

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
Escuela Profesional de Turismo y Hotelería



**Modelo Servqual para medir la calidad de servicio de los usuarios que
realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.**

Tesis presentada por la Bachiller:

Rubina Medina, Claudia Jesús

ORCID: 0009-0007-7449-4751

para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Asesor(a):

Mg. Flores Vilca, Ivonne Virginia

ORCID: 0000-0002-3335-8506

Arequipa – Perú

2024

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

TURISMO Y HOTELERIA

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 03 de Junio del 2024

Dictamen: 011233-C-EPTYH-2024

Visto el borrador del expediente 011233, presentado por:

2016248952 - RUBINA MEDINA CLAUDIA JESUS

Titulado:

**MODELO SERVQUAL PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS USUARIOS QUE
REALIZAN DEPORTE DE AVENTURA EN EL VALLE DE CHILINA.**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERIA

**29363022 - PARI FLORES ROMULO ELIAS
DICTAMINADOR**



**29519336 - DELGADO DEL CARPIO PEGGY GINA
DICTAMINADOR**



**29707114 - PALZA MONROY AMELY FARIDY
DICTAMINADOR**



Modelo Servqual para medir la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.

INFORME DE ORIGINALIDAD

| | | | |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 20% | 21% | 7% | 18% |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | Submitted to Universidad Católica de Santa María | 13% |
| | Trabajo del estudiante | |
| 2 | tesis.ucsm.edu.pe | 2% |
| | Fuente de Internet | |
| 3 | hdl.handle.net | 2% |
| | Fuente de Internet | |
| 4 | repositorio.uta.edu.ec | 2% |
| | Fuente de Internet | |
| 5 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo | 1% |
| | Trabajo del estudiante | |
| 6 | renati.sunedu.gob.pe | 1% |
| | Fuente de Internet | |
| 7 | repositorio.unap.edu.pe | 1% |
| | Fuente de Internet | |

DEDICATORIA

Principalmente a Dios al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo, al creador de mis padres y de las personas que más amo. A mis queridos padres Flor Evelyn Medina y Ronal Fernando Rubina Muñoz, por su constante apoyo, por sus consejos, la constante motivación que me han brindado y por la perseverancia que me han infundado siempre. A mis hermanas Raysa, Tamara y Kelly por brindarme su apoyo incondicional que más que hermanas son mis verdaderas amigas. A toda mi familia y amigos que desde un comienzo me animaron a no rendirme a alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi vida, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Agradezco a mi Escuela profesional de Turismo y Hotelería, por haberme formado como profesional.

A mi asesora Ivonne Flores Vilca y Jurados Dictaminadores, Doc. Rómulo Pari, Dra. Peggy Delgado y Dra. Amely Palza por permitirme alcanzar esta meta, así también a la universidad Católica de Santa María por haberme permitido obtener mi tan ansiado título.

.

Gracias a mis padres: Flor Evelyn Medina y Ronal Fernando Rubina Muñoz, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

A mis hermanas Raysa, Tamara y Kelly por sus consejos y apoyo incondicional. A mi familia que fueron parte fundamental de mi proceso en la vida profesional, por su aliento y porque nunca dejaron de creer en mí.

RESUMEN

La calidad en el sector del turismo es crucial, ya que influye directamente en la satisfacción de los usuarios. En este ámbito de servicio, es fundamental satisfacer todas las necesidades que puedan surgir, con el fin de superar las expectativas y fomentar que los usuarios vuelvan a hacer uso del servicio, así como las recomendaciones hacia la empresa. Por ello, el objetivo principal de la investigación es, determinar mediante el Modelo SERVQUAL la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.

El estudio fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño no experimental. La población estuvo compuesta por 261 usuarios locales, nacionales y extranjeros que participaron en actividades de deportes de aventura en el Valle de Chilina, ubicado en el distrito de Alto Selva Alegre, Arequipa.

Para la recolección de datos, se empleó el cuestionario estandarizado SERVQUAL, compuesto por ítems que abordan las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; estos ítems fueron evaluados mediante una escala de Likert. Se obtuvo como resultado que la calidad del servicio de deportes de aventura en el Valle Chilina es mayormente media, con áreas para mejorar en tangibilidad, fiabilidad y capacidad de respuesta. La percepción de seguridad es aceptable, mientras que la empatía se encuentra en proceso de mejora.

Palabras claves: Modelo SERVQUAL, calidad de servicio

ABSTRACT

Quality in the tourism sector is crucial, as it directly influences user satisfaction. In this field of service, it is essential to satisfy all the needs that may arise, in order to exceed expectations and encourage repeat use of the service, as well as recommendations towards the company. Therefore, the main objective of the research was to determine through the SERVQUAL Model the quality of service of the users who practice adventure sports in the Chilina Valley.

The study was quantitative, descriptive, with a non-experimental design. The population consisted of 261 local, national and foreign users who participated in adventure sports activities in the Chilina Valley, located in the district of Alto Selva Alegre, Arequipa.

For data collection, the standardized SERVQUAL questionnaire was used, composed of items that address the dimensions of tangibility, reliability, responsiveness, safety and empathy; these items were evaluated using a Likert scale. As a result, the quality of the adventure sports service in the Chilina Valley is mostly average, with areas for improvement in tangibility, reliability and responsiveness. The perception of safety is acceptable, while empathy is in the process of improvement.

Key words: SERVQUAL Model, quality of service

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO | 3 |
| 1. Problema de investigación..... | 3 |
| 1.1 Enunciado del Problema..... | 3 |
| 1.2 Planteamiento del Problema – (Pregunta de Investigación)..... | 3 |
| Pregunta General | 3 |
| Preguntas Específicas | 3 |
| 1.3. Campo y Área..... | 4 |
| 1.4. Variables | 4 |
| 1.5. Justificación..... | 5 |
| 1.6. Objetivos de Investigación | 6 |
| 1.6.1 Objetivo General | 6 |
| 1.6.2 Objetivo Especifico | 6 |
| 1.7. Marco teórico conceptual | 7 |
| 1.7.1. Calidad del servicio | 7 |
| 1.7.2. Satisfacción del usuario..... | 8 |
| 1.7.3. Medición de la calidad..... | 9 |
| 1.7.4 Modelo SERVQUAL | 10 |
| 1.7.5. Ventajas del modelo SERVQUAL..... | 11 |
| 1.7.6. Calidad de servicio y turismo | 12 |
| 1.7.7. Deportes de aventura | 13 |
| 1.7.9. Actividades del Valle de Chilina..... | 17 |
| 1.8. Antecedentes investigativos | 20 |
| 1.9. Hipótesis | 23 |
| CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO | 24 |
| 2. Diseño de Investigación | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1. Tipo, Nivel y Diseño de investigación | 24 |
| 2.1.1. Tipo de investigación | 24 |
| 2.1.2. Nivel de Investigación | 24 |
| 2.1.3. Diseño de Investigación | 24 |
| 2.2. Técnica e Instrumento | 24 |
| 2.2.1. Técnica de recolección de datos | 24 |
| 2.2.2. Instrumento de recolección de datos | 25 |
| 2.3. Campo de Verificación..... | 25 |
| 2.3.1. Ámbito Geográfico..... | 25 |
| 2.3.2. Unidad de Estudio (población y muestra) | 25 |
| 2.3.3. Temporalidad..... | 27 |
| 2.4. Estrategias de Recolección de Datos | 27 |
| 2.5. Criterios de procesamiento de información..... | 27 |
| 2.6. Cronograma | 28 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS | 29 |
| 3.1. Análisis de resultados | 29 |
| DISCUSIÓN..... | 63 |
| CONCLUSIONES | 66 |
| REFERENCIAS | 69 |
| ANEXOS | 69 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Operacionalización de variables | 4 |
| Tabla 2 Empresas que Realizan Deportes de Aventura en el Valle de Chilina | 14 |
| Tabla 3 Nivel de Variable Calidad | 25 |
| Tabla 4 ¿Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados en el Valle de Chilina son cómodos y modernos?..... | 29 |
| Tabla 5 ¿Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso?..... | 31 |
| Tabla 6 ¿La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra?..... | 32 |
| Tabla 7 ¿El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos? | 33 |
| Tabla 8 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas?..... | 34 |
| Tabla 9 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento?..... | 35 |
| Tabla 10 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina desempeñan sus funciones de manera profesional? | 37 |
| Tabla 11 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados?..... | 39 |
| Tabla 12 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio? | 40 |
| Tabla 13 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad?..... | 41 |
| Tabla 14 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado? | 43 |
| Tabla 15 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios? | 44 |
| Tabla 16 ¿Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina?..... | 45 |

| | |
|--|----|
| Tabla 17 ¿El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le trasmite confianza? | 46 |
| Tabla 18 ¿Se siente seguro durante todo el servicio? | 47 |
| Tabla 19 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad? | 48 |
| Tabla 20 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente? | 49 |
| Tabla 21 ¿En el servicio usted es tratado de manera personal? | 50 |
| Tabla 22 ¿Los horarios de los servicios son los adecuados? | 51 |
| Tabla 23 ¿Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina? | 52 |
| Tabla 24 ¿Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física? | 53 |
| Tabla 25 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente? | 54 |
| Tabla 26 Nivel de Calidad de Servicio General | 55 |
| Tabla 27 <i>Tangibilidad en la calidad de servicio</i> | 56 |
| Tabla 28 <i>Fiabilidad en la calidad de servicio</i> | 57 |
| Tabla 29 <i>Capacidad de respuesta en la calidad de servicio</i> | 58 |
| Tabla 30 <i>Seguridad en la calidad de servicio</i> | 59 |
| Tabla 31 <i>Empatía en la calidad de servicio</i> | 60 |
| Tabla 32 <i>Calidad de servicio según el deporte de aventura</i> | 61 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Puenting en el Valle de Chilina..... | 15 |
| Figura 2 Ciclismo en el Valle Chilina | 15 |
| Figura 3 Canotaje en el Valle Chilina | 16 |
| Figura 4 Escalada en Valle de Chilina | 16 |
| Figura 5 Trekking en Valle de Chilina | 17 |
| Figura 6 Slackline en Valle de Chilina..... | 17 |
| Figura 7 ¿Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados en el Valle de Chilina son cómodos y modernos?..... | 29 |
| Figura 8 ¿Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso? | 31 |
| Figura 9 ¿La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra?..... | 32 |
| Figura 10 ¿El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos? | 33 |
| Figura 11 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas?..... | 34 |
| Figura 12 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento?..... | 35 |
| Figura 13 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina desempeñan sus funciones de manera profesional? | 37 |
| Figura 14 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados?..... | 39 |
| Figura 15 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio? | 40 |
| Figura 16 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad?..... | 41 |
| Figura 17 ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado? | 43 |
| Figura 18 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios? | 44 |

| | |
|--|----|
| Figura 19 ¿Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina?..... | 45 |
| Figura 20 ¿El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le transmite confianza? | 46 |
| Figura 21 ¿Se siente seguro durante todo el servicio? | 47 |
| Figura 22 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad?..... | 48 |
| Figura 23 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente?..... | 49 |
| Figura 24 ¿En el servicio usted es tratado de manera personal? | 50 |
| Figura 25 ¿Los horarios de los servicios son los adecuados? | 51 |
| Figura 26 ¿Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina? | 52 |
| Figura 27 ¿Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física? | 53 |
| Figura 28 ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente? | 54 |
| Figura 29 Nivel de Calidad de Servicio General..... | 55 |
| Figura 30 Tangibilidad en la calidad de servicio..... | 56 |
| Figura 31 Fiabilidad en la calidad de servicio..... | 57 |
| Figura 32 Capacidad de respuesta en la calidad de servicio | 58 |
| Figura 33 Seguridad en la calidad de servicio..... | 59 |
| Figura 34 Empatía en la calidad de servicio..... | 60 |
| Figura 35 Calidad de servicio según el deporte de aventura | 61 |

INTRODUCCIÓN

La industria del turismo de aventura en el Valle de Chilina ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, atrayendo a un número cada vez mayor de entusiastas de las actividades al aire libre y la emoción. En este contexto, la calidad del servicio prestado a los usuarios que participan en deportes de aventura se convierte en un aspecto esencial para satisfacer las expectativas de los visitantes y fomentar la lealtad de los usuarios.

La presente investigación tiene como objetivo fundamental determinar como el Modelo SERVQUAL mide la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina. A través de un enfoque descriptivo y la recopilación de datos de primera mano, esta investigación se propone identificar áreas de mejora, fortalezas y debilidades en la prestación de servicios de aventura, proporcionando una visión integral de cómo los usuarios perciben la calidad del servicio.

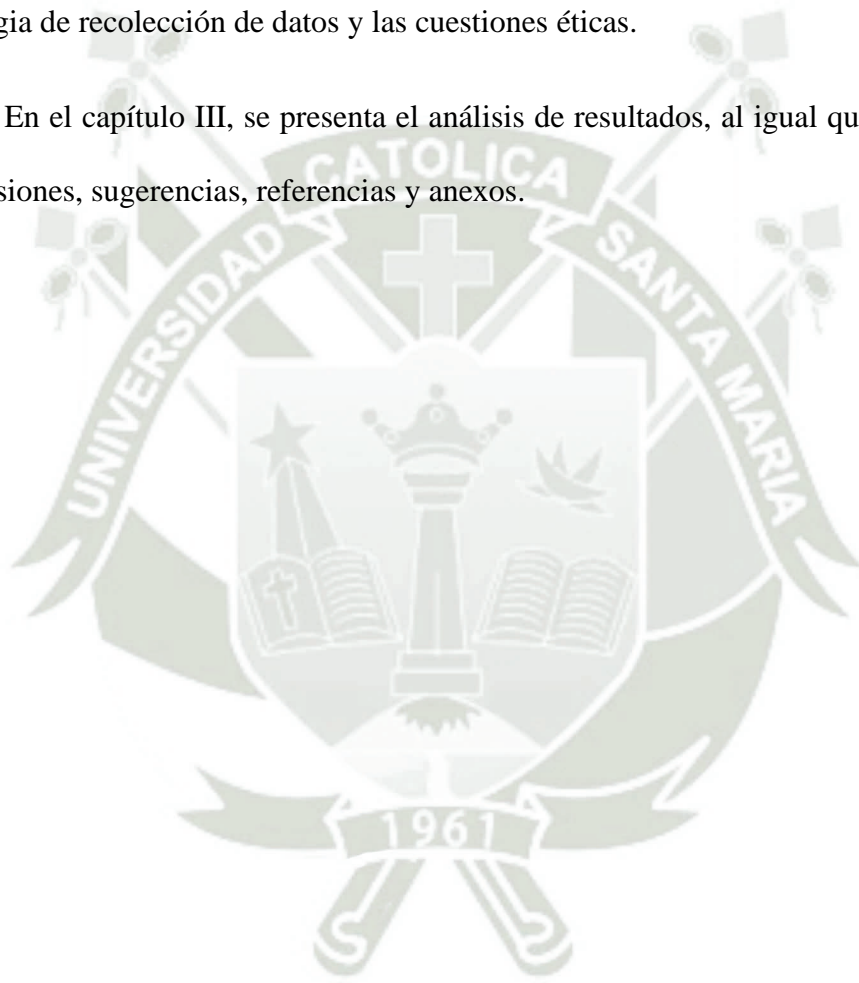
El estudio busca no solo analizar las dimensiones fundamentales de la calidad del servicio, como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad, sino también establecer una base sólida para la implementación de estrategias de mejora que beneficien tanto a los prestadores de servicios como a los aventureros que visitan el Valle de Chilina. En un entorno turístico en constante evolución, comprender y elevar la calidad del servicio es crucial para mantener la competitividad y garantizar experiencias memorables para los amantes de los deportes de aventura.

A continuación, se aborda los contenidos que se muestran en la siguiente investigación:

En el capítulo I, se presenta el problema de investigación, en donde se detalla el planteamiento, el campo, área y línea de investigación, la operacionalización de variables, los objetivos, el marco teórico conceptual, los antecedentes investigativos y la hipótesis.

En el capítulo II, se presenta el diseño metodológico, en donde se detalla el tipo, nivel y diseño de la investigación, la técnica e instrumento, el campo de verificación, la estrategia de recolección de datos y las cuestiones éticas.

En el capítulo III, se presenta el análisis de resultados, al igual que la discusión, conclusiones, sugerencias, referencias y anexos.



CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1. Problema de investigación

1.1 Enunciado del Problema

Modelo SERVQUAL para medir la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.

1.2 Planteamiento del Problema – (Pregunta de Investigación)

Esta investigación buscó medir la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina mediante el modelo SERVQUAL.

Pregunta General

¿Como el Modelo SERVQUAL mide la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina?

Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la tangibilidad en la calidad de servicio?
- ¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la fiabilidad en la calidad de servicio?
- ¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la capacidad de respuesta en la calidad de servicio?
- ¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la seguridad en la calidad de servicio?
- ¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la empatía en la calidad de servicio?

1.3. Campo y Área

Campo: Ciencias Sociales

Área: Turismo y hotelería

Línea: Servicio Turístico

1.4. Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|------------------------|---|-------------------------------|---|
| Modelo SERVQUAL | Conforme con Gonzales, et al. (2022) es una herramienta ampliamente utilizada para evaluar la calidad del servicio en organizaciones y negocios, se centra en la brecha entre las expectativas del cliente y sus percepciones sobre la calidad del servicio recibido. | Tangibilidad | <ul style="list-style-type: none"> - Apariencia física - Infraestructura - Equipos - Materiales - Trabajadores |
| | | Fiabilidad | <ul style="list-style-type: none"> - Prestación del servicio - Realización de acuerdos - Suministros excedentes - Resolución de problemas - Establecimiento de tarifas |
| | | Capacidad de respuesta | <ul style="list-style-type: none"> - Atención inmediata - Responder a inquietudes y quejas de clientes - Resolución de inconvenientes |
| | | Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad - Confianza |
| | | Empatía | <ul style="list-style-type: none"> - Servicio personalizado |

Nota: elaboración propia

1.5. Justificación

La presente investigación se justifica académicamente por su relevancia en el ámbito educativo y la formación de los futuros profesionales del turismo. La calidad de servicio es un factor determinante en la competitividad de la industria turística, por lo que esta investigación proporciona una valiosa base de conocimiento. Los hallazgos obtenidos a través de la aplicación del modelo SERVQUAL en el turismo de aventura en el Valle de Chilina ofrecerán conocimientos concretos y prácticos sobre cómo medir y mejorar la calidad del servicio en un entorno turístico específico. Este conocimiento no solo fortalecerá la formación académica de los estudiantes, sino que también los preparará para enfrentar los desafíos y demandas del sector turístico en constante evolución. Además, al adquirir habilidades y una comprensión en la evaluación de la calidad del servicio, estos podrán contribuir de manera más efectiva al crecimiento y desarrollo de la industria del turismo en el Valle de Chilina y en otros destinos similares.

Así mismo se justifica socialmente, ya que se centra en la calidad del servicio prestado a los usuarios que participan en deportes de aventura en el Valle de Chilina, lo que repercute directamente en la satisfacción y experiencia de los visitantes. Al mejorar la calidad del servicio en esta industria, se contribuye a la creación de experiencias más enriquecedoras y seguras para los aventureros, lo que, a su vez, promueve el turismo sostenible y el bienestar de la comunidad local. Además, al elevar los estándares de servicio, se fomenta la lealtad de los usuarios y la promoción del destino, lo que tiene un impacto positivo en la economía, contribuyendo al desarrollo y prosperidad del Valle de Chilina.

De igual forma la investigación tendrá una justificación práctica, dado que los resultados, así como las recomendaciones derivadas de dicho estudio servirán como guía práctica para llevar a cabo mejoras en la prestación de servicios, lo que se traducirá en

una mejora tangible en la experiencia de los usuarios, la eficiencia operativa de las empresas y, en última instancia, en una mayor competitividad en el mercado. También, se justifica metodológicamente al emplear un enfoque responsable y riguroso al hacer uso de métodos y herramientas que garanticen la obtención de datos válidos y fiables, los cuales serán analizados a través de técnicas estadísticas.

Por último, de una perspectiva ética la investigación tiene un impacto altamente positivo y directo en los turistas que visitan el Valle Chilina, ya que aborda un tema fundamental como lo es la calidad de servicio, así mismo, con este estudio se busca contribuir con la mejora de la oferta turística y la consolidación dentro del mercado, tanto a nivel local, nacional e internacional, promoviendo una conciencia turística entre los visitantes locales, fortaleciendo a su vez la identidad cultural.

1.6. Objetivos de Investigación

1.6.1 Objetivo General

Determinar mediante el Modelo SERVQUAL la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.

