



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS
CAJEROS AUTOMÁTICOS DEL BANCO DE LA NACIÓN, SAN JUAN
BAUTISTA – 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

MAURO GERMÁN YOPLACK MORI

ASESOR:

Lic. Adm. PIO CHUMBES HUILLCA, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2024



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°078-CCGyT-FACEN-UNAP-2024

En la ciudad de Iquitos, a los 26 días del mes de abril del año 2024, a horas: 11:00 a.m. se dio inicio en el Auditorio de ésta Facultad la sustentación pública de la Tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS DEL BANCO DE LA NACIÓN, SAN JUAN BAUTISTA - 2023", autorizado mediante Resolución Decanal N°0805-2024-FACEN-UNAP presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas MAURO GERMAN YOPLACK MORI, para optar el Título Profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:


Lic. Adm. MARLO CÉSAR GARCIA BARBARÁN, Mag. (Presidente)
Lic. Adm. DAVID EDUARDO BURGA PÉREZ, Mag. (Miembro)
Lic. Adm. ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag. (Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: SATISFACTO (BACHILLER)

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:
La Sustentación Pública y la Tesis han sido: APROBADA con la calificación BUENA (...15).

Estando el Bachiller apto para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Siendo las 12:30 P.M. del 26 de abril del 2024, se dio por concluido el acto académico.


Lic. Adm. MARLO CÉSAR GARCIA BARBARAN, Mag.
Presidente


Lic. Adm. DAVID EDUARDO BURGA PÉREZ, Mag.
Miembro


Lic. Adm. ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag.
Miembro

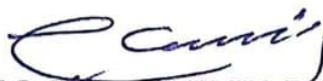

Lic. Adm. PIO CHUMBES HUIJILCA, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos - Maynas - Loreto
<http://www.unapliquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapliquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO y ASESOR



Lic. Adm. MARLO CESAR GARCIA BARBARAN, Mag.
Presidente
CLAP-019-VII



Lic. Adm. DAVID EDUARDO BURGA PÉREZ, Mag.
Miembro
CLAD- 07161



Lic. Adm. ISIS JANETH ROJAS SALAZAR, Mag.
Miembro
CLAD-16735



Lic. Adm. PIO CHUMBES HUILLCA, Dr.
Asesor
CLAD-18910

NOMBRE DEL TRABAJO

FACEN_TESIS_YOPLACK MORI.pdf

AUTOR

MAURO GERMAN YOPLACK MORI

RECuento de palabras

6292 Words

RECuento de caracteres

32456 Characters

RECuento de páginas

37 Pages

Tamaño del archivo

632.3KB

Fecha de entrega

Jan 23, 2024 8:45 AM GMT-5

Fecha del informe

Jan 23, 2024 8:46 AM GMT-5

● **20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 16% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

DEDICATORIA

Dedico a mi madre, a pesar de la distancia, por todo el esfuerzo que realizó para poder apoyarme económica y moralmente en la vida universitaria, ella me formó con buenos hábitos y valores para mejorar cada día más.

A mi padre que me protege desde el cielo, y le pido me de mucha fuerza y vigor para vencer los obstáculos y que no me falte trabajo, salud, alimentos.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios, por permitirme llegar a esta etapa de mi vida profesional. Y a su vez, a la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, escuela de Administración, por tener espacio para para estudiar la carrera.

Al docente y asesor de mi tesis Lic. Adm. Pio Chumbes Huilca, dr. por compartir su experiencia y conocimiento para poder culminar este proyecto.

A mi madre que a pesar de la distancia siempre la tuve presente, a mis hermanos y a todas aquellas personas que con lo poco me que ayudaron para mí fue mucho: Jeison, Sra. Lourdes, Sra. Gina, Sra. Marie, profesor Juan Carlos, Sr Cesar y otras(os) que de forma indirecta me brindaron su apoyo.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR.....	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Bases teóricas.....	5
1.3. Definición de términos básicos.....	7
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	9
2.1 Formulación de la hipótesis.....	9
2.2 Variables y su operacionalización	10
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño	12
3.2. Diseño muestral.....	12
3.3. Procedimientos de recolección de datos	14

