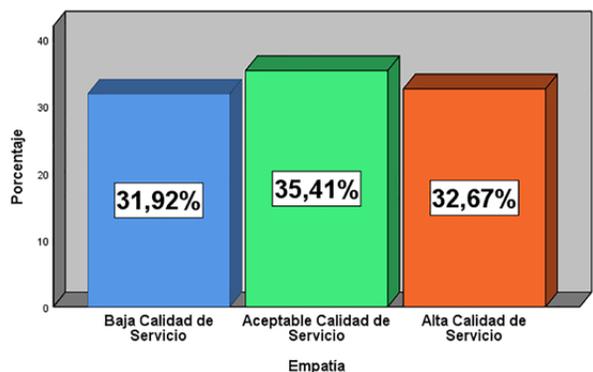


Figura 6. Empatía con usuarios de la Línea 1 del Metro de Lima.

Finalmente, respecto a la empatía con los usuarios que tiene la Línea 1 Metro de Lima, de los resultados obtenidos se observa que del 100% del público encuestado, un 35,41% indica que la empatía con los usuarios se encuentra en un nivel aceptable, frente a un 32,67% de alta empatía y un 31,92% que es manifiestan de baja empatía brindada en Línea 1 Metro de Lima.

DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación evidencian la importancia del servicio de calidad que brinda Línea 1 metro de Lima empresa Concar S.A., 2020.

En relación al objetivo general los resultados obtenidos para nuestra variable de investigación fue 48,88% representa un nivel aceptable a la calidad de servicio, encontrando similitud con ⁽¹⁹⁾ Inga quien señala, la calidad de servicio se ve influenciada por su personal y la gestión administrativa.

En relación a la capacidad de los elementos tangibles, los bienes materiales como la maquinaria y/o los locales se muestra que el 51,87% de los equipos se encuentra en un nivel aceptable, ⁽²⁰⁾ Guevara explica que la calidad de servicio se determina en la adaptación de un plan de fidelización al cliente contando con equipos que permitan el desarrollo correcto del servicio.

En relación a la fiabilidad del servicio en los usuarios de demuestra bajos nuestros resultados arrojando un 36,16% de alta fiabilidad, la cual difiere de ⁽²¹⁾ Abarca que indica en sus investigaciones que la fiabilidad está en un nivel de 14,4% debido a que no se refleja en todos los lugares donde se implementa el servicio.

En relación a la capacidad de respuesta del servicio brindado por Línea 1 Metro de Lima empresa Concar S.A. 2020, donde se demostró alto nuestras investigaciones arrojando un resultado de 37,41%, la cual difiere de Quispe ⁽²²⁾ que obtuvo una calificación de 46,5% él se menciona que el resultado es básicamente al comportamiento de los empleados, las transacciones y gestiones asertivas que ellos demuestran por los usuarios.

En relación a la seguridad del servicio brindada por la empresa se demostró alto nuestras investigaciones arrojando un resultado de 38,90% baja seguridad, lo cual difiere con Ramírez ⁽²³⁾ que califica a la seguridad con un 47,09% tales resultados incide directamente en la gestión del personal en cuanto a conocimientos, capacitación y preparación.

En relación a la empatía con los usuarios, brindado por personal de la empresa, donde se demostró baja empatía un con 35,41%, lo cual difiere con Quispe ⁽²²⁾, que con 58,01% indica que dichos resultados son gracias a las mejoras continuas en procesos y sistemas diseñados para satisfacer al cliente.

Se llegó a determinar que la calidad de servicio durante la pandemia covid-19, en usuarios del transporte es aceptable. Cuenta con elementos tangibles en buen estado como locales modernos, maquinarias en buen estado, rapidez en el transporte y siempre están a disposición del cliente, claramente es respaldada con una aprobación de nivel aceptable.

Las estrategias utilizadas por la empresa como la buena comunicación, las instalaciones con tecnología posicionan como un sistema de transporte diferenciado. La empresa cuenta con un sistema de funcionamiento sólido, eficaz y eficiente, este que genera satisfacción y confianza en los usuarios, pues estos dieron una aprobación de aceptable.

Ante la capacidad de respuesta del personal tiene una aprobación de aceptable, significa que la empresa cumple adecuadamente los protocolo establecidos, siendo eficientes al momento de auxiliar a los usuarios ante cualquier situación problemática, pero podría mejorar.