1.6.2 Objetivo Especifico

- Evaluar la tangibilidad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.
- Evaluar la fiabilidad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.
- Identificar la capacidad de respuesta de los servicios en relación con la calidad percibida por los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.

- Conocer la percepción de seguridad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.
- Identificar si la empatía es un factor esencial en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina.

1.7. Marco teórico conceptual

El turismo es un componente vital de la economía global, investigado minuciosamente en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica no solo brinda oportunidades para el avance socioeconómico y cultural de un área, sino que también destaca el valor del patrimonio como un factor de cohesión social, influyendo en sensibilidades importantes. En consecuencia, los enfoques que promueven el desarrollo sostenible del turismo en un destino son cada vez más comunes.

Además de ser una fuente de ingresos y atractivo para visitantes, el turismo desempeña un rol clave en la reducción de la pobreza al generar empleo y estimular el crecimiento local. En el caso específico de Perú, el turismo representa una significativa fuente de divisas y ha experimentado un crecimiento considerable en los últimos años. Este fenómeno subraya su relevancia como motor económico y su contribución al desarrollo sostenible del país. (Agüera, 2019)

1.7.1. Calidad del servicio

De acuerdo con Mohedano (2023) la importancia de la calidad del servicio es fundamental para las empresas que desean causar una impresión favorable en sus consumidores. En este sentido, la retroalimentación del cliente se convierte en un recurso valioso para evaluar el rendimiento y determinar áreas de mejora en cualquier

empresa. En consecuencia, es responsabilidad de las empresas garantizar la calidad de los servicios que ofrecen, que puede evaluarse desde diversas perspectivas. Uno de los enfoques más comunes se relaciona con la calidad del servicio al cliente, que comprende una variedad de elementos, desde aspectos tangibles hasta intangibles, con el objetivo de satisfacer o incluso superar las expectativas del cliente en relación con sus necesidades y el producto o servicio que mejor se ajusta a ellas. En el contexto de la calidad del servicio, se resalta la necesidad de que este sea lo suficientemente destacado para que una empresa sobresalga entre sus competidores. Por lo tanto, se espera que los servicios destinados a satisfacer las necesidades del cliente se brinden con amabilidad y proporcionen información de manera efectiva.

1.7.2. Satisfacción del usuario

Según Prada (2017) la satisfacción del cliente en relación con un destino turístico o un servicio es un aspecto crucial que influye en la decisión de regresar al lugar o volver a utilizar el servicio. Durante sus actividades, el turista evaluará si las experiencias son más o menos satisfactorias. Por otro lado, Dosantos (2019) ofrece otra perspectiva al definir la satisfacción como una respuesta positiva del cliente al interactuar con un producto o servicio. Destaca la importancia de la evaluación que realiza el consumidor, ya que el grado de satisfacción puede marcar la diferencia en el mercado y también afectar las recomendaciones que el cliente brinde a otras personas.

1.7.2.1. Expectativas del usuario. Castillo (2020) en el ámbito turístico, es crucial para las empresas mejorar la oferta que se brinda a los turistas en función de su motivo de viaje, ya sea religioso, deportivo, de negocios, de ocio, recreativo, cultural, gastronómico, entre otros aspectos (Castillo et al., 2020).

1.7.2.2. Percepción del usuario.

Pérez (2019) indican que la percepción implica la habilidad de integrar, reconocer, analizar y responder a estímulos sensoriales. Por lo tanto, es fundamental reconocer los procesos a través de los cuales, mediante la comunicación, se espera que la información transmitida por el personal de la empresa sea recibida y procesada de manera clara por el cliente.

1.7.3. Medición de la calidad

De acuerdo con Mosquera (2020) definen la calidad como un concepto dinámico que se relaciona con varios aspectos, como personas, productos, entornos y servicios, con el propósito de satisfacer las expectativas, intereses y diversas necesidades de los usuarios. Además, destacan que la calidad es fundamental para el desarrollo de las organizaciones y es un factor esencial en los productos y servicios que ofrecen a los clientes.

En el contexto empresarial contemporáneo, caracterizado por una fuerte competencia, se vuelve imperativo llevar a cabo evaluaciones constantes de la calidad de los servicios proporcionados por las instituciones a los usuarios, ya que estos factores desempeñan un papel crucial en la mejora continua. Esto es particularmente relevante dado que los usuarios están mejor informados y son más exigentes, lo que hace que la comprensión de los niveles de satisfacción sea un instrumento valioso para identificar inconsistencias o deficiencias y tomar medidas correctivas.

En estos procesos de evaluación de la calidad, se emplean métodos para evaluar la calidad de los servicios, lo que facilita la identificación de áreas que requieren mejoras para alcanzar la excelencia. Es esencial reconocer la importancia de la

medición como un procedimiento que genera información fiable y confiable debido a su enfoque objetivo, proporcionando conocimientos valiosos.

1.7.4 Modelo SERVQUAL

Conforme con Urbietta (2022) el modelo SERVQUAL es una herramienta ampliamente utilizada para evaluar la calidad del servicio en organizaciones y negocios. Desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de 1980, se centra en la brecha entre las expectativas del cliente y sus percepciones sobre la calidad del servicio recibido. SERVQUAL se basa en cinco dimensiones clave: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, y se utiliza a través de encuestas que miden el desempeño de una organización en cada una de estas áreas para identificar áreas de mejora y lograr una mayor satisfacción del cliente y lealtad.

1.7.4.1. Dimensiones del modelo SERVQUAL

Además, Parasuraman Berry y Zeithaml (1980) citado en Marchan (2023) recomiendan que al implementar el modelo SERVQUAL, se evalúen cinco dimensiones, las cuales se detallaran a continuación:

Tangibilidad. Se concentra en la evaluación de las instalaciones físicas, la apariencia de los empleados, así como los equipos y los materiales de comunicación.

Fiabilidad. Se refiere a la disposición y voluntad de los empleados para brindar un servicio de alta calidad al cliente. Además, implica la habilidad de satisfacer las necesidades de los clientes de manera precisa y puntual.

Capacidad de Respuesta. Se relaciona con la atención y el conocimiento de los empleados, lo que se manifiesta en su habilidad para generar confianza en los clientes. En otras palabras, se refiere a la disposición de los empleados para ayudar a los consumidores de manera ágil y eficiente.

Seguridad. Se relaciona con la capacidad de la organización para brindar un servicio de manera confiable y segura, minimizando riesgos y preocupaciones para el cliente.

Empatía. Implica brindar un servicio al cliente de manera individualizada con la intención de superar sus expectativas al adquirir un servicio. Los servicios ofrecidos en el mercado deben centrarse en crear pequeños gestos que tengan el potencial de sorprender y generar una experiencia inolvidable para los consumidores.

1.7.5. Ventajas del modelo SERVQUAL

Según Bustamante (2019) las ventajas de este modelo radican en su capacidad para comparar las expectativas y percepciones de los clientes de una organización en un momento específico, lo que permite identificar similitudes y diferencias para realizar evaluaciones de calidad del servicio. Además, posibilita comparaciones entre distintas organizaciones que ofrecen el mismo servicio en diferentes ubicaciones geográficas. Este método es altamente adaptable y puede ajustarse según las particularidades de la organización que se pretende evaluar. Por último, proporciona la capacidad de analizar la diversidad de opiniones, percepciones y expectativas de los clientes relacionados con la calidad del servicio.

1.7.6. Calidad de servicio y turismo

De acuerdo con Mazón (2020) la calidad del servicio en la industria del turismo es un concepto intrínsecamente vinculado a la percepción subjetiva de los clientes, dado que lo que constituye calidad para un turista puede no serlo para otro. En este contexto, la calidad se define como la relación entre las expectativas del cliente y el servicio efectivamente experimentado, donde las expectativas son factores independientes, modelados por lo que el cliente observa y anticipa. Por otro lado, el servicio recibido es una variable dependiente, y aquí es donde los proveedores de servicios turísticos pueden ejercer un control significativo, ya que su objetivo es entregar un servicio que se ajuste o supere las expectativas del cliente.

Dentro del entorno turístico, se le da una especial importancia a los aspectos tangibles que influyen en la percepción de calidad. Esto incluye la presentación de instalaciones, la apariencia del personal, la limpieza de las áreas y otros factores visibles que forman una impresión inmediata en el cliente. Sin embargo, entre todos estos factores, el recurso humano juega un papel fundamental, ya que interactúa directamente con los turistas. A pesar de las posibles variaciones en el desempeño de los empleados, las empresas turísticas deben esforzarse por mantener un estándar constante de calidad.

Por esta razón, muchas empresas y destinos turísticos invierten en la capacitación continua de su personal para ofrecer la mejor experiencia posible al cliente, ya que al final del día, lo que perdura en la mente del turista son las experiencias y recuerdos que se lleva consigo.

1.7.7. Deportes de aventura

Según Moreno (2020) los deportes de aventura, también conocidos como deportes extremos, forman una categoría deportiva que ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial a lo largo de varios años. Como resultado, profesionales y empresarios del turismo se han preparado para integrar estos deportes en la oferta turística, a través de agencias, operadores turísticos y emprendedores independientes. Esta inclusión ha generado una respuesta positiva por parte de aquellos que buscan emociones fuertes y emocionantes experiencias, ya que combina la adrenalina con la exploración de nuevos destinos. Es decir, la fusión entre turismo y deporte de aventura se ha convertido en un atractivo clave dentro de la oferta turística de diversas regiones, generando un mercado en constante crecimiento y aportando importantes beneficios económicos a nivel local, regional y nacional.

De igual forma señala que el turismo de aventura engloba una amplia gama de actividades turísticas al aire libre que generalmente se comercializan y que implican una interacción con el entorno natural, lejos del entorno habitual del participante. Estas actividades suelen llevar consigo elementos de riesgo en los que el resultado está influenciado por la participación del individuo, el entorno y la gestión de la experiencia por parte del mismo.

1.7.8. Área de Investigación Valle Chilina

De acuerdo con Quispe (2022) el valle de Chilina, situado en la ciudad de Arequipa, se extiende a lo largo de 15 kilómetros y abarca tanto áreas agrícolas como silvestres. Este espacio natural ofrece una variedad de paisajes y un ecosistema completo, con la presencia del río Chili, senderos y campos de cultivo. Para acceder a él desde el centro de Arequipa, se cruza el Puente Grau y se sigue un camino pintoresco que conduce al Puente Chilina. Es importante resaltar que este valle no sufre de altos

niveles de contaminación, ya que su principal fuente de agua es el río Chili. Además, se encuentra ubicado en una región de la cordillera volcánica, donde el río Chili ha creado un cañón entre los complejos volcánicos del Chachani y el Misti, proporcionando así un entorno natural extraordinario. Además, se ofrecen diferentes ofertas para la práctica de deportes en este maravilloso entorno.

Listado de deportes de aventura que se realizan en el Valle de Chilina

- Puenting.
- Ciclismo.
- Canotaje.
- Escalada.
- Trekking.
- Slackline.

Referencia: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021)

Empresas que realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina

Tabla 2

Empresas que Realizan Deportes de Aventura en el Valle de Chilina

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Expediciones y Aventura - Del Valle Extreme - Chilina Tour - Cusipata Viajes y Turismo - Caminos Sur Travel - Club Keller - Aventúrate Arequipa - TAWAX Tour - Agencia de Viajes Royal Trips |
|--|

Nota: Información sacada de la página web del periódico “El búho”

Figura 1

Puenting en el Valle de Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

Figura 2

Ciclismo en el Valle Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

Figura 3
Canotaje en el Valle Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

Figura 4
Escalada en Valle de Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

Figura 5
Trekking en Valle de Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

Figura 6
Slackline en Valle de Chilina



Nota: Información sacada de la página web del periódico “El Comercio”

1.7.9. Actividades del Valle de Chilina

A continuación, desarrollaremos los deportes de aventura que se realizan en el Valle de Chilina según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021).

1.7.9.1. Puénting en Valle de Chilina

Involucra un salto desde una altura considerable en un puente. Implica lanzarse al vacío desde lo alto de un puente, en una caída libre a alta velocidad, donde el cuerpo está completamente extendido y sujeto solamente por una cuerda dinámica y un arnés de cadera.

Tras la vertiginosa caída, se experimenta un movimiento pendular, ya que las cuerdas están aseguradas en el extremo opuesto del puente, pasando por debajo hacia el punto desde el cual se efectuó el salto. Esto se hace para evitar que las cuerdas reciban un impacto brusco y, de esta manera, se aprovecha la absorción de peso y el amortiguamiento proporcionado por la cuerda dinámica. En esta actividad, se utiliza el mismo equipo que se emplea en la escalada deportiva.

1.7.9.2. Canotaje en Valle de Chilina

El canotaje, también conocido como rafting o piragüismo, es una actividad acuática que implica adentrarse en ríos o mares a bordo de una embarcación como el kayak o el bote de goma, desafiando la velocidad de las corrientes de agua. En Perú, gracias a su geografía única y la presencia de numerosos ríos que superan los 600 kilómetros de longitud, el rafting se ha convertido en una actividad de Turismo de Aventura muy popular en el país.

1.7.9.3. Ciclismo en Valle de Chilina

El ciclismo es una de las actividades en el ámbito del deporte de aventura que involucra el uso de una bicicleta para explorar terrenos montañosos o pistas. Esta actividad presenta diversas especialidades que

intensifican su carácter extremo, dependiendo de la modalidad que se elija practicar.

1.7.9.4. Escalada en Valle de Chilina

La escalada, ya sea considerada como un deporte de aventura o deporte extremo, implica descender por superficies naturales o creadas artificialmente de gran altura y con pendientes notables, utilizando únicamente la fuerza física y un equipo específico.

1.7.9.5. Trekking en Valle de Chilina

El trekking o excursionismo es una modalidad dentro de los deportes de aventura que te brinda la oportunidad de apreciar la naturaleza. Se trata de una actividad al aire libre en la que se camina a pie por diversas áreas, como montañas, bosques, cuevas, cañones, ríos, entre otros, con el objetivo fundamental de explorar y disfrutar de estos entornos naturales.

1.7.9.6. Canopy en Valle de Chilina

El canopy, conocido también como dosel, tirolina o tirolesa, es una actividad extrema que implica moverse de un lugar a otro utilizando cables horizontales colocados en medio de bosques, entre las ramas de los árboles. Esta experiencia te permite experimentar la sensación de volar, además de brindarte la oportunidad de admirar el paisaje y la belleza natural desde alturas impresionantes.

1.7.9.7. Slackline en Valle de Chilina

El slackline es un deporte de aventura que se puede disfrutar en el Valle de Chilina. Practicar este deporte extremo te permite desarrollar

habilidades como autoconocimiento, lograr un equilibrio y mantener una alta concentración.

1.8. Antecedentes investigativos

1.8.1. Antecedentes internacionales

Toalombo, et al. (2021) realizaron una investigación, titulada “Análisis de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la práctica de rafting en el cantón Tena”. Se empleó como metodología un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo. Aplicó como técnica una encuesta del modelo SERVQUAL, dirigido a 385 usuarios de la agencia de viajes Tena. Los resultados mostraron que, la dimensión tangibilidad fue percibida con la calificación más baja, lo que representa el 81.44% de los usuarios que consideran que reciben un servicio de alta calidad. Además, se identificó que las discrepancias más notables entre la percepción del cliente y sus expectativas se encuentran en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad y empatía por lo que estas áreas requieren la implementación de estrategias de mejora de calidad.

Guanangui (2022) realizó una investigación titulada “La calidad de servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua”. Su metodología empleada fue un diseño no experimental transeccional, enfoque mixto y de tipo descriptiva correlacional. Se usó como instrumento un cuestionario del Modelo Servqual dirigido a 334 usuarios. Obteniéndose como resultados que la dimensión que recibió la mayor cantidad de respuestas con calificaciones muy altas corresponde a los elementos tangibles que incluyen la condición de los equipos, la infraestructura y la apariencia del personal. Por otro lado, la dimensión de capacidad de respuesta relacionada con la prestación de un servicio ágil y la disposición para ayudar mostró

un mayor número de calificaciones negativas en comparación con las otras dimensiones.

1.8.2. Antecedentes nacionales

Chávez y Chávez (2019) realizaron una investigación titulada “Evaluación del nivel de calidad de servicio de la empresa turismo Negreiros S.A. mediante el modelo Servqual”. Se uso como instrumento un cuestionario del modelo Servqual el cual estuvo dirigido a 269 usuarios. Obteniéndose como resultados que la empresa presento un nivel de calidad de servicio que se considera regular. Además, se observa que la dimensión de mayor calidad de servicio es la "capacidad de respuesta," con un promedio de 5.04, mientras que la dimensión de "empatía" es la que muestra un nivel de calidad de servicio más bajo.

Limay (2021) realizo una investigación titulada “Calidad de servicio turístico en el Perú”. Su metodología empleada fue la revisión bibliográfica. Mediante la revisión de antecedentes relacionados con el tema en cuestión, se recopiló información de fuentes secundarias, que incluyeron investigaciones sobre la calidad del servicio turístico tanto a nivel internacional como en el Perú, con un enfoque específico en el Departamento de Amazonas. Obteniéndose como conclusión principal es esencial proporcionar servicios de alta calidad para mantener la satisfacción de los clientes y aprovechar al máximo el potencial turístico, cumpliendo con los estándares de calidad establecidos en cada sector de la industria turística. Los estudios revisados indican que ofrecer servicios de calidad es fundamental para satisfacer las necesidades de los visitantes y turistas. Los componentes clave para brindar un servicio de calidad incluyen el cliente, el entorno físico, el personal de contacto, el propio servicio, la organización interna y otros clientes. Además, la calidad de un servicio se puede medir utilizando el modelo SERVQUAL.

1.8.3. Antecedentes locales

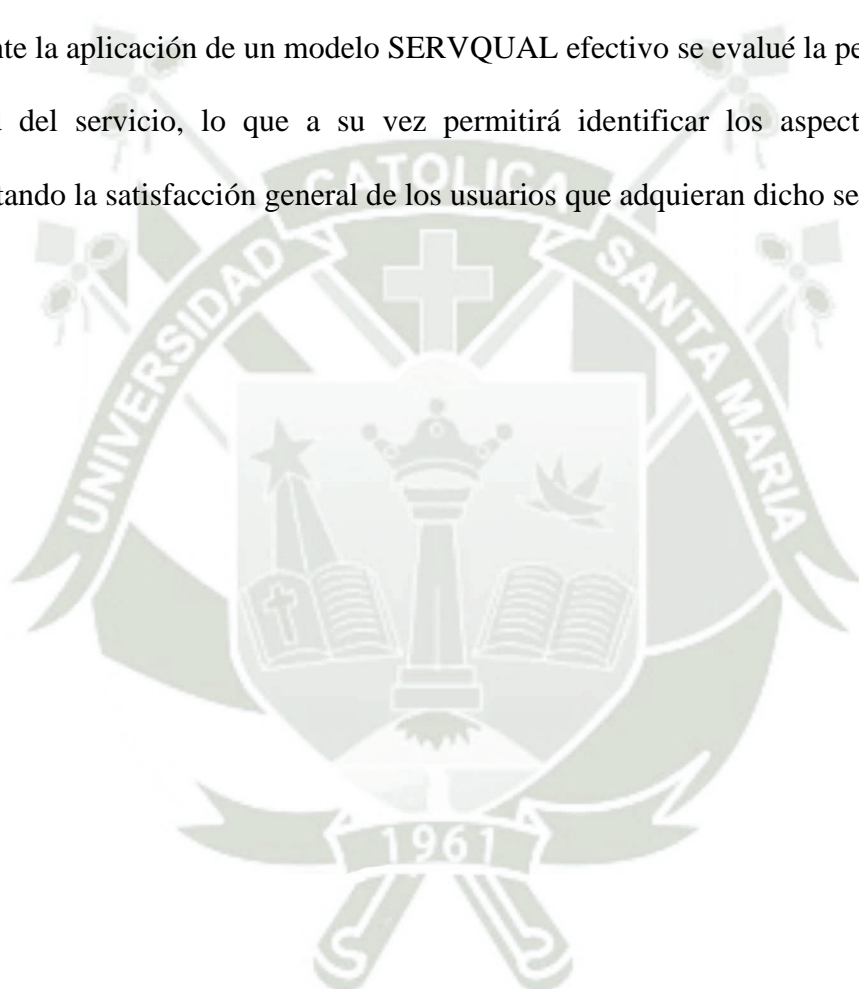
Cueva y Pérez (2019) realizaron una investigación titulada “Análisis de la oferta de turismo de aventura y evaluación de la calidad del servicio de los operadores turísticos en el Valle Chilina”. Su metodología empleada fue enfoque fue mixto, diseño no experimental transversal. Se aplicó como técnica la encuesta, entrevista y observación dirigido a 900 usuarios nacional, así como extranjeros. Obteniéndose como resultados que las empresas líderes en el sector del turismo de aventura en el Valle de Chilina incluyen actividades como rafting, canopy, escalada en roca y puentismo. La percepción de la calidad de los servicios es generalmente alta, aunque varía significativamente según la nacionalidad o lugar de origen de los turistas, así como debido a factores que impactan algunas dimensiones de calidad, como descuidos físicos y aspectos personales.