3.4. Procesamiento y análisis de datos	17
3.5. Aspectos éticos	19
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	20
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	31
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	33
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	34
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	35
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Consentimiento informado	
4. Estadística complementaria	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Valores de las opciones de respuesta al cuestionario	15
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento de investigación	16
Tabla 3 Valores para la categorización de los datos.....	17
Tabla 4 Prueba de normalidad de los datos de las variables en estudio	19
Tabla 5 Prueba de hipótesis general	21
Tabla 6 Prueba de hipótesis específica 1	23
Tabla 7 Prueba de hipótesis específica 2	24
Tabla 8 Prueba de hipótesis específica 3	25
Tabla 9 Estadística descriptiva de la calidad del servicio	25
Tabla 10 Estadística descriptiva de satisfacción del usuario	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

Figura 1 Procesamiento de confiabilidad de instrumento de investigación en SPSS	16
Figura 2 Procesamiento de datos en SPSS para probar la hipótesis general	21
Figura 3 Estadística descriptiva en porcentaje de la calidad del servicio....	26
Figura 4 Estadística descriptiva en porcentaje de satisfacción del usuario	27
Figura 5 Recuento de respuestas sobre dimensión tangibilidad del servicio	28
Figura 6 Recuento de respuestas sobre dimensión capacidad de respuesta	29
Figura 7 Recuento de respuestas sobre dimensión seguridad	30

RESUMEN

El propósito del presente estudio fue identificar el tipo de asociación que denotan la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de los cajeros automáticos del banco de la nación sede San Juan de la provincia de Maynas, Loreto-Perú. La población está determinada por todos los usuarios de este servicio de dicha agencia, cuya muestra, al considerarse infinita y aplicando el muestreo probabilístico, dio como resultados 384 personas. La técnica de investigación aplicada es la encuesta y su instrumento el cuestionario. La hipótesis principal es que entre variables en estudio existe una relación positiva y significativa. La prueba de hipótesis se realizó con el coeficiente de Spearman con un nivel alfa de 0.05; el resultado de la prueba arrojó un valor de $Rho = 0.042$ con p-valor de 0.410, por lo que se prueba parcialmente la hipótesis de investigación, en el sentido que la relación es positiva, aunque de una intensidad muy baja; más no es significativo estadísticamente, pues el sig. de la prueba es mayor al de la investigación ($0.410 > 0.05$). A nivel descriptivo, se tiene con respecto a la calidad del servicio que el 87.50% lo percibe como buena y el 4.17% como muy buena; en tanto que, con respecto a la satisfacción de los usuarios, el 57.81% manifiesta sentirse satisfecho y el 25.26% muy satisfecho, resultados ambos muy positivos para la entidad en estudio.

Palabras clave: calidad del servicio, satisfacción del usuario

ABSTRACT

The purpose of the present study was to identify the type of association that denotes the quality of service and user satisfaction of the ATMs of the National Bank headquarters San Juan in the province of Maynas, Loreto-Peru. The population is determined by all the users of this service of said agency, whose sample, when considered infinite and applying probabilistic sampling, resulted in 384 people. The applied research technique is the survey and its instrument is the questionnaire. The main hypothesis is that there is a positive and significant relationship between the variables under study. The hypothesis test was carried out with the Spearman coefficient with an alpha level of 0.05; The test result showed a value of $Rho = 0.042$ with a p-value of 0.410, so the research hypothesis is partially proven, in the sense that the relationship is positive, although of a very low intensity; more is not statistically significant, since the sig. of the test is greater than that of the investigation ($0.410 > 0.05$). At a descriptive level, with respect to the quality of the service, 87.50% perceive it as good and 4.17% as very good; while, with respect to user satisfaction, 57.81% say they feel satisfied and 25.26% very satisfied, both very positive results for the entity under study.

Keywords: service quality, user satisfaction

INTRODUCCIÓN

El incesante cambio hogañero originado por el desarrollo de lo digital, origina avances científicos y tecnológicos a nivel global, ocasionando un mayor protagonismo del sector empresarial y en particular de las empresas del sector bancario.

Los bancos suelen tener un concepto por parte de la sociedad de ser un inmueble físico, llámese agencia o sucursal. Sin embargo, los efectos ocasionados a causa de la pandemia dentro del negocio bancario han permitido dejar atrás métodos tradicionales y adoptar nuevas estrategias para los usuarios, brindando canales alternativos de atención y facilidad de utilización, expresado en servicios brindados por cajeros automáticos, banca móvil, aplicaciones de transferencia virtual de dinero, etc.