Finalmente, en cuanto a la seguridad con respecto a los usuarios de la línea 1 metro de Lima existe un equilibrio según las encuestas entre los tres niveles baja, aceptable y alta seguridad, los que nos indica que debe de mejorar la seguridad como los mecanismos utilizados, señalizaciones, personal de seguridad para la mejora de la calidad del servicio y cumplir satisfactoriamente a las expectativas de los usuarios. Con empatía de personal a los usuarios del servicio, consideramos debe de existir una mejora en la selección de personal, como las capacitaciones dentro de la empresa, que demuestren resultados asertivos, de manera que los colaboradores sean empáticos con los usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Huerta A. Los tratados de libre comercio impulsados por Estados Unidos en América Latina y la profundización del subdesarrollo. *Contaduría y Adm [revista en Internet]* 2007 [citado 10 de octubre de 2020]; (221): 9-37. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422007000100002
- Tschohl J. Servicio al cliente [Internet]. 10ª ed. Estados Unidos: Servicio Quality Instituto Latin American; 2014 [citado el 10 de setiembre de 2020]. 382 p. Disponible en: <http://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Centeno G. Servicio de transporte urbano en la ciudad de Lima, análisis y propuesta de mejora de la calidad, con participación de las universidades públicas y privadas. *Anales Científicos [revista en Internet]* 2018 [citado 11 de mayo de 2020]; 79(1): 49-58. Disponible en: http://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/1138/pdf_71
- Bull A. Congestion de Transito: El problema y cómo enfrentarlo. Naciones Unidas, comisión económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile; 2003. 194 p. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27813/1/S0301049_es.pdf
- Defensoría del Pueblo. El transporte urbano en Lima Metropolitana: Un desafío en defensa de la vida [Internet]. Lima-Perú: Defensoría del Pueblo; 2008 [citado el 10 de noviembre de 2020]. 192 p. Disponible en: https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2018/05/informe_137.pdf
- Gakenheimer R. Los problemas de la movilidad en el mundo en desarrollo. *EURE [revista en Internet]* 1998 [citado 31 de agosto de 2020]; 24(72):

- 33-52. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71611998007200002&lng=en&nrm=iso&tlng=en
7. Perú21. Caótica: Lima es la tercera ciudad con más congestión vehicular en el mundo. [Internet]. Lima-Perú: Perú; 2019 [citado 2 de diciembre de 2020]. Disponible en: <https://peru21.pe/peru/lima-tercera-ciudad-congestion-vehicular-mundo-483405-noticia/>
 8. Duque E. Revision del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Rev Innovar* [revista en Internet] 2005 [citado 31 de agosto de 2020]; 15(25): 64-80. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
 9. El Comercio. El 60% de la compra se define con un buen servicio al cliente. [Internet]. Lima-Perú: El Comercio; 2017 [citado 30 de agosto de 2020]. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/60-compra-define-buen-servicio-cliente-noticia-457187-noticia/>
 10. Gestión. Las diez empresas más admiradas del Perú reconocidas por la comunidad. [Internet]. Lima-Perú: Gestión; 2015 [citado 30 de agosto de 2020]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/empresas/diez-empresas-admiradas-peru-reconocidas-comunidad-corporativa-98310-noticia/>
 11. Gestión. PwC y G de Gestión premiaron a Las Empresas Más Admiradas del Perú en su séptima edición. [Internet]. Lima-Perú: Gestión; 2018 [citado 2 de diciembre de 2020]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/empresas/pwc-g-gestion-premiaron-empresas-admiradas-peru-setima-edicion-243823-noticia/>
 12. Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L. SERVQUAL : A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* [revista en Internet] 1988 [citado 11 de mayo de 2020]; 64(1): 12-40. Disponible en: <https://www.semanticscholar.org/paper/SERVQUAL%3A-A-multiple-item-scale-for-measuring-of-Parasuraman-Zeithaml/d26a2423f00ca372b424a029ae22521299f00ede>
 13. Nishizawa M. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perpectiva* [revista en Internet] 2014 [citado 11 de noviembre de 2020]; 34: 181-209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
 14. Mora C. La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Rev Bras Mark* [revista en Internet] 2011 [citado 11 de noviembre de 2020]; 10(2): 146-62. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
 15. Setó D. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid-España: ESIC; 2004. 168 p.
 16. Hill TP. On goods and services. 2004. 315-338 p. Disponible en: <http://www.roiw.org/1977/315.pdf>
 17. Hernandez R, Fernandez C, Baptista P. Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. *Metodología de la investigación*. 2010. 76-88 p.
 18. Aguilar-Barojas S. Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco* [revista en Internet] 2005 [citado 11 de noviembre de 2020]; 11(1-2): 333-338. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
 19. Inga M. Gestión Administrativa y Calidad de Servicio de la Empresa Gigantico Color Perú S.A.C. Ate, 2017 [tesis licenciatura]. Lima-Perú: Universidad Cesar Vallejo; 2018 [Internet]. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22385/Quispe_IHM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 20. Guevara L. Implementación de la metodología CRM para mejorar la calidad de servicio de transporte público, transport tigrillo S.A. [tesis licenciatura]. Lima-Perú: Universidad Privada del Norte; 2016 [Internet]. Disponible en: https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10573/T055_10728265_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 21. Abarca A. Percepción de los usuarios del servicio de transporte tren, Costa Rica, mayo de 2012. *Ciencias económicas* [revista en Internet] 2013 [citado 11 de noviembre de 2020]; 31(1):169-79. Disponible en: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/10623>
 22. Quispe O, Maza W. Calidad de Servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial cargo SRL. Cusco, 2017 [tesis licenciatura]. Lima-Perú: Universidad Peruana Unión; 2018 [Internet]. Disponible en: <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1530>
 23. Ramírez V. Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016 [tesis magister]. Yurimaguas-Perú: Universidad Cesar Vallejo; 2016 [Internet]. Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1797/ramirez_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y