Málaga y Huamani (2019) realizaron una investigación titulada “Análisis de la calidad de los servicios turísticos y su relación con la satisfacción de los turistas que visitan el atractivo turístico Cruz del Condor, distrito Cabanaconde, provincia de Caylloma”. Su metodología empleada fue un enfoque cuantitativo, tipo correlacional y diseño no experimental. Se usó como instrumento dos cuestionarios dirigidos a 384 usuarios que adquirieron el servicio en una agencia de turismo. Obteniéndose como resultados que se confirmó que la percepción de los turistas se ve directamente influenciada por los aspectos tangibles, la empatía, la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad. Los turistas valoraron la apariencia y el atractivo del personal y las instalaciones, así como la empatía del personal, como factores cruciales para su satisfacción. La fiabilidad y la capacidad de respuesta también impactaron positivamente en la satisfacción al brindar un servicio adecuado y

soluciones a los problemas. Además, la seguridad fue esencial para generar confianza en los turistas.

1.9. Hipótesis

Dado que la calidad del servicio juega un papel fundamental en la experiencia de los usuarios que se realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina, es probable que mediante la aplicación de un modelo SERVQUAL efectivo se evalué la percepción de la calidad del servicio, lo que a su vez permitirá identificar los aspectos a mejorar, aumentando la satisfacción general de los usuarios que adquieran dicho servicio.



CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO

2. Diseño de Investigación

2.1. Tipo, Nivel y Diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, que, de acuerdo con Hernández, et al. (2010) esta se centra en la recopilación y análisis de datos para responder a preguntas de investigación y validar hipótesis formuladas previamente.

2.1.2. Nivel de Investigación

Es una investigación de nivel descriptiva, en concordancia con Hernández, et al. (2010) se recopilan y presentan datos detallados del fenómeno de estudio sin explicar las relaciones subyacentes.

2.1.3. Diseño de Investigación

La investigación tuvo un diseño no experimental, conforme con Hernández, et al. (2010) conlleva la observación de fenómenos en su entorno natural sin manipular las variables, seguida de un análisis posterior.

2.2. Técnica e Instrumento

2.2.1. Técnica de recolección de datos

Para la investigación se empleó la encuesta, la cual según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) es una técnica de recolección de información que se emplea para recopilar datos de un grupo de personas con el fin de obtener información y opiniones sobre un tema específico.

2.2.2. Instrumento de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se empleó como instrumento el cuestionario, el cual según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) es un instrumento ampliamente utilizado en los trabajos investigativos para recolectar información de manera sistemática y estructurada. Para la presente investigación se utilizó el cuestionario estandarizado SERVQUAL el cual permitió medir la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle Chilina, este comprendió los siguientes ítems de acuerdo a las dimensiones del 1 al 4 evaluó la tangibilidad, del 5 al 9 se centró en la fiabilidad, del 10 al 13 la capacidad de respuesta, del 14 al 17 seguridad y empatía de la pregunta 18 a la 22. Ver el instrumento en el anexo 3

Tabla 3
Nivel de Variable Calidad

| Muy insatisfecho | Insatisfecho | Ni satisfecho ni insatisfecho | Satisfecho | Muy satisfecho |
|------------------|--------------|-------------------------------|------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2.3. Campo de Verificación

2.3.1. Ámbito Geográfico

La investigación se llevó a cabo en la ciudad y región de Arequipa, en el Valle de Chilina ubicado en el distrito de Alto Selva Alegre.

2.3.2. Unidad de Estudio (población y muestra)

Población:

La población estuvo conformada por los usuarios locales, nacionales y extranjeros que adquirieron el servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina ubicado en el distrito de Alto Selva Alegre, Arequipa.

De acuerdo a 4 instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina que brindaron información sobre la afluencia de usuarios que adquieren el servicio de deportes de aventura, mencionaron que son un total de 800 usuarios al mes que realizaban este tipo de deportes. De los cuales 200 usuarios realizaron rafting, 100 realizaron escalada, 100 realizaron puenting, 120 realizaron ciclismo, 150 realizaron trekking, 80 realizaron tirolesa y 50 realizaron slackline.

Muestra:

La muestra fue no probabilística de tipo intencional, la cual según Hernández (2021) en este tipo de muestreo el investigador selecciona a propósito a los individuos o grupos que cree que pueden proporcionar información valiosa o representativa sobre el fenómeno de estudio. Para lo cual se aplicó la fórmula de la población limitada o finita, la cual expresa un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error, estando la muestra conformada por 261 usuarios que adquirieron el servicio de deporte de aventura en el Valle Chilina.

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

$$\frac{(800) (1.962)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (800-1) + (1.962)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$\frac{769.8888}{2.948635}$$

$$N= 261$$

2.3.3. Temporalidad

La presente investigación se llevó a cabo durante el periodo del año 2023 -2024.

2.4. Estrategias de Recolección de Datos

Se efectuaron las coordinaciones respectivas con los instructores de turismo a cargo del servicio de deporte de aventura en el Valle de Chilina, para realizar la aplicación del cuestionario del MODELO SERVQUAL a los usuarios que adquieran dicho servicio, para lo cual se hizo uso de Formularios Google una plataforma que nos permitió recopilar valiosa información acerca de la experiencia de los usuarios después de su participación en las actividades de aventura. Esta estrategia aseguró una evaluación integral de la calidad del servicio y su relación con las expectativas de los usuarios, contribuyendo a la mejora continua de la oferta de deporte de aventura en el Valle de Chilina.

2.5. Criterios de procesamiento de información

El análisis e interpretación de datos del presente estudio se llevó a cabo siguiendo un enfoque riguroso y científico. Los resultados se presentaron utilizando una combinación de tablas y figuras para proporcionar una representación clara y completa de los hallazgos. Así mismo para el análisis descriptivo de los datos se hizo uso del programa SPSS V° 26, que incluyó medidas de tendencia central, dispersión y frecuencias. Este análisis permitió una comprensión de las características de la muestra y la variable estudiada.

2.6. Cronograma

| N.º | Meses | Dic | Abr | Jun | Ago | Oct | Nov |
|-----|--|------|------|------|------|------|------|
| | Actividades | 2023 | 2024 | 2024 | 2024 | 2024 | 2024 |
| 1 | Planteamiento del estudio | X | | | | | |
| 2 | Estructura del proyecto | X | | | | | |
| 3 | Planteamiento de la realidad problemática | X | | | | | |
| 4 | Definir objetivos del trabajo | | X | | | | |
| 5 | Elaborar el Marco Teórico | | X | | | | |
| 6 | Aprobación del instrumento | | | X | | | |
| 7 | Presentación del proyecto del trabajo | | | X | | | |
| 8 | Consentimiento para aplicar el instrumento | | | | X | | |
| 9 | Recolección de información | | | | X | | |
| 10 | Procesamiento de la información obtenida | | | | X | | |
| 11 | Debate sobre los datos estadísticos | | | | | X | |
| 12 | Evaluación y correcciones de tesis | | | | | X | |
| 13 | Presentación de tesis final | | | | | | X |
| 14 | Sustentación del trabajo de investigación | | | | | | X |

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis de resultados

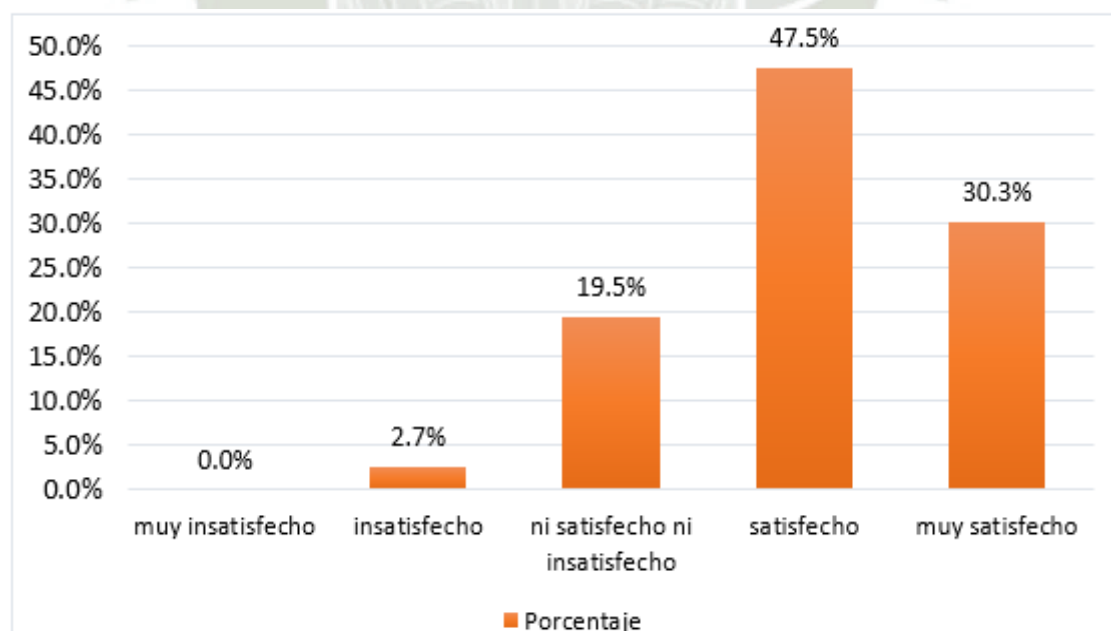
Tabla 4

¿Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados en el Valle de Chilina son cómodos y modernos?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 7 | 1.9% |
| Ni satisfecho ni Insatisfecho | 51 | 10.7% |
| Satisfecho | 124 | 45.2% |
| Muy satisfecho | 79 | 42.1% |
| Total | 261 | 100% |

Figura 7

¿Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados en el Valle de Chilina son cómodos y modernos?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencia que los resultados obtenidos sobre la pregunta: ¿Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados

en el Valle de Chilina son cómodos y modernos? Se puede visualizar que el 47.5% respondieron satisfecho, el 30.3% respondieron muy satisfecho, el 19.5% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 2.7% de los usuarios respondieron insatisfecho.



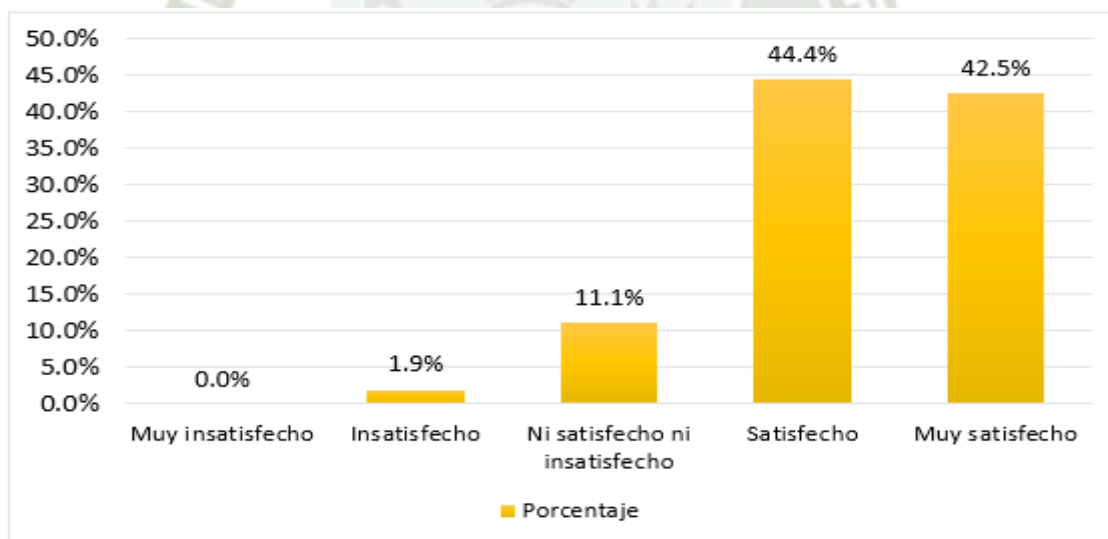
Tabla 5

¿Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 5 | 1.9% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 29 | 11.1% |
| Satisfecho | 116 | 44.4% |
| Muy satisfecho | 111 | 42.5% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 8

¿Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencia que los resultados obtenidos sobre la pregunta: ¿Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso?. Se observó que el 44.4% respondieron satisfecho, el 42.5% respondieron muy satisfecho, el 11.1% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 1.9% respondieron insatisfecho.

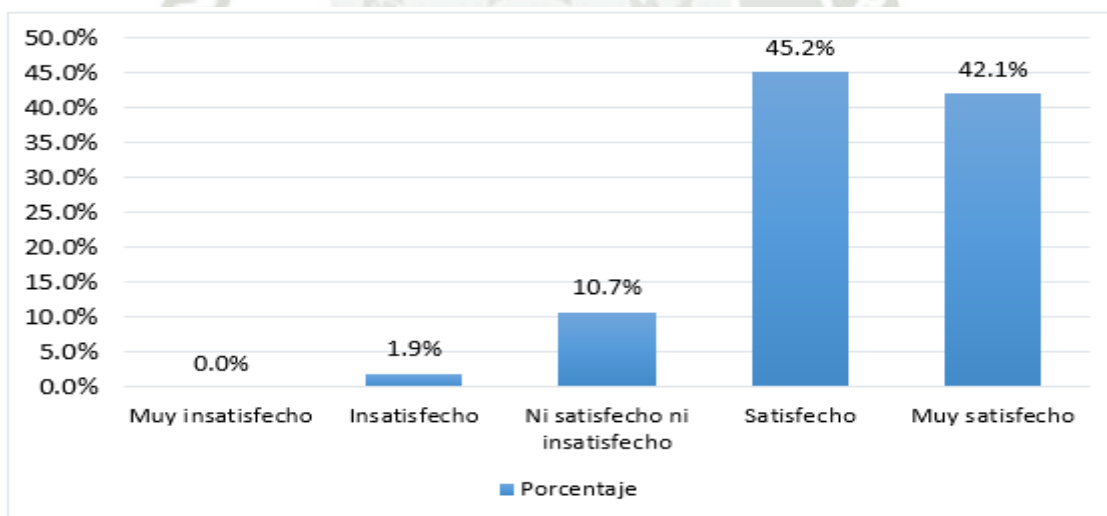
Tabla 6

¿La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 5 | 1.9% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 28 | 10.7% |
| Satisfecho | 118 | 45.2% |
| Muy satisfecho | 110 | 42.1% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 9

¿La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencia que los resultados obtenidos sobre la pregunta: ¿La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra?. En donde se observa que el 45.2% de los usuarios respondieron satisfecho, el 42.1% respondieron satisfecho, el 10.7% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 1.9% de los usuarios respondieron insatisfecho.

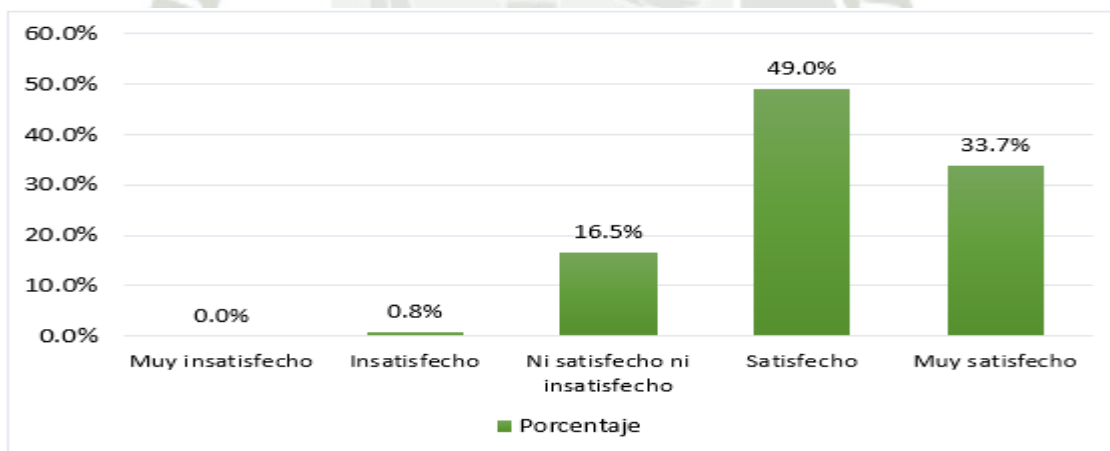
Tabla 7

¿El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 2 | 0.8% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 43 | 16.5% |
| Satisfecho | 128 | 49.0% |
| Muy satisfecho | 88 | 33.7% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 10

¿El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos? En donde se observa que el 49.0% de usuarios respondieron satisfecho, el 33.7% respondieron muy satisfecho, el 16.5% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 0.8% respondieron insatisfecho.

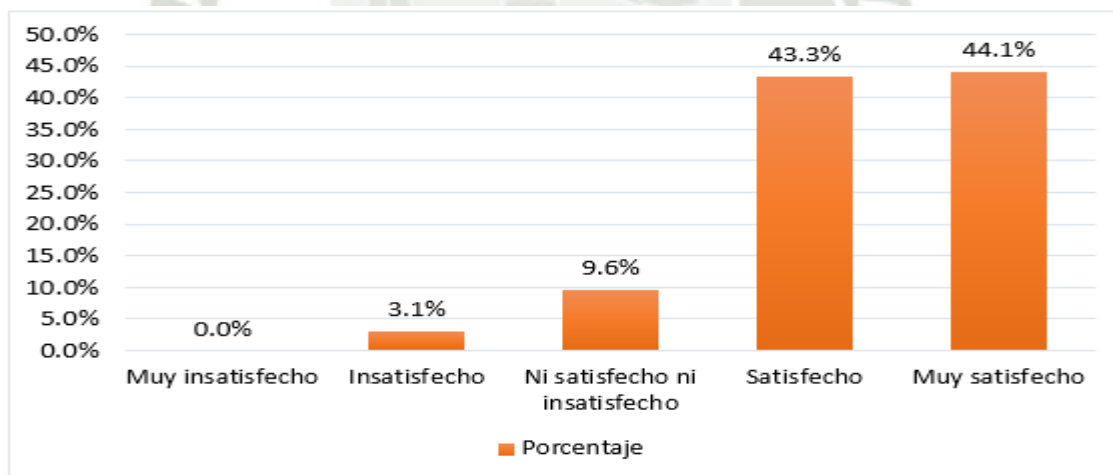
Tabla 8

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 8 | 3.1% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 25 | 9.6% |
| Satisfecho | 113 | 43.3% |
| Muy satisfecho | 115 | 44.1% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 11

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas? Se observa que el 44.1% respondieron muy satisfecho, el 43.3% respondieron satisfecho, el 9.6% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 3.1% respondieron insatisfecho.

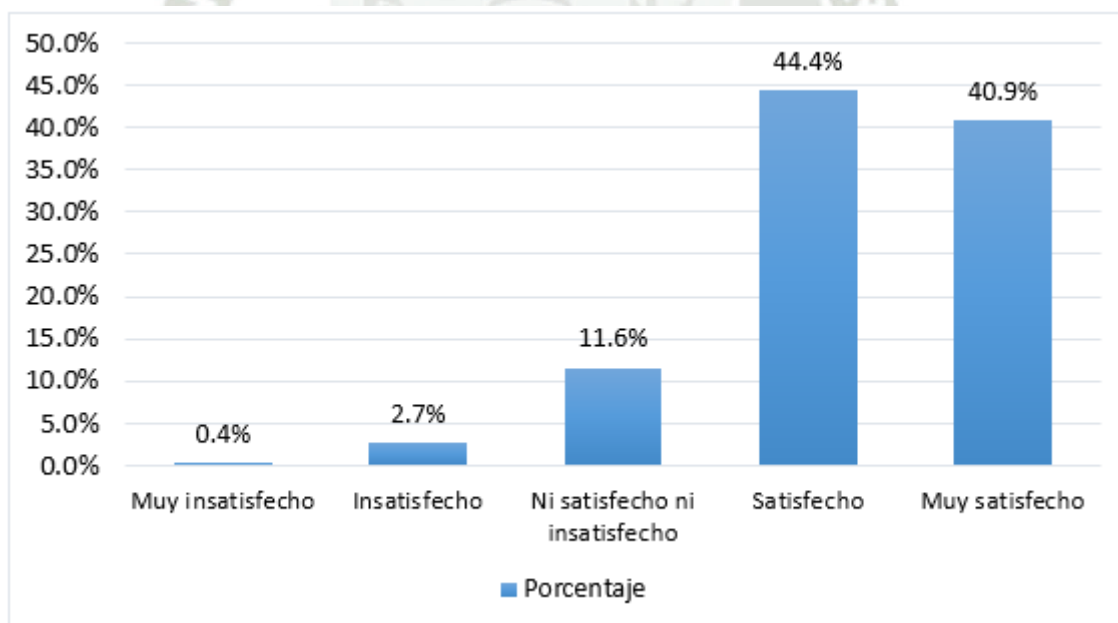
Tabla 9

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 1 | 0.4% |
| Insatisfecho | 7 | 2.7% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 30 | 11.6% |
| Satisfecho | 115 | 44.4% |
| Muy satisfecho | 106 | 40.9% |
| Total | 259 | 100.0% |

Figura 12

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos sobre la pregunta: ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento?, en donde se observa que el 44.4% del total de

usuarios encuestados respondieron satisfecho, el 40.9% respondieron muy satisfecho, el 11.6% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho, el 2.7% de los usuarios respondieron insatisfecho y finalmente el 0.4% respondieron muy insatisfecho.