Si bien es cierto que, por parte de las empresas bancarias ha habido un robusto proceso de modernización que apuntala a que sus servicios sean a través de medio digitales y se prescindan del contacto humano; no ha ocurrido un proceso paralelo y efectivo de soporte y mantenimiento a dichos medios, en particular en sus módulos de cajeros automáticos, los que son de gran demanda sobre todo por los segmentos poblacionales que constituyen clientes del banco de la nación, pero que, sin embargo, suelen presentar desperfectos, causando un servicio deficitario y malestar en sus usuarios.

En este sentido, en este estudio se establece como pregunta central: ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los

cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023?, derivándose de ella el siguiente objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023. Teniendo como base el marco teórico respectivo se planteó como hipótesis central: Existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Este estudio es importante porque proporciona información relevante sobre la calidad del servicio, el que servirá para que la dirección de la entidad en estudio pueda tomar las decisiones correspondientes que incidan en la mejora del servicio; asimismo, sirve como diagnóstico del nivel de satisfacción de sus clientes que recurren principalmente a los cajeros automáticos, lo que, como línea base, motive una política de mejora continua y logro de mayores niveles de satisfacción de sus clientes.

Con respecto a la metodología aplicada, éste estudio tiene diseño no experimental y transaccional, dado que no se alteraron las variables en sus tratamientos y las unidades de análisis del estudio solo fueron consultadas una sola vez en un “único” momento. El alcance del estudio es descriptivo y asociativo. Utilizó la técnica de investigación de la encuesta recurriendo al cuestionario como instrumento de investigación. La población en estudio fue considerada como infinita, por ser masiva y número indeterminado, por lo que se aplicó el muestreo probabilístico para determinar muestra, la cual asciende a 384 clientes.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En el 2020, se realizó la tesis titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios por la Funcionalidad en la Red de Cajeros Automáticos. Caso: Banco Popular Año 2021”; para optar el título de Lic. en Administración otorgado a cargo de la Universidad APEC en Santo Domingo, República Dominicana. La investigación fue de tipo cuantitativo transversal y diseño no experimental que incluyó como población de estudio a los usuarios de tal banco. El trabajo concluyó que, existe un alto parámetro de respaldo en la implementación respecto a los servicios de canales electrónicos y sobre todo los ATMs que brindan una efectividad de optimización de tiempo, y todo ello brinda un panorama positivo que posee Banco Popular por la pluralidad de canales alternos, otorgando a los usuarios seguridad, ligereza y efectividad. (Serrata, 2020).

En el 2019, se desarrolló la pesquisa titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire del 2019”; para optar el título de Lic. en Administración otorgado a cargo de la Universidad Tecnológica del Perú perteneciente a la ciudad de Arequipa. La investigación fue de tipo cuantitativo transversal y diseño no experimental que incluyó como población de estudio a los usuarios mediante encuestas. La investigación concluyó que los usuarios de Caja Corire consigan salir satisfechos, tendrán que enfocarse en obtener tal cometido, ya que la calidad se direcciona en conocer la satisfacción del personal que labora en la

empresa, para tal cuestión se debe implementar estrategias para conseguir acciones favorables hacia el departamento de servicio, principalmente para poder despejar las posibles dudas y así gradualmente mejorar la cartera de clientes, como también brindar apoyo e información en los procedimientos administrativos y complementar la plataforma digital de Caja Arequipa. (Álvares & Rivero, 2019).

En el 2018, se presentó el estudio titulado “Calidad de atención y satisfacción de los clientes que acuden al Banco de Crédito del Perú 2018”; para optar el título de Lic. en Administración otorgado a cargo de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno. La investigación fue de tipo correlacional cuantitativo – descriptivo y diseño no experimental que incluyó como población de estudio a los clientes. La investigación concluyó que, se debe fomentar la utilización de los diferentes canales alternativos de atención, involucrando unir fuerzas con otras empresas de alto tránsito de público para que en sus espacio físico se encuentre cajeros automáticos y con esa acción se va ampliado el número de esos equipos digitales con la finalidad de disminuir significativamente las extensas colas que se originan en el exterior del banco con el objetivo de llegar a ventanilla, pudiendo realizar muchas de las transacciones en cualquiera de los canales alternos. Y no es más indicar que, el departamento encargado de capacitar a los empleados del banco y directamente a los asesores de ventanillas lo deben hacer teniendo en cuenta las diversas casuísticas que se presenten, y dar la orientación y solución lo más antes posible de forma eficiente sin perjudicar al cliente, ya que mencionados talentos humanos del banco son la primera imagen de la entidad. (Valdivia, 2018).