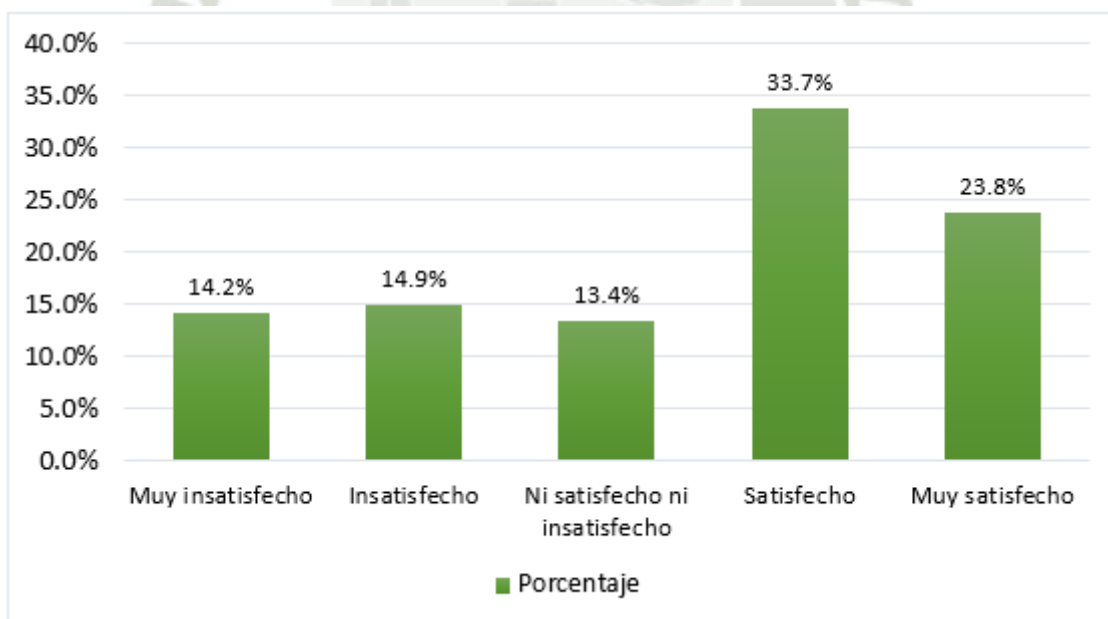
Tabla 10

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina desempeñan sus funciones de manera profesional?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 37 | 14.2% |
| Insatisfecho | 39 | 14.9% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 35 | 13.4% |
| Satisfecho | 88 | 33.7% |
| Muy satisfecho | 62 | 23.8% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 13

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina desempeñan sus funciones de manera profesional?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se puede observar los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina

desempeñan sus funciones de manera profesional? Donde se puede observar que el 33.7% respondieron satisfecho, el 23.8% respondieron muy satisfecho, el 14.9% respondieron insatisfecho, el 14.2% respondieron muy insatisfecho y finalmente el 13.4% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho por ello se debe buscar mejorar la profesionalidad de las funciones que desempeñan los operadores.



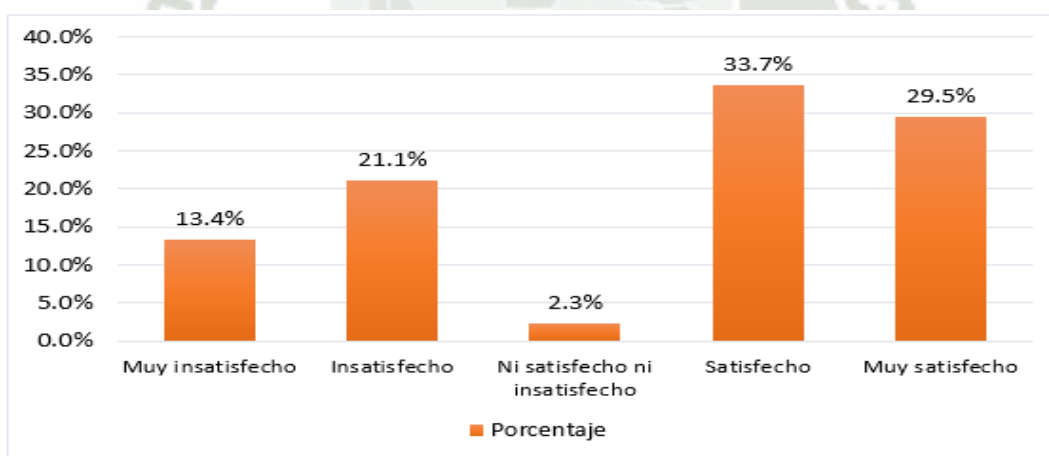
Tabla 11

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 35 | 13.4% |
| Insatisfecho | 55 | 21.1% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 6 | 2.3% |
| Satisfecho | 88 | 33.7% |
| Muy satisfecho | 77 | 29.5% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 14

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados?



Interpretación

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos sobre la pregunta: ¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados? En donde se observa que el 33.7% de los usuarios respondieron satisfecho, seguido del 29.5% que respondieron muy satisfecho, el 21.1% respondieron insatisfecho, el 13.4% respondieron muy insatisfecho y el 2.3% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho.

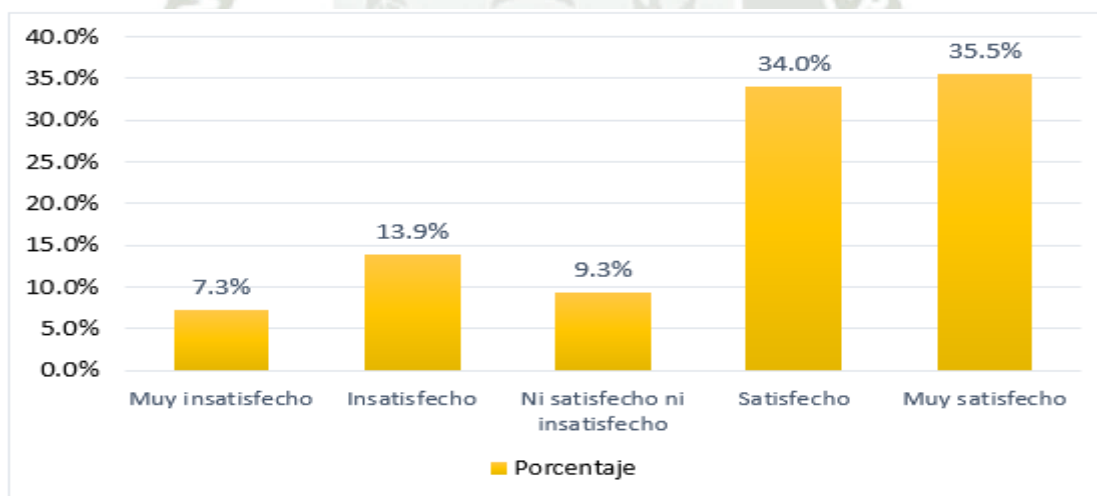
Tabla 12

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 19 | 7.3% |
| Insatisfecho | 36 | 13.9% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 24 | 9.3% |
| Satisfecho | 88 | 34.0% |
| Muy satisfecho | 92 | 35.5% |
| Total | 259 | 100.0% |

Figura 15

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio? En donde se observa que el 35.5% respondieron muy satisfecho, el 34.0% de los usuarios respondieron satisfecho, el 13.9% respondieron insatisfecho, el 9.3% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 7.3% respondieron muy insatisfecho.

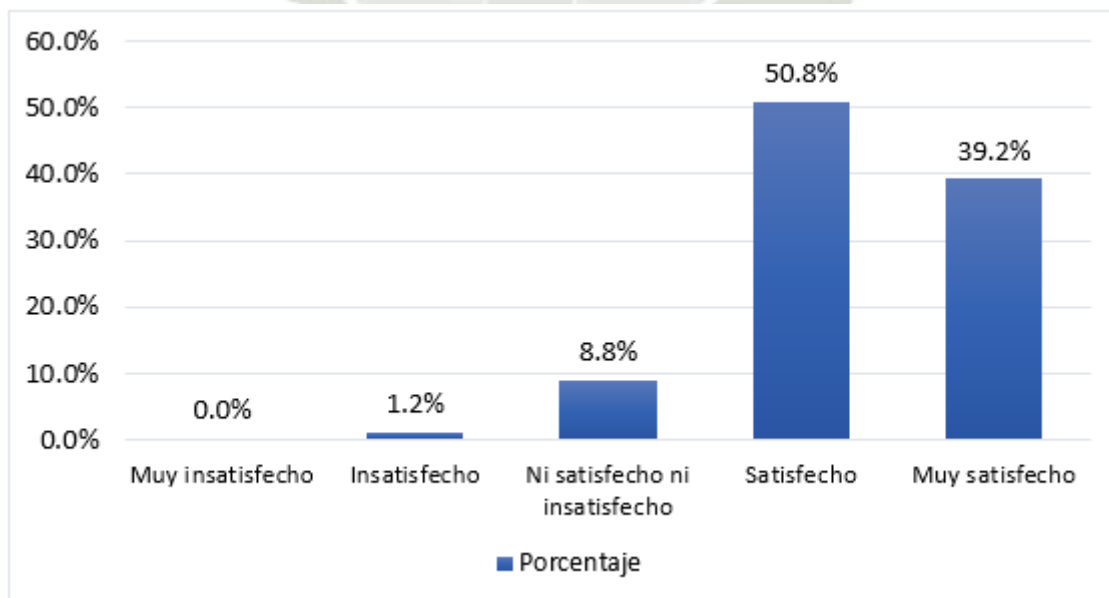
Tabla 13

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 3 | 1.2% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 23 | 8.8% |
| Satisfecho | 132 | 50.8% |
| Muy satisfecho | 102 | 39.2% |
| Total | 260 | 100.0% |

Figura 16

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad?, en donde el 50.8% respondieron satisfecho, el 39.2% respondieron muy satisfecho, el 8.8% ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 1.2% respondieron insatisfecho.



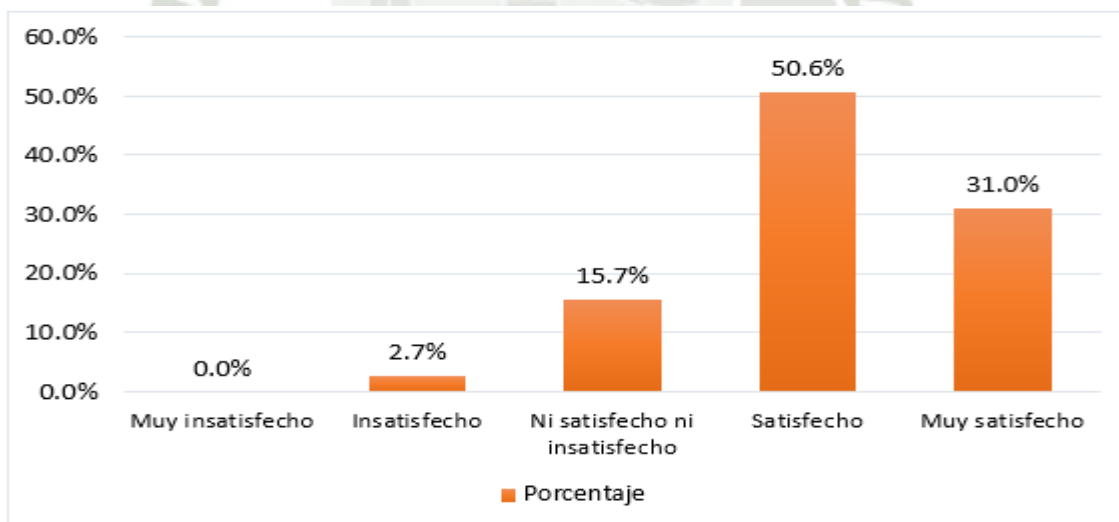
Tabla 14

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 7 | 2.7% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 41 | 15.7% |
| Satisfecho | 132 | 50.6% |
| Muy satisfecho | 81 | 31.0% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 17

¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado?*, en donde se visualiza que el 50.6% respondieron satisfecho, el 31.0% respondieron muy satisfecho, el 15.7% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.7% respondieron insatisfecho.

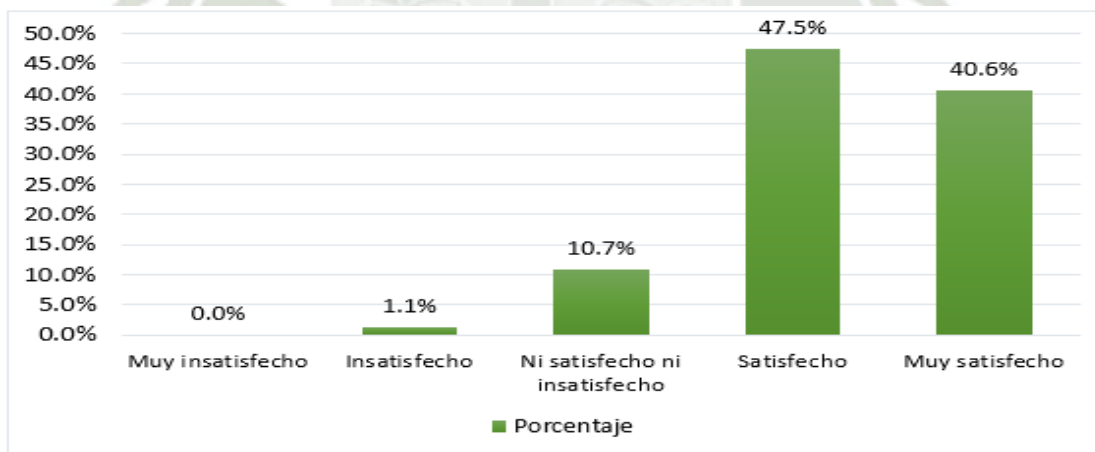
Tabla 15

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 3 | 1.1% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 28 | 10.7% |
| Satisfecho | 124 | 47.5% |
| Muy satisfecho | 106 | 40.6% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 18

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios?*, en donde se muestra que el 47.5% respondieron satisfecho, el 40.6% respondieron muy satisfecho, el 10.7% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 1.1% respondieron insatisfecho.

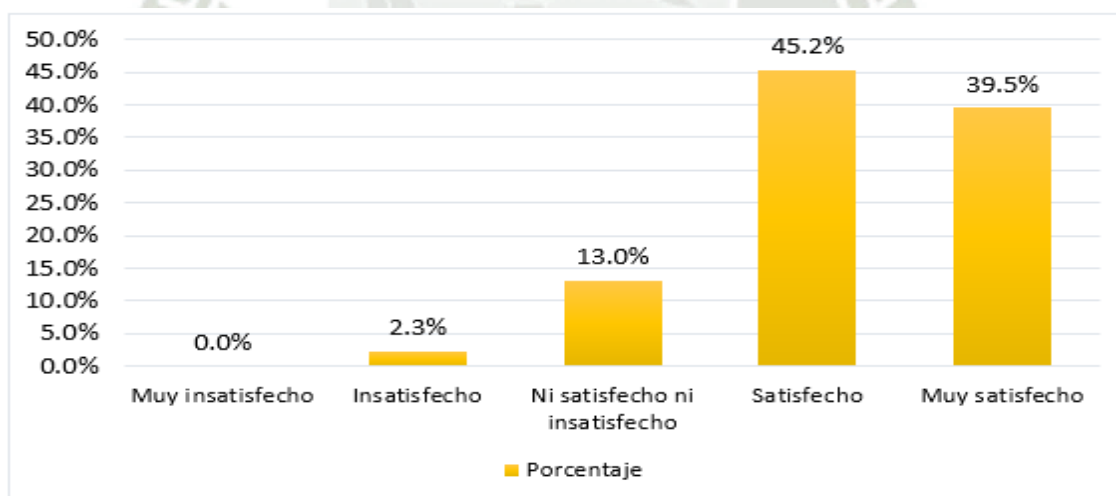
Tabla 16

¿Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 6 | 2.3% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 34 | 13.0% |
| Satisfecho | 118 | 45.2% |
| Muy satisfecho | 103 | 39.5% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 19

¿Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina?*, en donde se observa que el 45.2% respondieron satisfecho, el 39.5% respondieron muy satisfecho, el 13.0% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.3% respondieron insatisfecho.

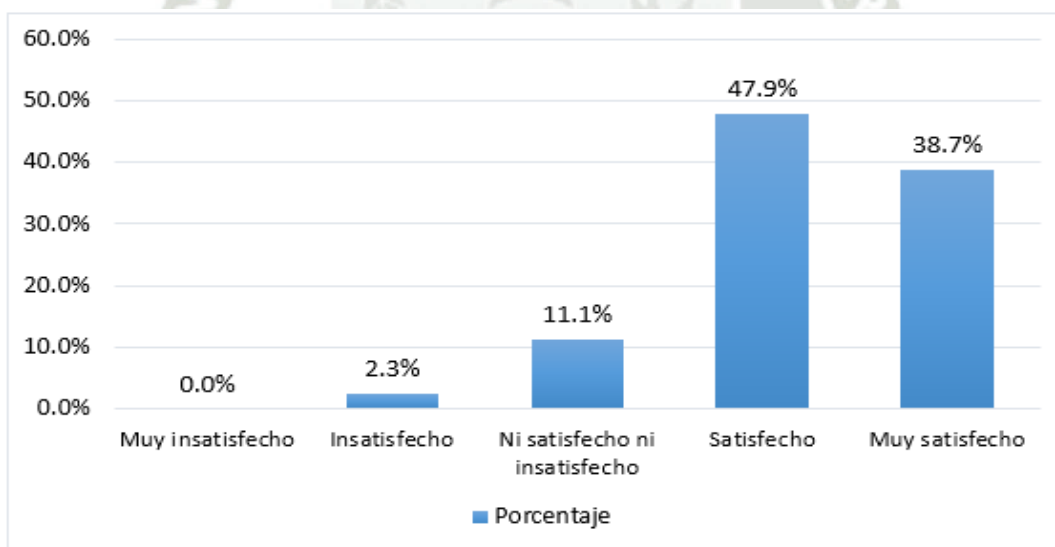
Tabla 17

¿El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le trasmite confianza?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 6 | 2.3% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 29 | 11.1% |
| Satisfecho | 125 | 47.9% |
| Muy satisfecho | 101 | 38.7% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 20

¿El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le trasmite confianza?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le trasmite confianza? En donde se puede observar que el 47.9% respondieron satisfecho, el 38.7% respondieron muy satisfecho, el 11.1% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.3% respondieron insatisfecho.

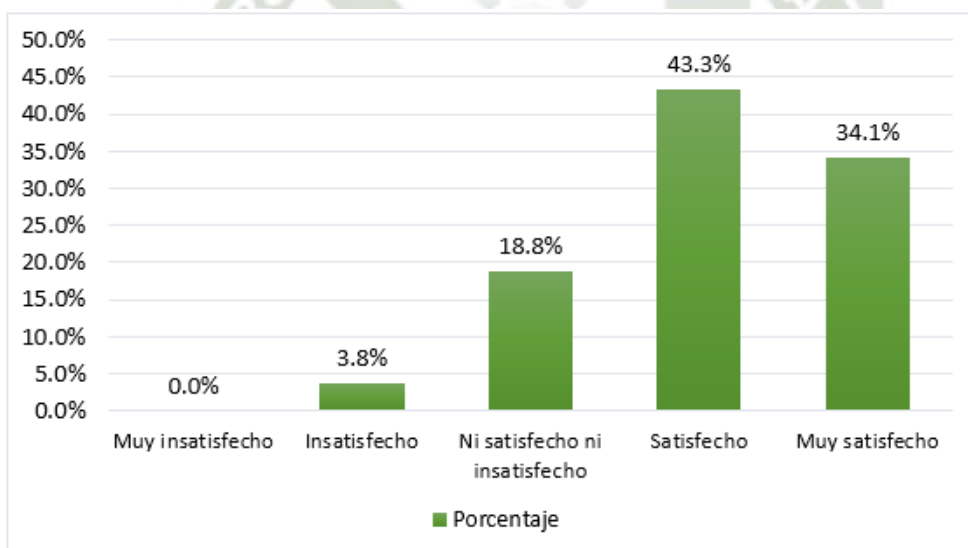
Tabla 18

¿Se siente seguro durante todo el servicio?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 10 | 3.8% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 49 | 18.8% |
| Satisfecho | 113 | 43.3% |
| Muy satisfecho | 89 | 34.1% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 21

¿Se siente seguro durante todo el servicio?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿Se siente seguro durante todo el servicio?*, en donde se visualiza que el 43.3% de los usuarios respondieron satisfecho, el 34.1% respondieron muy satisfecho, el 18.8% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y finalmente el 3.8% de los usuarios respondieron insatisfecho.

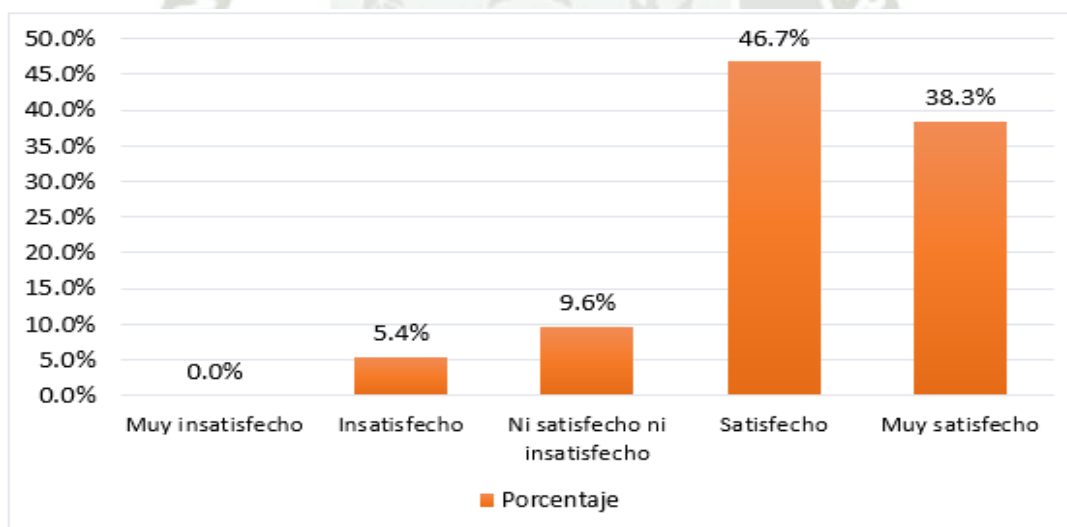
Tabla 19

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 14 | 5.4% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 25 | 9.6% |
| Satisfecho | 122 | 46.7% |
| Muy satisfecho | 100 | 38.3% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 22

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad?*, en donde se observa que el 46.7% de los usuarios respondieron satisfecho, el 38.3% muy satisfecho, el 9.6% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 5.4% respondieron insatisfecho.

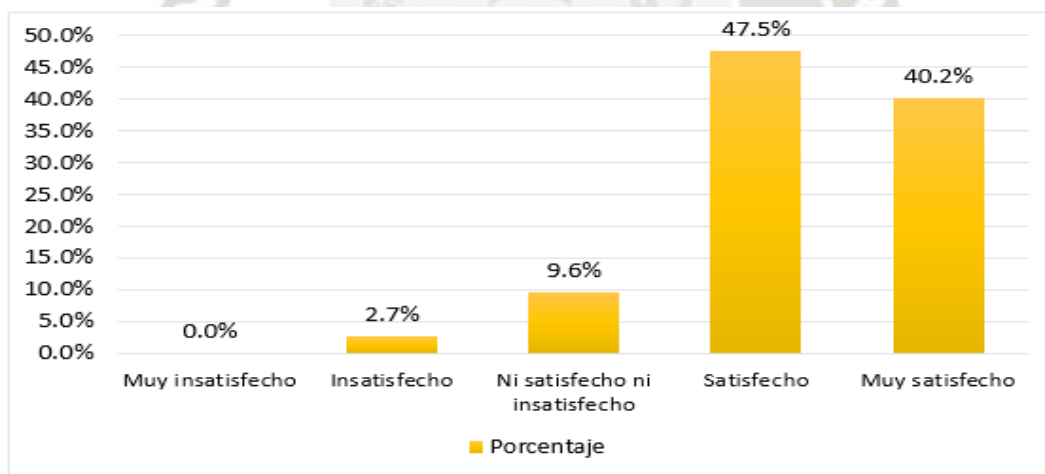
Tabla 20

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 7 | 2.7% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 25 | 9.6% |
| Satisfecho | 124 | 47.5% |
| Muy satisfecho | 105 | 40.2% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 23

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente?, en donde se observa que el 47.5% de los usuarios respondieron satisfecho, el 40.2% respondieron muy insatisfecho, el 9.6% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.7% respondieron insatisfecho.

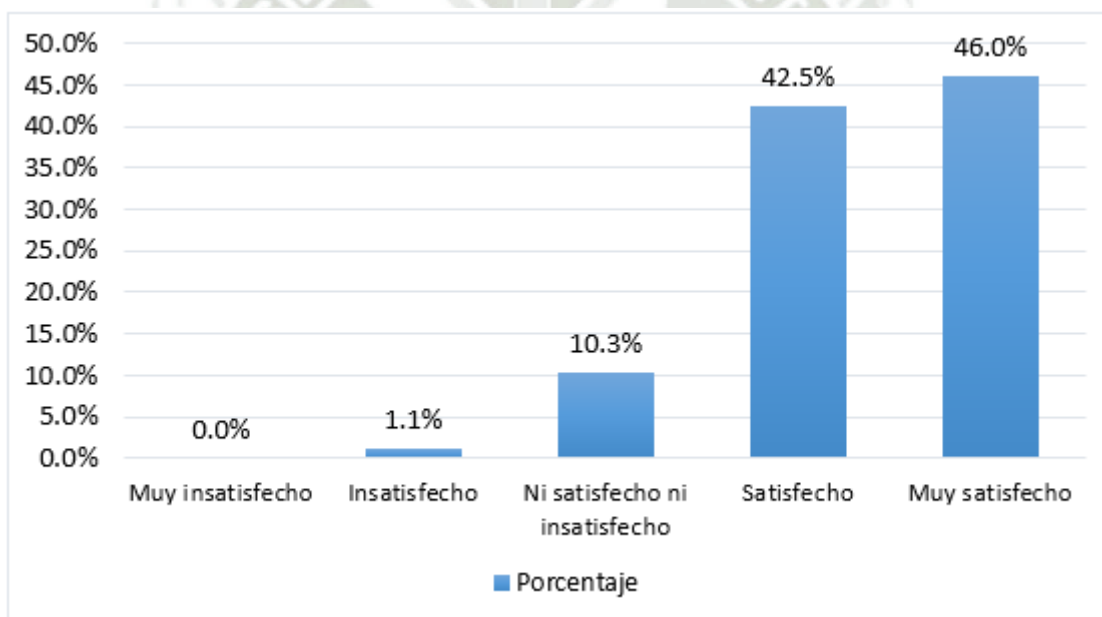
Tabla 21

¿En el servicio usted es tratado de manera personal?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 3 | 1.1% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 27 | 10.3% |
| Satisfecho | 111 | 42.5% |
| Muy satisfecho | 120 | 46.0% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 24

¿En el servicio usted es tratado de manera personal?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿En el servicio usted es tratado de manera personal?, en donde se aprecia que, el 46.0% de los usuarios respondieron muy satisfecho, el 42.5% respondieron satisfecho, el 10.3% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 1.1% respondieron insatisfecho.

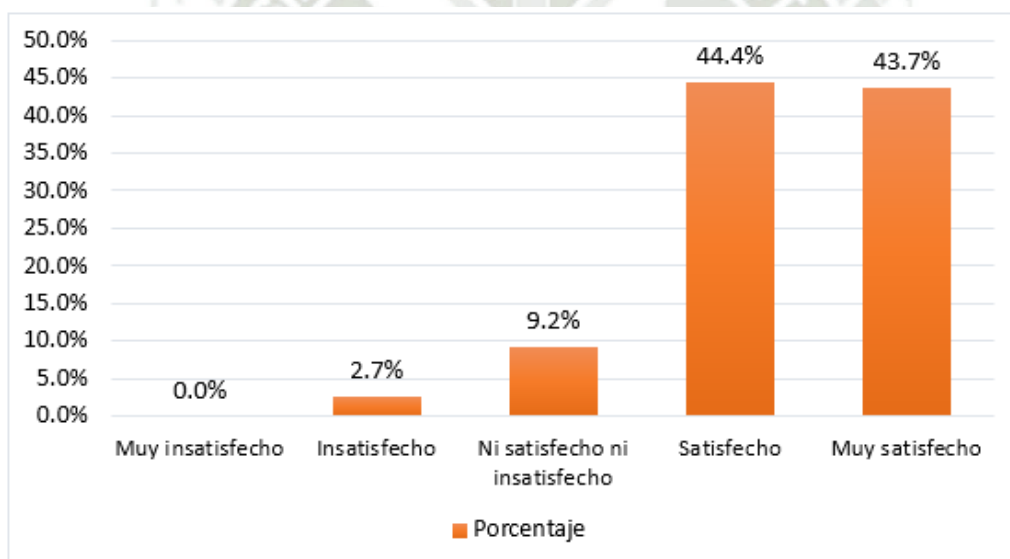
Tabla 22

¿Los horarios de los servicios son los adecuados?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 7 | 2.7% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 24 | 9.2% |
| Satisfecho | 116 | 44.4% |
| Muy satisfecho | 114 | 43.7% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 25

¿Los horarios de los servicios son los adecuados?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los horarios de los servicios son los adecuados?, en donde observa que el 44.4% respondieron satisfecho, el 43.7% respondieron muy satisfecho, el 9.2% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.7% de los usuarios respondieron insatisfecho.

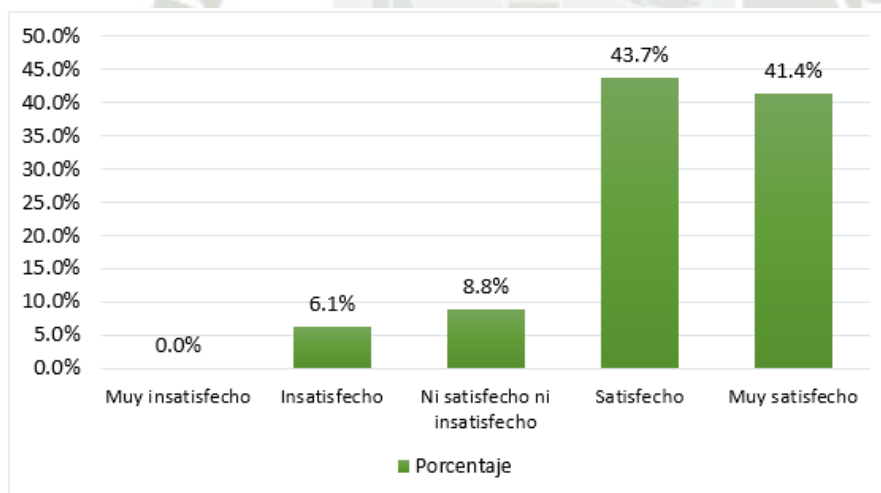
Tabla 23

¿Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 16 | 6.1% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 23 | 8.8% |
| Satisfecho | 114 | 43.7% |
| Muy satisfecho | 108 | 41.4% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 26

¿Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina? Donde se observa que el 43.7% respondieron satisfecho, el 41.4% respondieron muy satisfecho, el 8.8% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 6.1% respondieron insatisfecho.

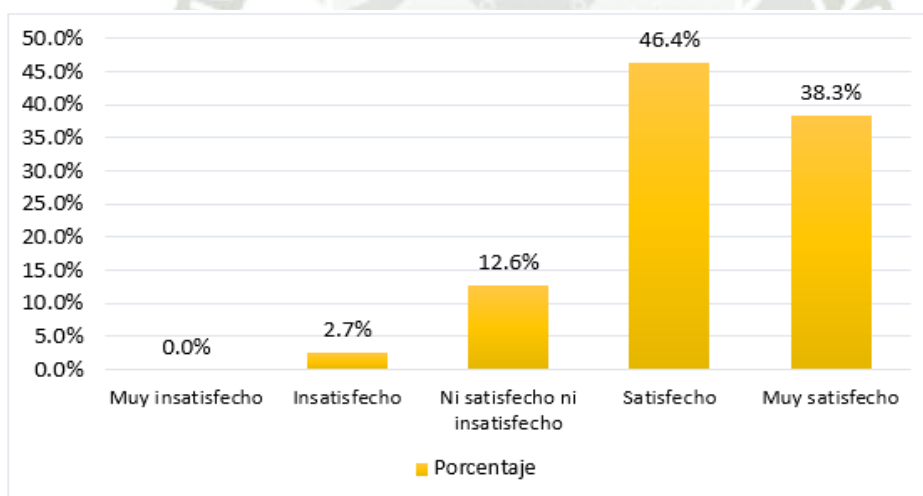
Tabla 24

¿Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 7 | 2.7% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 33 | 12.6% |
| Satisfecho | 121 | 46.4% |
| Muy satisfecho | 100 | 38.3% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 27

¿Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se muestran los resultados obtenidos en base a la pregunta: ¿Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física? Se visualiza que el 46.4% respondieron satisfecho, el 38.3% respondieron muy satisfecho, el 12.6% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 2.7% de usuarios respondieron insatisfecho.

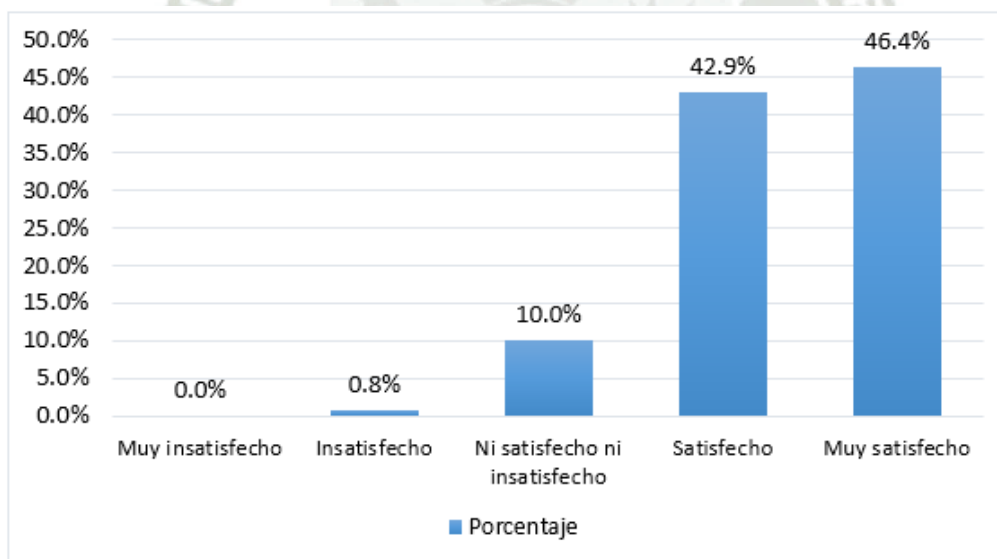
Tabla 25

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente?

| Escala | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Muy insatisfecho | 0 | 0.0% |
| Insatisfecho | 2 | 0.8% |
| Ni satisfecho ni insatisfecho | 26 | 10.0% |
| Satisfecho | 112 | 42.9% |
| Muy satisfecho | 121 | 46.4% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 28

¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente?



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se evidencian los resultados obtenidos en base a la pregunta: *¿Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente?*, en donde se observa que el 46.4% respondieron muy satisfecho, el 42.9% respondieron satisfecho, el 10.0% respondieron ni satisfecho ni insatisfecho y el 0.8% respondieron insatisfecho.

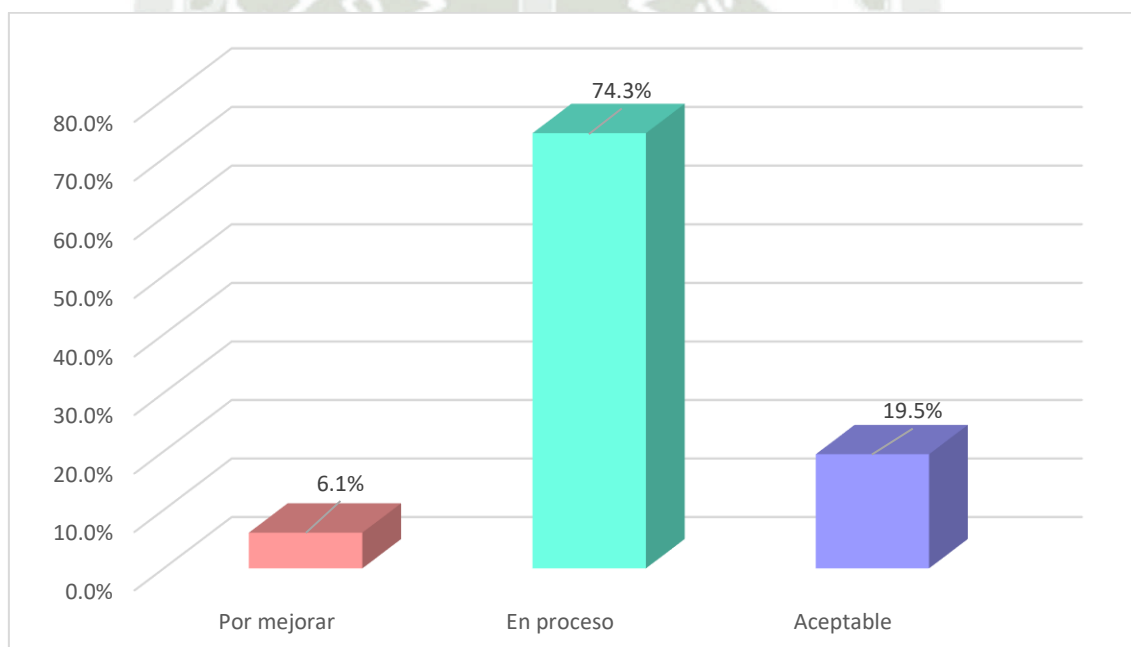
Tabla 26

Nivel de Calidad de Servicio General

| Nivel de Calidad de Servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|---------------|
| Por mejorar | 16 | 6.1% |
| En proceso | 194 | 74.3% |
| Aceptable | 51 | 19.5% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 29

Nivel de Calidad de Servicio General



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se observa que el nivel que predomina con respecto a la Calidad de Servicio brindada a usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle Chilina es el nivel medio (en proceso) con el 74.3% seguido por el nivel aceptable con el 19.5% y finalmente el nivel bajo (por mejorar) con el 6.1%. Concluyendo que, la mayoría de los servicios ofrecidos para la práctica de deportes de aventura se encuentran en proceso para lograr una calidad de servicio satisfactoria para los usuarios.

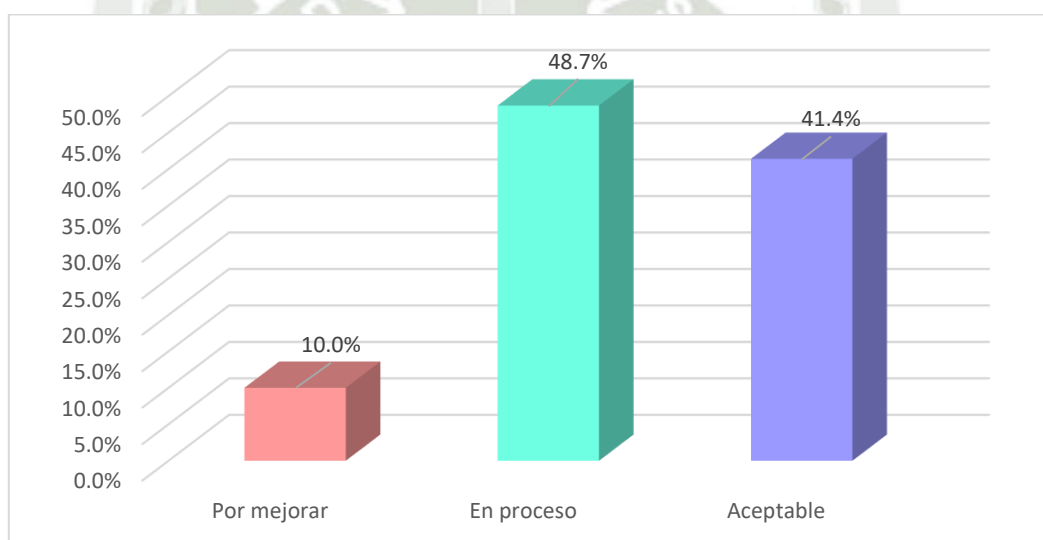
Tabla 27

Tangibilidad en la calidad de servicio

| Nivel de Calidad de Servicio - Tangibilidad | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|---------------|
| Por mejorar | 26 | 10.0% |
| En proceso | 127 | 48.7% |
| Aceptable | 108 | 41.4% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 30

Tangibilidad en la calidad de servicio



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se puede observar que el 48.7% de los evaluados se encuentran en un nivel medio y califican en su mayoría a la calidad los servicios tangibles en un estado de proceso, seguido del nivel de calidad aceptable con el 41.4% de los usuarios, por lo tanto se concluye que los usuarios mantienen una percepción positiva pero se debe seguir mejorando frente a aspectos como las instalaciones del lugar, la apariencia de los colaboradores, el estado en el que se encuentran los equipos e implementos destinados a la práctica del deporte de aventura como tal.

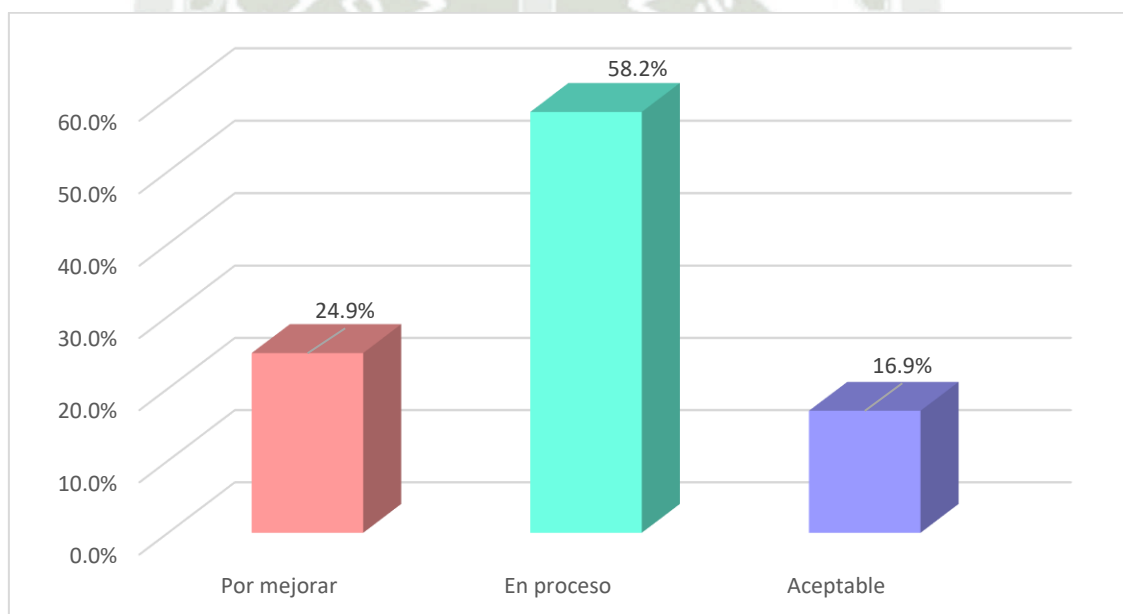
Tabla 28

Fiabilidad en la calidad de servicio

| Nivel de Calidad de Servicio - Fiabilidad | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|---------------|
| Por mejorar | 65 | 24.9% |
| En proceso | 152 | 58.2% |
| Aceptable | 44 | 16.9% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 31

Fiabilidad en la calidad de servicio



Interpretación.

En la tabla y figura anterior se evidencia que de igual manera predomina el nivel medio con el 58.2% de los usuarios, sin embargo, el 24.9% mantiene una percepción baja (por mejorar) con respecto a la calidad de aspectos fiables tales como la disposición y buena voluntad de parte de los trabajadores al proporcionar los servicios, así como también la capacidad de satisfacer las dudas o necesidades de los usuarios de manera clara y precisa con respecto al deporte de aventura que deseen practicar.

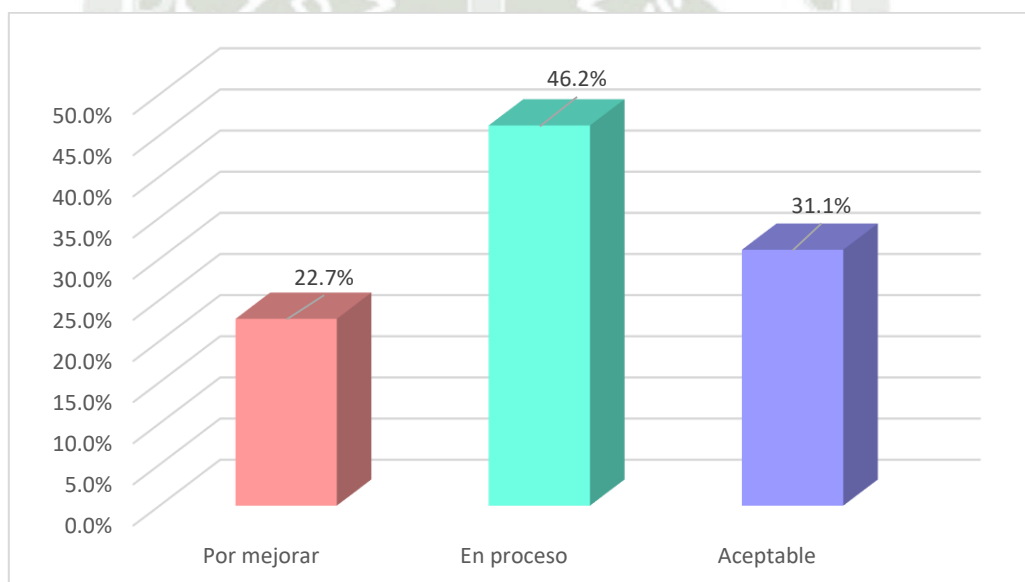
Tabla 29

Capacidad de respuesta en la calidad de servicio

| Nivel de Calidad de Servicio – Capacidad de Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|---------------|
| Por mejorar | 62 | 22.7% |
| En proceso | 126 | 46.2% |
| Aceptable | 85 | 31.1% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 32

Capacidad de respuesta en la calidad de servicio



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se puede observar que un considerable 46.2% de los evaluados afirmaron tener un nivel de percepción medio (en proceso) seguido del nivel aceptable con el 31.1% y un 22.7 % por mejorar frente a la calidad de servicio en base a la capacidad de respuesta de los trabajadores con respecto a la práctica del deporte de aventura; por tanto menos del 50% de los usuarios está conforme por lo que se deberá trabajar en la mejora continua para lograr que los usuarios perciban una calidad de servicio eficaz y satisfactoria .

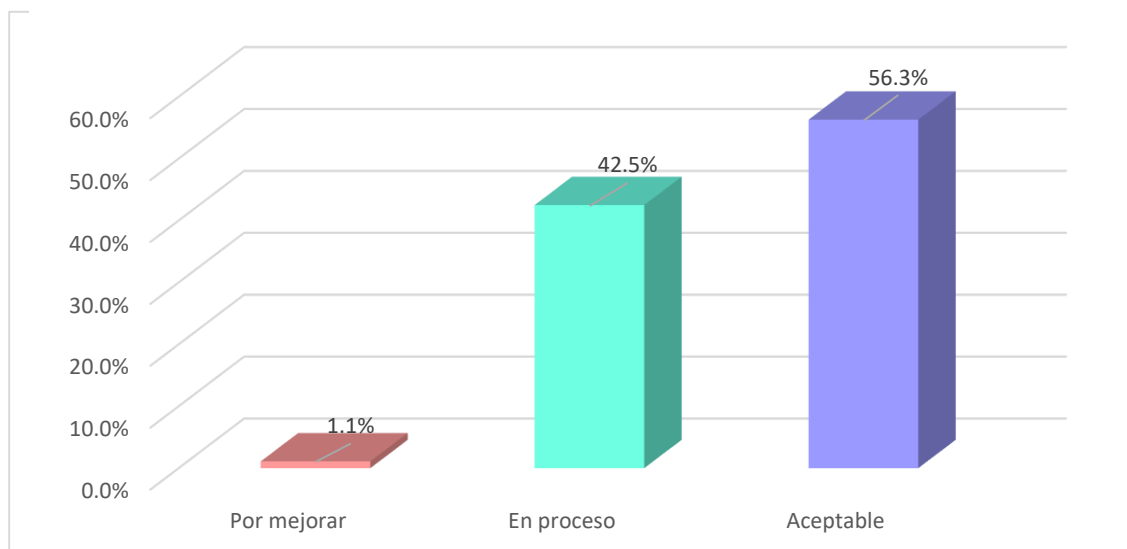
Tabla 30

Seguridad en la calidad de servicio

| Nivel de Calidad de Servicio - Seguridad | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|---------------|
| Por mejorar | 3 | 1.1% |
| En proceso | 11 | 42.5% |
| Aceptable | 147 | 56.3% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 33

Seguridad en la calidad de servicio



Interpretación.

En la tabla y figura anterior se muestra que el 56.3% de los participantes afirmaron haber percibido un servicio confiable y seguro, seguido del 42.5% quienes mantienen una posición media (en proceso) con respecto a la seguridad al momento de realizar el deporte de aventura, en donde pueden disfrutar plenamente de toda la experiencia deportiva sin preocupaciones, por lo tanto, se puede concluir que las entidades dedicadas a este rubro deben continuar con las mejoras para mejorar sus estándares de seguridad y de esta manera optimizar la experiencia de los clientes en los deportes de aventura.

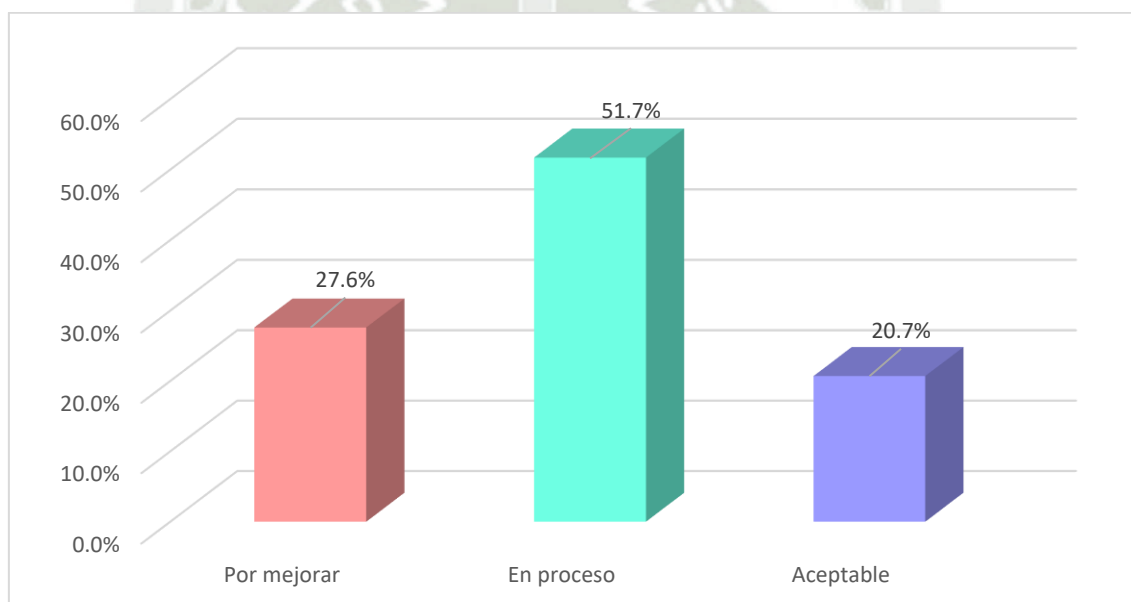
Tabla 31

Empatía en la calidad de servicio

| Nivel de Calidad de Servicio - Empatía | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|---------------|
| Por mejorar | 72 | 27.6% |
| En proceso | 135 | 51.7% |
| Aceptable | 54 | 20.7% |
| Total | 261 | 100.0% |

Figura 34

Empatía en la calidad de servicio



Interpretación.

En la tabla y figura anterior se evidencia que el 51.7% los usuarios aseguran que la calidad de servicio en cuanto a este factor está en proceso, así mismo, el 27.6% de los mismos afirman que se deben mejorar aspectos dentro del factor empatía. Estos resultados resaltan la importancia de abordar de manera puntual y efectiva aspectos clave que impactan directamente en la experiencia emocional de los usuarios durante las actividades de aventura.

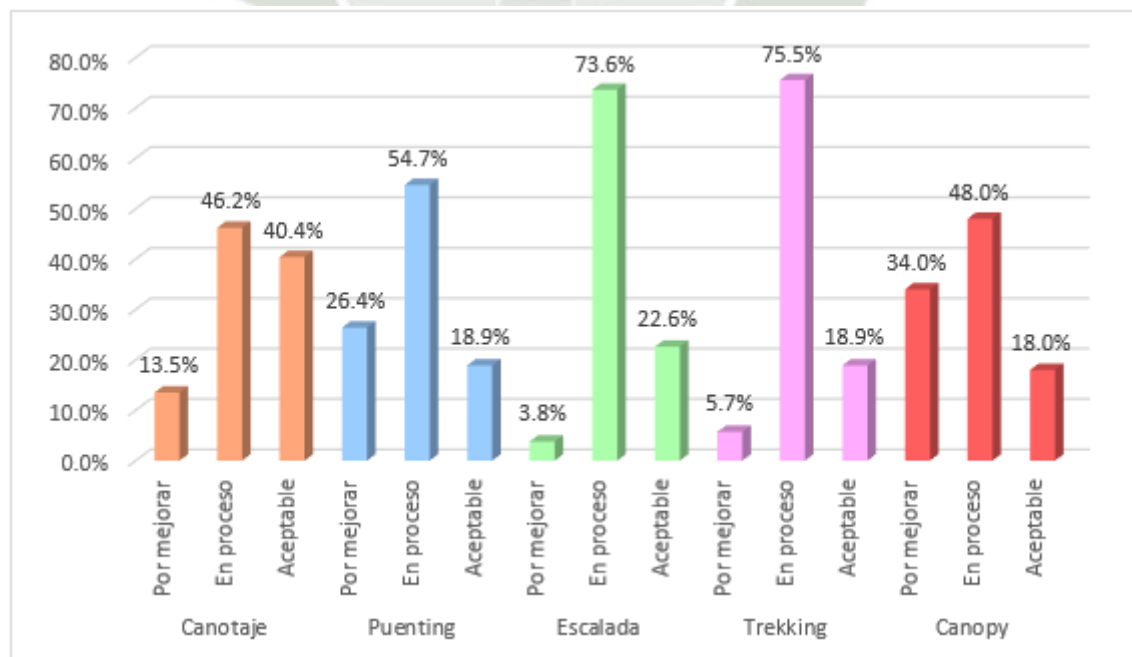
Tabla 32

Calidad de servicio según el deporte de aventura

| Deporte de aventura | Nivel de calidad de servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------------------------|------------|------------|
| Canotaje | Por mejorar | 7 | 13.5% |
| | En proceso | 24 | 46.2% |
| | Aceptable | 21 | 40.4% |
| Puenting | Por mejorar | 14 | 26.4% |
| | En proceso | 29 | 54.7% |
| | Aceptable | 10 | 18.9% |
| Escalada | Por mejorar | 2 | 3.8% |
| | En proceso | 39 | 73.6% |
| | Aceptable | 12 | 22.6% |
| Trekking | Por mejorar | 3 | 5.7% |
| | En proceso | 40 | 75.5% |
| | Aceptable | 10 | 18.9% |
| Canopy | Por mejorar | 17 | 34.0% |
| | En proceso | 24 | 48.0% |
| | Aceptable | 9 | 18.0% |

Figura 35

Calidad de servicio según el deporte de aventura



Interpretación.

En la tabla y figura anterior, se puede observar que la calidad de servicio puede variar según el deporte de aventura que se practique; como por ejemplo, en relación al canotaje, el 40.4% de los usuarios ,mantienen una postura positiva frente a la calidad de los servicios que se ofrecen en dicho deporte, por otro lado, en referencia al puénting, el 54.7% de las personas que lo practican tiene un percepción media en relaciona al nivel de calidad de servicio, así mismo, se evidencia, que usuarios que practican deportes como la escalada y el trekking también aseguran que los niveles de calidad de los servicios se encuentran en un nivel medio con el 73.6% y 75.5% respectivamente, por último, respecto al canopy el 34.0% de los evaluados afirman que todavía hay aspectos por mejorar dentro de este deporte haciendo referencia a la calidad de servicios que se ofrecen en el mismo.

DISCUSIÓN

Se pudo determinar mediante el Modelo SERVQUAL que la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina se encuentra aún en proceso, lo cual indica que hay aspectos por mejorar. Estos resultados se contrastan con la investigación del autor Toalombo, et al. (2021) donde solo el 81% de los usuarios se encuentra satisfecho con su calidad de atención y el otro 20 % tiene que mejorar en dimensiones como la tangibilidad, fiabilidad y empatía, por lo cual estas áreas son las que requieren de la implementación de estrategias para mejorar la calidad del servicio brindado.

En el estudio realizado por Guanangui (2022) se destaca que, la dimensión de elementos tangibles, que incluye la condición de los equipos, la infraestructura y la apariencia del personal, recibió mayoritariamente calificaciones muy altas, indicando una percepción positiva por parte de los usuarios, a diferencia de nuestro estudio donde solo el 41.4% mantuvieron una posición positiva, en dicha investigación, la dimensión de capacidad de respuesta, mostró un mayor número de calificaciones negativas, a diferencia de la presente investigación donde se mostró que el 46.2% de los usuarios se encuentran en un nivel medio y el 31.1% califica la capacidad de respuesta en la calidad de servicio como aceptable.

Comparando los resultados en cuanto a la dimensión de empatía. La investigación de Chávez y Chávez (2019) mostró que fue el nivel de calidad de servicio más bajo. En nuestra investigación el 27.6% destaca la necesidad de mejorar aspectos específicos dentro de este nivel con el fin de incentivar a los usuarios a regresar.

Tomando en cuenta el estudio de Limay (2021), destaca el considerar los niveles específicos, como la capacidad de respuesta, empatía y áreas de mejora identificadas por los usuarios, estos niveles fueron tomados en cuenta para la presente tesis y fueron útiles para conseguir hallazgos colectivos que refuerzan la idea de que la calidad de servicio es un factor crucial para satisfacer las expectativas de los turistas y mantener un desarrollo turístico sostenible.

Los resultados de la investigación de Cueva y Pérez (2019) enriquecen y contextualizan las percepciones de calidad de servicio del estudio actual. Identificaron actividades líderes en turismo de aventura, y aunque la calidad general fue positiva, hubo variaciones relacionadas con la nacionalidad de los turistas y factores que afectaron distintas dimensiones. En contraste, la presente tesis señala que la mayoría de los usuarios percibe un servicio confiable y seguro, es decir el 56.3%, destacando la eficiencia y alta calidad en seguridad proporcionada por las entidades dedicadas a deportes de aventura.

La investigación de Málaga y Huamani (2019) resalta la influencia directa de aspectos tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad en la percepción y satisfacción de los turistas en el Mirador Cruz del Condor. Además, factores como las instalaciones de seguridad y la apariencia del personal se consideraron. Al integrar estos resultados con nuestra investigación, se subraya la importancia universal de elementos como la seguridad y la calidad de los servicios tangibles en la experiencia turística. Estas convergencias indican la necesidad de centrarse en mejorar estos elementos clave para proporcionar experiencias turísticas más satisfactorias, tanto en destinos específicos como en la práctica de deportes de aventura.

En resumen, la implementación del Modelo SERVQUAL se posiciona como una herramienta valiosa para la evaluación precisa de las diversas dimensiones que influyen en la experiencia del usuario. Esta metodología simplifica la identificación específica de áreas de mejora, ofreciendo una comprensión detallada de la calidad del servicio. Además, al combinar los resultados de estudios anteriores y actuales, se destaca la utilidad del modelo en destacar convergencias y divergencias en las percepciones de los usuarios, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la mejora continua de la calidad del servicio en la industria turística y de deportes de aventura.



CONCLUSIONES

Primera: El nivel predominante en la calidad de servicio brindado a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle Chilina es el nivel medio, esto quiere decir que la mayoría de los servicios ofrecidos para la práctica de deportes de aventura se encuentran en proceso para lograr una calidad de servicio satisfactoria para el cliente.

Segunda: En cuanto a la tangibilidad en la calidad de servicio que se brindó a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle Chilina, la mayoría de usuarios se encuentran en el nivel medio, calificando los servicios tangibles en un estado de proceso. El porcentaje del nivel de calidad aceptable se acerca considerablemente, esto quiere decir que, los usuarios mantienen una percepción positiva de los servicios tangibles, pero hay cosas por mejorar en cuanto a las instalaciones del lugar, la apariencia de los colaboradores, el estado en el que se encuentran los equipos e implementos destinados a la práctica del deporte de aventura.

Tercera: Sobre la fiabilidad de los servicios que se brindan se muestra un aumento en el nivel por mejorar, el nivel predominante es el de proceso y el más bajo es el nivel aceptable, por ende, se tiene que mejorar en cuanto a aspectos como, la disposición y la buena voluntad de parte de los trabajadores, al proporcionar los servicios; también la capacidad de satisfacer las dudas o necesidades de los usuarios de forma clara y precisa con respecto al deporte de aventura que deseen practicar.

Cuarta: Acerca de, la capacidad de respuesta se identificó que, en los servicios relacionados con la calidad percibida por los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina predomina el nivel en proceso, pero no se aleja de los demás niveles los cuales sumados representan un poco más de la mitad, lo que quiere decir que se deberá

trabajar en la mejora continua con el fin de mejorar la percepción de la calidad de servicio eficaz y satisfactoria por parte de los usuarios.

Quinta: Con respecto a la percepción de seguridad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina. El nivel aceptable es el más alto, se le acerca el nivel en proceso y en el último lugar con el mínimo porcentaje se encuentra el nivel por mejorar, por ende, los servicios de seguridad deben seguir mejorando sus estándares de seguridad, con el fin de optimizar la experiencia de los clientes en los deportes de aventura.

Sexta: En lo concerniente a la identificación de la empatía como factor esencial en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina. Un poco más de la mitad de los usuarios aseguran que la calidad de servicio en cuanto a este factor está en proceso. Los niveles por mejorar y aceptable no son muy distantes, por ello es relevante mejorar los servicios que se brindan en cuanto a este aspecto, pues involucra que los usuarios vuelvan en una próxima ocasión.

SUGERENCIAS

Primera: Se recomienda implementar mejoras en cuanto a las instalaciones y la apariencia de los colaboradores, con el fin de dar una mejor percepción a los usuarios de deportes de aventura en el Valle Chilina.

Segunda: Se recomienda proporcionar capacitaciones a los colaboradores con el propósito de que adquieran mayor conocimiento y puedan satisfacer las dudas o necesidades de los usuarios.

Tercera: Es recomendable que los colaboradores sean empáticos en todo momento, sobre todo con los usuarios iniciantes. Esto garantizará que los usuarios se sientan acompañados y valorados desde el inicio de su experiencia.

Cuarta: Es aconsejable adquirir equipos nuevos, y de alta calidad, para evitar accidentes y de esa manera brindar una mejor calidad de servicio y mejorar la tangibilidad.

Quinta: Se recomienda a la Municipalidad de Alto Selva Alegre poder promover el deporte de aventura en su distrito, pero garantizando la calidad de servicio que se brinde a los usuarios.

REFERENCIAS

- Agüera. (2019). Tourism as a potential motor for the economic development of border areas in developing. *Universidad Autónoma del Estado de México*, 2(3), 4-5. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1934/19344998500/html/>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (30 de marzo de 2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Dialnet*, 13(2), 1-15. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Castillo, A., Sanchez, S., & Santos, L. (2020). Satisfacción, expectativas y fidelidad del turista en Sevilla,. *Revista de Administracion y Direccion de Empresas*, 1(2). Obtenido de https://www.uco.es/docencia_derecho/index.php/RAYDEM/article/viewFile/
- Chávez, H., & Chávez, O. (2019). *Evaluación del nivel de calidad de servicio de la empresa turismo Negreiros S.A. mediante modelo Servqual*. Trujillo: Universidad Privada del Norte . Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23554/Hans%20Ch%c3%a1vez%20Noriega%20-%20Omar%20Ch%c3%a1vez%20Noriega.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Cueva, A., & Pérez, M. (2019). *Análisis de la oferta de turismo de aventura y evaluación de la calidad del servicio de los operadores turísticos en el valle de chilina*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María . Obtenido de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12920/9393/79.0174.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dosantos, M. (2019). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. 45(178), 79-95. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>
- Guanangui, K. (mayo de 2022). *La calidad de servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35269/1/MU%C3%91OZ%20MANZANO%20EVELYN%20NICOLE..pdf>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0105003/cap03.pdf>
- Hernández, O. (21 de septiembre de 2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Scielo*, 37(3), 1-9. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodologia de la Investigacion. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill Eduaction.
- Limay, K. (2021). *Calidad de servicio turistico en el Perú*. Chachapoyas: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Obtenido de

<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2321/Limay%20Diapiz%20%20Keilith.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Malaga, Y., & Huamani, A. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y su relación con la satisfacción de los turistas que visitan el atractivo turístico Cruz del Cóndor, distrito Cabanaconde, provincia de Caylloma, 2018*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín. Obtenido de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3135112>
- Marchan, C., Moscoso, K., & Vásquez, M. (27 de febrero de 2023). Estudio de la calidad de los servicios turísticos y seguridad turística en Huanta, Perú. *Scielo*, 15(1), 1-12. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202023000100017&script=sci_arttext
- Mazón, M., Moreno, M., & Mena, J. (1 de enero de 2020). Revisión sistemática de la literatura de la calidad del servicio, SERVQUAL y SERVUCCIÓN aplicados en el turismo. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 3(1), 1-13. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/literatura-calidad-servicio.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . (2021). *Deportes de aventura en Arequipa*. Arequipa: Perú.travel. Obtenido de <https://www.peru.travel/es/masperu/5-deportes-de-aventura-que-puedes-practicar-en-arequipa>
- Mohedano, E., Echevarria, O., Martinez, M., & Lezama, M. (24 de noviembre de 2023). Modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio en operadores de una organización. *Redalyc*, 9(19), 1-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6381/638174353001/638174353001.pdf>
- Moreno, J., Chérrez, R., & López, C. (27 de julio de 2020). Deporte de Aventura una actividad turística para el desarrollo local: Un estudio de caso. *Revista Científica Ciencias Economicas y Empresariales*, 5(5), 1-21. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i14.176>
- Mosquera, D., Patiño, O., Sánchez, D., Agudelo, J., Ospina, D., & Bermúdez, J. (17 de junio de 2020). Factores asociados a la calidad en el servicio en empresas a partir del modelo SERVQUAL. *Revista CEA*, 5(9), 1-20. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3519281
- Perez, S., Rojas, M., Rivera, E., & Perez, R. (2019). La percepción de la calidad del servicio en la experiencia con el cliente: el caso de un operador de información en la modalidad asistida. *ResearchGate*. doi:<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.11207.96163>
- Prada, J., Armijos, D., Crespo, A., & Torres, L. (2017). Destinos turísticos culturales y satisfacción. *Estudios y Perspectivas en Turismo - Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc)*. 26, 864-883. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919006.pdf>

Quispe Quispe, A. Y. (2022). Efecto de fertilizantes químicos en la biodisponibilidad de metales pesados, para cultivo del Ajo, en suelos agrícolas de Chilina y Valle de Tambo. *Alicia*, 1-20. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_820c7d62fc1527a1432870e4179576d5

Toalombo, A., Cevallos, T., Rivadenerya, G., & Aguilar, E. (12 de junio de 2021). Análisis de la calidad del servicio y la satisfacción del. *Conciencia Digital*, 4(2). doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i2.2.1784>

Urbieto, M., Gonzales, G., Gorostiaga, J., Caceres, M., Diaz, M., & Kwan, C. (10 de agosto de 2022). Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A. - Paraguay mediante el modelo servqual. *Revista Científica de la UCSA*, 9(2), 1-15. doi:<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.02.103>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|------------------------|--|-------------------------------|---|
| Modelo SERVQUAL | Conforme con Gonzales, et al. (2022) es una herramienta ampliamente utilizada para evaluar la calidad del servicio en organizaciones y negocios, se centra en la brecha entre las expectativas del cliente y sus | Tangibilidad | <ul style="list-style-type: none"> - Apariencia física - Infraestructura - Equipos - Materiales - Trabajadores |
| | | Fiabilidad | <ul style="list-style-type: none"> - Prestación del servicio - Realización de acuerdos - Suministros excedentes - Resolución de problemas - Establecimiento de tarifas |
| | | Capacidad de respuesta | <ul style="list-style-type: none"> - Atención inmediata |

| | | | |
|--|--|------------------|--|
| | percepciones sobre la calidad del servicio recibido. | | <ul style="list-style-type: none"> - Responder a inquietudes y quejas de clientes - Resolución de inconvenientes |
| | | Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad - Confianza |
| | | Empatía | <ul style="list-style-type: none"> - Servicio personalizado |



ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| POI | OBJETIVO | HIPOTESIS | VARIABLES | METODO |
|---|--|---|---|---|
| <p>Problema General</p> <p>¿Como el Modelo SERVQUAL mide la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina?</p> | <p>Objetivo General</p> <p>Determinar mediante el Modelo SERVQUAL la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.</p> | <p>Dado que la calidad del servicio juega un papel fundamental en la experiencia de los usuarios que realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina, es probable que mediante la aplicación de un modelo SERVQUAL efectivo se evalué la percepción de la calidad del servicio, lo que a su vez permitirá identificar los aspectos a mejorar, aumentando la satisfacción general de los usuarios que adquieran dicho servicio.</p> | <p>VARIABLE: “Modelo SERVQUAL”</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tangibilidad - Fiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Empatía | <p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> |
| <p>Problema Especifico 1</p> <p>¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la tangibilidad en la calidad de servicio?</p> | <p>Objetivo Especifico 1</p> <p>Evaluar la tangibilidad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.</p> | | | <p>Nivel de investigación: Descriptiva</p> |
| <p>Problema Especifico 2</p> <p>¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la fiabilidad en la calidad de servicio?</p> | <p>Objetivo Especifico 2</p> <p>Evaluar la fiabilidad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.</p> | | | <p>Diseño: No experimental</p> |
| <p>Problema Especifico 3</p> <p>¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la capacidad de respuesta en la calidad de servicio?</p> | <p>Objetivo Especifico 3</p> <p>Identificar la capacidad de respuesta de los servicios en relación con la calidad percibida por los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.</p> | | | <p>Población: Usuarios locales, nacionales y extranjeros que adquieran el servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina</p> |
| <p>Problema Especifico 4</p> <p>¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la seguridad en la calidad de servicio?</p> | <p>Objetivo Especifico 4</p> <p>Conocer la percepción de seguridad en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina.</p> | | | <p>Muestra: 261 usuarios que adquirieron el servicio de deporte de aventura en el Valle Chilina.</p> |
| <p>Problema Especifico 5</p> <p>¿Cuál es la percepción de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle de Chilina con respecto a la empatía en la calidad de servicio?</p> | <p>Objetivo Especifico 5</p> <p>Identificar si la empatía es un factor esencial en la calidad de servicio brindada a los usuarios que realizan deportes de aventura en el Valle de Chilina.</p> | | | <p>Muestreo: Intencional</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario estandarizado SERVQUAL |

ANEXO 3: CUESTIONARIO

MODELO SERVQUAL

Apreciado participante, mediante esta encuesta, se espera conocer su opinión acerca de la calidad del servicio ofrecido por los operadores de turismo que brindan el servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina. Le agradecemos su colaboración al responder el cuestionario.

| Nº | ITEMS | Muy insatisfecho | Insatisfecho | Ni satisfecho ni insatisfecho | Satisfecho | Muy satisfecho |
|----|--|------------------|--------------|-------------------------------|------------|----------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Las instalaciones y equipos utilizados en los deportes de aventura realizados en el Valle de Chilina son cómodos y modernos. | | | | | |
| 2 | Los elementos de seguridad proporcionados durante la práctica de deportes de aventura en el Valle de Chilina están en óptimas condiciones para su uso. | | | | | |
| 3 | La presentación de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina es pulcra. | | | | | |
| 4 | El material visual de los deportes de aventura en el Valle de Chilina como folletos, banner o afiches son claros y visualmente atractivos. | | | | | |
| 5 | El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumplieron con sus expectativas. | | | | | |
| 6 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina están dispuestos a ayudarlo en todo momento. | | | | | |
| 7 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina desempeñan sus funciones de manera profesional. | | | | | |
| 8 | El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina especifica con claridad los precios de los servicios ofertados. | | | | | |
| 9 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina proporcionan toda la información durante el servicio. | | | | | |
| 10 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina dan la información completa sobre los riesgos y recomendaciones del deporte de aventura con claridad. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 11 | El servicio de deportes de aventura en el Valle de Chilina cumple con el horario establecido y desarrolla las actividades dentro de lo programado. | | | | | |
| 12 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina absuelven cualquier duda que tengan los usuarios. | | | | | |
| 13 | Recibió una buena y ágil atención de los instructores de deportes de aventura en el Valle de Chilina. | | | | | |
| 14 | El comportamiento de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina le trasmite confianza. | | | | | |
| 15 | Se siente seguro durante todo el servicio. | | | | | |
| 16 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo tratan siempre con cortesía y amabilidad. | | | | | |
| 17 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina poseen toda la información y experiencia adecuada para satisfacer las necesidades del cliente. | | | | | |
| 18 | En el servicio usted es tratado de manera personal. | | | | | |
| 19 | Los horarios de los servicios son los adecuados. | | | | | |
| 20 | Recibe un trato directo y personalizado por parte de los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina. | | | | | |
| 21 | Los operadores de turismo le informan si el deporte de aventura es viable según su condición física. | | | | | |
| 22 | Los operadores de turismo de deportes de aventura en el Valle de Chilina lo escuchan atentamente. | | | | | |

AENXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Claudia Jesús Rubina Medina; tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo(a) muy cordialmente y al mismo tiempo solicitar su participación libre en este estudio que tiene fines estrictamente académicos. La investigación está enfocada en determinar mediante el Modelo SERVQUAL, la calidad de servicio de los usuarios que realizan deporte de aventura en el Valle Chilina.

Considerando su voluntad y colaboración, le solicito, FIRME este documento de consentimiento.

Acepto libre y voluntariamente participar anónimamente en este estudio, cuya información otorgada será manejada de forma confidencial y comprendo que, en calidad de participante voluntario, puedo dejar de participar de esta actividad en algún momento que considere propicio hacerlo. También entiendo que no se otorgará, ni recibirá algún pago o beneficio económico por la participación.

NOMBRE:

FIRMA:

Fecha: _____/_____/2024

ANEXO 5: VALIDACION DE INSTRUMENTO

El cuestionario de Servqual, fue estandarizado en 2017 por Vásquez y Zeña en Lambayeque, para obtener la validez del instrumento se realizó un análisis factorial exploratorio seguido de un análisis factorial confirmatorio mediante el método de máxima verosimilitud con rotación varimax. Así mismo se determinó la confiabilidad de la prueba mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, siendo un valor de 0.942, confirmando que la prueba es altamente confiable y validad para su aplicación.

| I | ÍTEM | MEDIA | DESVIACION ESTANDAR | CORRELACIÓN TOTAL DE ELEMENTOS CORREGIDA | ALFA DE CRONBACH SI EL ELEMENTO SE HA SUPRIMIDO |
|----|--|-------------|---------------------|--|---|
| 1 | Cuando tuvo un problema en el museo, mostraron un sincero interés en solucionarlo. | 3.97 | 0.683 | 0.697 | 0.938 |
| 2 | El servicio que le brindo el museo durante el tours fue el adecuado. | 4.12 | 0.644 | 0.704 | 0.938 |
| 3 | Buena capacidad de respuesta de los empleados. | 4.12 | 0.656 | 0.536 | 0.941 |
| 4 | Le informaron puntualmente y con sinceridad acerca de las características del museo. | 4.2 | 0.746 | 0.653 | 0.939 |
| 5 | Recibió un servicio rápido y ágil de los empleados del museo. | 3.96 | 0.739 | 0.579 | 0.940 |
| 6 | Los empleados del museo siempre demostraron estar dispuestos a ayudar al turista. | 4.12 | 0.593 | 0.672 | 0.939 |
| 7 | El empleado aunque estuviera demasiado ocupado, respondía rápidamente a las preguntas del turista. | 4.19 | 0.689 | 0.599 | 0.940 |
| 8 | Usted como cliente se sintió seguro durante el tours realizado. | 4.21 | 0.656 | 0.602 | 0.940 |
| 9 | Los empleados siempre fueron amables. | 3.91 | 0.693 | 0.510 | 0.941 |
| 10 | Seguridad del establecimiento. | 4.07 | 0.701 | 0.644 | 0.939 |
| 11 | Tranquilidad de las instalaciones. | 4.12 | 0.651 | 0.583 | 0.940 |
| 12 | El entorno del museo esta cuidado y es agradable. | 3.97 | 0.714 | 0.690 | 0.938 |
| 13 | Limpieza de las instalaciones. | 4.15 | 0.638 | 0.646 | 0.939 |
| 14 | Recibió atención individualizada como cliente. | 4.2 | 0.727 | 0.574 | 0.940 |
| 15 | Los empleados del museo conocieron sus necesidades específicas como cliente. | 3.94 | 0.771 | 0.635 | 0.939 |
| 16 | Los empleados del museo buscaron lo mejor para los intereses del turista. | 4 | 0.755 | 0.565 | 0.940 |
| 17 | El museo tiene horario flexible y adaptado a los diversos tipos de turistas. | 3.93 | 0.642 | 0.670 | 0.939 |
| 18 | Conveniente información y asesoramiento. | 4.12 | 0.629 | 0.686 | 0.939 |
| 19 | Trato cordial y educado. | 3.98 | 0.778 | 0.694 | 0.938 |
| 20 | Las instalaciones físicas del museo son cómodas y visualmente atractivas. | 4.18 | 0.619 | 0.657 | 0.939 |
| 21 | Los elementos materiales y documentación seleccionada con el servicio que ofrecen los museos son visualmente atractivos y sencillos. | 4.16 | 0.642 | 0.751 | 0.938 |
| 22 | Instalaciones atractivas, modernas y cuidadas. | 4.25 | 0.626 | 0.613 | 0.940 |

Nota: los puntos promedios > a 4 están en negritas.

ANEXO 6: MATRIZ DE SISTEMATIZACION DE DATOS

| S | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | FIABILIDAD | P6 | P7 | P8 | P9 | CAPACIDAD DE RESPUESTA | P10 | P11 | P12 | P13 | SEGURIDAD | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | EMPATIA | P19 | P20 | P21 | P22 | TANGIBILIDAD | PUNTAJE GENERAL |
|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----------------|
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 2 | 5 | 9 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 3 | 15 | 87 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 18 | 4 | 2 | 4 | 6 | 11 | 4 | 5 | 4 | 5 | 13 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 70 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 3 | 5 | 9 | 5 | 4 | 5 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 63 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 4 | 1 | 1 | 6 | 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 16 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 72 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 1 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 15 | 76 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 4 | 5 | 5 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 13 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 11 | 5 | 3 | 5 | 4 | 12 | 90 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 1 | 1 | 1 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 19 | 51 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 1 | 4 | 9 | 5 | 5 | 5 | 2 | 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 2 | 5 | 5 | 19 | 75 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 5 | 1 | 2 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 75 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 3 | 5 | 16 | 84 |
| 11 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 5 | 1 | 5 | 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 80 |
| 12 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 1 | 5 | 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 11 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 10 | 5 | 4 | 5 | 3 | 12 | 66 |
| 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 12 | 5 | 2 | 1 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 5 | 13 | 74 |
| 14 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 8 | 4 | 4 | 2 | 5 | 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 5 | 4 | 11 | 59 |
| 15 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 11 | 5 | 2 | 2 | 2 | 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 5 | 12 | 89 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 2 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 10 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 5 | 4 | 12 | 63 |
| 17 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 3 | 5 | 2 | 4 | 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 29 |
| 18 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 2 | 3 | 3 | 14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 19 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 14 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 85 |
| 19 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 2 | 5 | 4 | 2 | 10 | 5 | 5 | 5 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 18 | 3 | 5 | 5 | 5 | 11 | 72 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 8 | 4 | 2 | 2 | 5 | 13 | 4 | 5 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 9 | 60 |
| 21 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 18 | 65 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 2 | 5 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 14 | 71 |
| 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 1 | 1 | 1 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 5 | 11 | 80 |
| 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 2 | 3 | 3 | 13 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 | 4 | 3 | 2 | 3 | 11 | 110 |
| 25 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 2 | 9 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 84 |
| 26 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 4 | 3 | 5 | 1 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 9 | 71 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 3 | 2 | 5 | 12 | 5 | 5 | 3 | 2 | 12 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 10 | 5 | 5 | 2 | 5 | 11 | 52 |
| 28 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 10 | 4 | 4 | 2 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | 75 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 8 | 5 | 1 | 1 | 5 | 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 16 | 77 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 81 |
| 31 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 15 | 70 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 10 | 4 | 4 | 3 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 75 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 5 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 14 | 70 |
| 34 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 3 | 14 | 107 |
| 35 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 13 | 2 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 4 | 2 | 3 | 12 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 11 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 73 |
| 36 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 8 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 13 | 63 |
| 37 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 9 | 5 | 2 | 2 | 5 | 11 | 5 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 9 | 63 |
| 38 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 8 | 4 | 1 | 1 | 2 | 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 72 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 10 | 5 | 1 | 2 | 5 | 9 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 13 | 65 |
| 40 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 1 | 5 | 5 | 12 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 16 | 65 |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 3 | 1 | 5 | 5 | 9 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 76 |
| 42 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 17 | 4 | 1 | 1 | 1 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 15 | 5 | 3 | 5 | 5 | 12 | 75 |
| 43 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 1 | 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 13 | 78 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 11 | 4 | 1 | 1 | 1 | 8 | 5 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 3 | 5 | 5 | 5 | 12 | 71 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 1 | 5 | 5 | 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 14 | 69 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 1 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 4 | 15 | 2 | 3 | 2 | 5 | 3 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 98 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 20 | 2 | 4 | 1 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 15 | 4 | 5 | 3 | 4 | 12 | 78 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 1 | 1 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 12 | 5 | 3 | 5 | 5 | 10 | 72 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 | 75 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 11 | 5 | 1 | 2 | 2 | 9 | 4 | 5 | 5 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 5 | 5 | 5 | 10 | 57 |

| S | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | FIABILIDAD | P6 | P7 | P8 | P9 | CAPACIDAD DE RESPUESTA | P10 | P11 | P12 | P13 | SEGURIDAD | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | EMPATIA | P19 | P20 | P21 | P22 | TANGIBILIDAD | PUNTAJE GENERAL |
|-----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----------------|
| 51 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 11 | 4 | 1 | 2 | 2 | 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 13 | 70 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 1 | 2 | 5 | 7 | 4 | 5 | 5 | 4 | 12 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 10 | 88 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 16 | 4 | 1 | 5 | 2 | 12 | 5 | 4 | 3 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 15 | 43 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 10 | 5 | 1 | 2 | 2 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 10 | 5 | 2 | 4 | 5 | 9 | 56 |
| 55 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 2 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 10 | 4 | 5 | 5 | 4 | 16 | 74 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 13 | 5 | 2 | 5 | 5 | 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 11 | 5 | 4 | 4 | 3 | 12 | 62 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 | 5 | 1 | 4 | 5 | 11 | 4 | 4 | 3 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 15 | 5 | 3 | 3 | 5 | 9 | 67 |
| 58 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 2 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 8 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 9 | 70 |
| 59 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 10 | 5 | 5 | 2 | 5 | 9 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 11 | 61 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 12 | 74 |
| 61 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 1 | 1 | 3 | 10 | 3 | 3 | 2 | 3 | 17 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 16 | 3 | 2 | 3 | 3 | 12 | 74 |
| 62 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 19 | 5 | 2 | 4 | 5 | 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 92 |
| 63 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 5 | 4 | 1 | 4 | 18 | 6 | 5 | 5 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 17 | 36 |
| 64 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 11 | 4 | 5 | 1 | 5 | 17 | 5 | 5 | 3 | 5 | 13 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 95 |
| 65 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 11 | 5 | 2 | 5 | 5 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 13 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 16 | 2 | 5 | 5 | 4 | 10 | 62 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 9 | 5 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 14 | 70 |
| 67 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 2 | 5 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 20 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 106 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 16 | 4 | 2 | 2 | 2 | 17 | 5 | 5 | 3 | 5 | 14 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 10 | 71 |
| 69 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 16 | 5 | 2 | 2 | 5 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 9 | 73 |
| 70 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 15 | 4 | 2 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 19 | 3 | 5 | 4 | 4 | 15 | 80 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 2 | 2 | 5 | 19 | 5 | 5 | 3 | 3 | 15 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 13 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 84 |
| 72 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 13 | 4 | 2 | 2 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 11 | 5 | 2 | 2 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 77 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 2 | 2 | 5 | 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 4 | 3 | 4 | 17 | 77 |
| 74 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 17 | 77 |
| 75 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 3 | 10 | 4 | 4 | 2 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 2 | 5 | 4 | 11 | 78 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 9 | 5 | 5 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 11 | 4 | 5 | 4 | 5 | 9 | 87 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 12 | 4 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 15 | 96 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 19 | 4 | 2 | 5 | 4 | 16 | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 | 87 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 11 | 3 | 5 | 4 | 2 | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 3 | 3 | 5 | 14 | 66 |
| 80 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 19 | 75 |
| 81 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 14 | 5 | 3 | 4 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 11 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 12 | 68 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 7 | 4 | 5 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 11 | 73 |
| 83 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 18 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 10 | 73 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 2 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 2 | 4 | 4 | 13 | 80 |
| 85 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 10 | 3 | 5 | 4 | 3 | 12 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 18 | 72 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 15 | 76 |
| 87 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 11 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 68 |
| 88 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 5 | 5 | 2 | 8 | 4 | 5 | 5 | 4 | 13 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 9 | 68 |
| 89 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 3 | 5 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 11 | 73 |
| 90 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 14 | 3 | 2 | 4 | 2 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 7 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 17 | 92 |
| 91 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 3 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 16 | 68 |
| 92 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 9 | 4 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 70 |
| 93 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 | 3 | 2 | 3 | 2 | 14 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 | 3 | 2 | 3 | 3 | 9 | 76 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | 87 |
| 95 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 9 | 78 |
| 96 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 12 | 78 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 5 | 2 | 5 | 8 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 44 |
| 98 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 78 |
| 99 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 3 | 4 | 5 | 20 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 16 | 2 | 5 | 5 | 5 | 16 | 75 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 14 | 4 | 5 | 5 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 18 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 12 | 72 |
| 101 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 2 | 4 | 5 | 11 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 4 | 3 | 10 | 70 |
| 102 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 10 | 4 | 5 | 5 | 3 | 9 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 13 | 92 |
| 103 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 11 | 3 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 71 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 13 | 5 | 5 | 2 | 5 | 7 | 5 | 3 | 5 | 4 | 13 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 3 | 5 | 5 | 5 | 15 | 71 |
| 105 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 16 | 4 | 5 | 4 | 2 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 12 | 4 | 3 | 3 | 4 | 11 | 62 |
| 106 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 2 | 5 | 5 | 10 | 5 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 2 | 4 | 5 | 16 | 77 |
| 107 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 16 | 2 | 5 | 5 | 3 | 13 | 71 |
| 108 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 3 | 5 | 2 | 11 | 5 | 3 | 4 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 10 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 | 75 |
| 109 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 10 | 4 | 4 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 11 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 69 |
| 110 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 2 | 4 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 12 | 5 | 4 | 2 | 4 | 12 | 64 |

| S | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | FIABILIDAD | P6 | P7 | P8 | P9 | CAPACIDAD DE RESPUESTA | P10 | P11 | P12 | P13 | SEGURIDAD | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | EMPATIA | P19 | P20 | P21 | P22 | TANGIBILIDAD | PUNTAJE GENERAL |
|-----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----------------|
| 111 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 2 | 5 | 9 | 4 | 3 | 5 | 5 | 14 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 11 | 4 | 5 | 3 | 5 | 17 | 73 |
| 112 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 10 | 5 | 3 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 19 | 78 |
| 113 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 2 | 5 | 13 | 4 | 3 | 3 | 4 | 13 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 3 | 5 | 16 | 80 |
| 114 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 | 4 | 5 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 10 | 5 | 5 | 3 | 3 | 19 | 77 |
| 115 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 16 | 5 | 2 | 4 | 2 | 17 | 4 | 3 | 5 | 5 | 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 18 | 93 |
| 116 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 4 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 82 |
| 117 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 11 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 5 | 5 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 12 | 3 | 2 | 5 | 4 | 9 | 102 |
| 118 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 8 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 2 | 4 | 5 | 5 | 13 | 66 |
| 119 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 3 | 16 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 13 | 5 | 4 | 5 | 4 | 12 | 75 |
| 120 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 74 |
| 121 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 5 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 14 | 49 |
| 122 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 2 | 4 | 4 | 5 | 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 10 | 64 |
| 123 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 12 | 95 |
| 124 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 19 | 4 | 3 | 4 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 16 | 78 |
| 125 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 4 | 2 | 5 | 4 | 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 88 |
| 126 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 2 | 3 | 11 | 2 | 3 | 3 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 94 |
| 127 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 19 | 5 | 2 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 3 | 12 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 71 |
| 128 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 10 | 5 | 3 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 79 |
| 129 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 13 | 5 | 3 | 2 | 4 | 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 16 | 4 | 2 | 4 | 5 | 13 | 64 |
| 130 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 9 | 5 | 3 | 5 | 5 | 13 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 3 | 4 | 5 | 15 | 72 |
| 131 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 2 | 4 | 4 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 17 | 82 |
| 132 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 2 | 5 | 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 16 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 12 | 4 | 5 | 5 | 5 | 14 | 78 |
| 133 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 11 | 5 | 4 | 5 | 3 | 19 | 76 |
| 134 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 14 | 5 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 15 | 67 |
| 135 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 10 | 3 | 1 | 4 | 1 | 13 | 4 | 4 | 4 | 3 | 16 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 15 | 70 |
| 136 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 13 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 83 |
| 137 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 9 | 4 | 4 | 4 | 5 | 11 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 9 | 53 |
| 138 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 2 | 2 | 1 | 8 | 5 | 4 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 15 | 74 |
| 139 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 14 | 5 | 4 | 5 | 3 | 11 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 14 | 2 | 4 | 3 | 4 | 9 | 63 |
| 140 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 10 | 4 | 5 | 4 | 3 | 14 | 65 |
| 141 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 1 | 1 | 5 | 10 | 5 | 5 | 5 | 4 | 11 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 68 |
| 142 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 13 | 90 |
| 143 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 2 | 9 | 5 | 4 | 3 | 4 | 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 89 |
| 144 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 2 | 2 | 1 | 7 | 5 | 3 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 10 | 89 |
| 145 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 20 | 4 | 3 | 5 | 5 | 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 76 |
| 146 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 3 | 1 | 4 | 4 | 13 | 5 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 13 | 5 | 5 | 4 | 5 | 18 | 80 |
| 147 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 11 | 5 | 2 | 2 | 5 | 7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 5 | 12 | 68 |
| 148 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 9 | 92 |
| 149 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 3 | 1 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 10 | 93 |
| 150 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 99 |
| 151 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 4 | 16 | 96 |
| 152 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 14 | 5 | 4 | 5 | 4 | 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 2 | 4 | 4 | 14 | 68 |
| 153 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 15 | 4 | 3 | 1 | 5 | 9 | 3 | 3 | 4 | 5 | 18 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 12 | 5 | 4 | 5 | 5 | 12 | 73 |
| 154 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 12 | 3 | 1 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 10 | 5 | 3 | 4 | 4 | 13 | 63 |
| 155 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 11 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 5 | 13 | 76 |
| 156 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 9 | 5 | 3 | 5 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 15 | 57 |
| 157 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 10 | 5 | 4 | 4 | 5 | 19 | 3 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 9 | 78 |
| 158 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 16 | 71 |
| 159 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 20 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 3 | 3 | 4 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 4 | 13 | 79 |
| 160 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 12 | 98 |
| 161 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 15 | 5 | 1 | 2 | 5 | 14 | 5 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 19 | 81 |
| 162 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 19 | 83 |
| 163 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 10 | 3 | 5 | 4 | 4 | 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 10 | 5 | 4 | 5 | 5 | 12 | 93 |
| 164 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 11 | 3 | 3 | 2 | 5 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 12 | 3 | 5 | 4 | 5 | 11 | 58 |
| 165 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 1 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 14 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 5 | 12 | 66 |
| 166 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 13 | 3 | 4 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 9 | 65 |
| 167 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 1 | 4 | 5 | 8 | 4 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 10 | 4 | 4 | 5 | 5 | 11 | 73 |
| 168 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 13 | 4 | 2 | 2 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 3 | 19 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 12 | 5 | 3 | 4 | 4 | 17 | 78 |
| 169 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 14 | 70 |
| 170 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 15 | 3 | 5 | 2 | 2 | 16 | 3 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 88 |

| S | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | FIABILIDAD | P6 | P7 | P8 | P9 | CAPACIDAD DE RESPUESTA | P10 | P11 | P12 | P13 | SEGURIDAD | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | EMPATIA | P19 | P20 | P21 | P22 | TANGIBILIDAD | PUNTAJE GENERAL |
|-----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----------------|
| 171 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 11 | 4 | 4 | 1 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 11 | 77 |
| 172 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 19 | 5 | 3 | 5 | 4 | 7 | 3 | 4 | 5 | 3 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 18 | 91 |
| 173 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 7 | 4 | 3 | 4 | 4 | 12 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 14 | 77 |
| 174 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 17 | 5 | 2 | 5 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 3 | 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 5 | 5 | 2 | 5 | 16 | 32 |
| 175 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 10 | 4 | 5 | 3 | 4 | 15 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 89 |
| 176 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 3 | 3 | 5 | 2 | 15 | 4 | 2 | 4 | 3 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 17 | 86 |
| 177 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 80 |
| 178 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 1 | 15 | 5 | 3 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 95 |
| 179 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 3 | 2 | 4 | 9 | 5 | 4 | 3 | 4 | 14 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 9 | 75 |
| 180 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 4 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 18 | 76 |
| 181 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 20 | 3 | 3 | 2 | 2 | 17 | 3 | 2 | 3 | 3 | 10 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 18 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 75 |
| 182 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 4 | 4 | 7 | 5 | 4 | 4 | 4 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 10 | 68 |
| 183 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 3 | 17 | 4 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 10 | 72 |
| 184 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 | 3 | 3 | 4 | 2 | 15 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 4 | 5 | 10 | 69 |
| 185 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 16 | 5 | 4 | 5 | 3 | 10 | 4 | 4 | 5 | 3 | 11 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 10 | 36 |
| 186 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 14 | 3 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 3 | 5 | 9 | 68 |
| 187 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 5 | 9 | 4 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 67 |
| 188 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 11 | 5 | 1 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 17 | 75 |
| 189 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 15 | 4 | 3 | 5 | 1 | 15 | 5 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 13 | 5 | 5 | 4 | 5 | 17 | 39 |
| 190 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 11 | 3 | 5 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 98 |
| 191 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 8 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 18 | 4 | 5 | 3 | 4 | 14 | 78 |
| 192 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 4 | 2 | 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 13 | 82 |
| 193 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 20 | 5 | 1 | 5 | 3 | 11 | 5 | 4 | 5 | 4 | 12 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 78 |
| 194 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 10 | 4 | 4 | 4 | 1 | 12 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 14 | 73 |
| 195 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 13 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 3 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 3 | 9 | 65 |
| 196 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 16 | 82 |
| 197 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 14 | 5 | 5 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 11 | 5 | 4 | 3 | 5 | 14 | 89 |
| 198 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 5 | 5 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 2 | 4 | 10 | 73 |
| 199 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 18 | 3 | 3 | 1 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 9 | 63 |
| 200 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 12 | 5 | 4 | 2 | 2 | 16 | 4 | 4 | 5 | 3 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 18 | 96 |
| 201 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 19 | 4 | 2 | 5 | 4 | 7 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 15 | 3 | 5 | 4 | 5 | 14 | 81 |
| 202 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 10 | 5 | 2 | 2 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 3 | 17 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 4 | 10 | 68 |
| 203 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 16 | 5 | 3 | 5 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 11 | 64 |
| 204 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 17 | 76 |
| 205 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 19 | 5 | 5 | 3 | 4 | 13 | 72 |
| 206 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 11 | 68 |
| 207 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 14 | 3 | 4 | 4 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 12 | 100 |
| 208 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 5 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 77 |
| 209 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 11 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 5 | 5 | 4 | 5 | 9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 19 | 67 |
| 210 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 12 | 4 | 3 | 5 | 4 | 9 | 72 |
| 211 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 16 | 5 | 3 | 5 | 1 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 3 | 15 | 78 |
| 212 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 11 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 5 | 4 | 3 | 5 | 9 | 63 |
| 213 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 2 | 2 | 5 | 12 | 3 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 10 | 4 | 2 | 5 | 5 | 19 | 75 |
| 214 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 15 | 4 | 4 | 2 | 5 | 9 | 4 | 3 | 4 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 5 | 4 | 12 | 91 |
| 215 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 14 | 5 | 1 | 5 | 1 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 17 | 78 |
| 216 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 10 | 5 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 40 |
| 217 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 5 | 5 | 11 | 3 | 4 | 5 | 5 | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 4 | 14 | 69 |
| 218 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 10 | 6 | 4 | 4 | 4 | 8 | 4 | 5 | 5 | 4 | 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 11 | 4 | 4 | 3 | 5 | 17 | 70 |
| 219 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 16 | 5 | 5 | 1 | 5 | 7 | 5 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 11 | 74 |
| 220 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 18 | 6 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 13 | 3 | 5 | 5 | 5 | 9 | 102 |
| 221 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 15 | 5 | 4 | 5 | 3 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 5 | 3 | 16 | 80 |
| 222 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 10 | 4 | 5 | 4 | 2 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 11 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 16 | 70 |
| 223 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 3 | 2 | 2 | 12 | 5 | 3 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 10 | 4 | 3 | 5 | 4 | 10 | 64 |
| 224 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 2 | 2 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 11 | 107 |
| 225 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 12 | 5 | 2 | 2 | 3 | 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 14 | 5 | 2 | 3 | 4 | 19 | 68 |
| 226 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 | 100 |
| 227 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 11 | 5 | 3 | 5 | 5 | 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | 73 |
| 228 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 3 | 9 | 73 |
| 229 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 1 | 11 | 4 | 5 | 5 | 4 | 20 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 18 | 81 |
| 230 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 1 | 2 | 5 | 8 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 13 | 98 |

| S | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | FIABILIDAD | P6 | P7 | P8 | P9 | CAPACIDAD DE RESPUESTA | P10 | P11 | P12 | P13 | SEGURIDAD | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | EMPATIA | P19 | P20 | P21 | P22 | TANGIBILIDAD | PUNTAJE GENERAL |
|-----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-----|--------------|-----------------|
| 251 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 2 | 4 | 14 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 10 | 80 |
| 252 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 13 | 3 | 3 | 5 | 5 | 11 | 5 | 5 | 4 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 10 | 64 |
| 253 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 7 | 5 | 4 | 5 | 5 | 14 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 10 | 71 |
| 254 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 1 | 5 | 3 | 10 | 5 | 2 | 5 | 5 | 11 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 19 | 95 |
| 255 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 1 | 1 | 4 | 16 | 5 | 3 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 14 | 98 |
| 256 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 20 | 4 | 1 | 1 | 5 | 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 11 | 77 |
| 257 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 16 | 5 | 1 | 1 | 1 | 10 | 3 | 5 | 5 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 20 | 4 | 2 | 3 | 5 | 13 | 89 |
| 258 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 15 | 4 | 1 | 1 | 3 | 14 | 4 | 4 | 5 | 2 | 16 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 4 | 16 | 76 |
| 259 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 18 | 3 | 3 | 4 | 5 | 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 11 | 5 | 5 | 2 | 5 | 11 | 51 |
| 260 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 15 | 4 | 4 | 1 | 1 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 16 | 84 |
| 261 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 3 | 2 | 2 | 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 76 |



ANEXO 7: FOTOGRAFÍAS



Nota: Fuente propia



Nota: Fuente propia