1.2. Bases teóricas

Este marco teórico se divide en dos secciones puntuales, una está relacionada con la calidad de los usuarios, la otra con la satisfacción del cliente. Estas secciones están respaldadas por el conocimiento de los expertos en el ámbito de la calidad del servicio y de la satisfacción de los usuarios.

Calidad:

La definición de (Crosby, 1984) manifiesta que “La calidad consiste en satisfacer las expectativas de los clientes, donde el sistema de prevención, es estándar, cero defectos. Para lograr ello, debe aplicarse de forma responsable. Es decir, debe cumplirse sin errores”.

Calidad de servicio:

De acuerdo a (González, 2014): “La calidad de servicio consiste en ejecutar una serie de métodos, momentos, estilos y experiencias que los clientes desean del producto o servicio que están adquiriendo. Cuando se paga por algún producto o servicio se espera satisfacer las necesidades con lo adquirido en la oferta, y recibir un valor agregado que supere las expectativas. La empresa generaría para su beneficio mayor rentabilidad y, por ende, fidelización de clientes”.

Dimensiones de Calidad de Servicio:

En la presente investigación se va considerar dimensiones claras y concisas de acuerdo a la problemática del estudio que se realiza, las cuales se va considerar solo las tres siguientes:

Elementos tangibles: (Cronin, 1994) Es todo aquello que se puede tocar y está conformada por los materiales, equipos, instalaciones, y no dejando de lado al personal.

Capacidad de respuesta: (Cronin, 1994) Enfocado en la eficiencia para contestar sin inconvenientes las sugerencias, dudas, molestias y preguntas de los consumidores. Todo ello, con el objetivo de dar solución o satisfacer alguna necesidad, dejando una buena imagen de la empresa.

Seguridad: (Cronin, 1994) Se basa en el ámbito que se encuentra el establecimiento, en la que el usuario se sienta a salvo y seguro al momento de hacer uso de un servicio o adquirir un producto sin tener la preocupación que su integridad física será perjudicada y vulnerada.

Satisfacción de los usuarios.

Según (Kotler, 2006) Es cuando un individuo considera que sus expectativas frente al rendimiento de un producto o servicio logren cubrir su necesidad.

Dimensiones de satisfacción del consumidor:

Rendimiento percibido

Es el punto de vista que el usuario posee acerca de cualquier hecho/producto ya sea por forma, color, tamaño o algún otro detalle. Consiguiendo así su propia definición que él considera verídica (Antevenio, 2022)

Expectativas

Asegura que todas las expectativas están vinculadas a situaciones empíricas, pero al momento de conocer las atribuciones de un determinado producto o servicio que se muestra en una publicidad o en todo caso por recomendación de terceros, rara vez logran llegar hasta la cima de quienes esperan con una expectativa alta, porque al momento de comprobar o adquirir tal producto o servicio no resultan ser satisfactorios. (Trisoglio, 2019)

1.3. Definición de términos básicos

Calidad:

De acuerdo a (Kotler, 2006) conformado por todas aquellas atribuciones de un producto o servicio que generan beneficios para satisfacer necesidades.

Calidad de servicio:

Según (Lovelock, 2010) es cuando hay conformidad de los atributos y cualidades de un servicio. En la que el desempeño percibido cumple las expectativas de los usuarios.

Usuarios:

Según (Cronin, 1994) entiende por usuarios a aquellas personas que utilizan un producto o servicio, ya sea en situaciones ocasionales o habituales. Pero, lo ideal es considerar a los individuos que ejecutan o realizan utilización con frecuencia.

Satisfacción de los usuarios:

De acuerdo a (Kotler, 2006) es el grado que refleja el sentimiento emocional en los usuarios cuando el desempeño percibido de un servicio concuerda con las expectativas esperadas, ya que influye mucho la voluntad y decisión de volver a repetir la experiencia del servicio.

Cajero automático:

Según (Blanco, 2017) máquina digital que dispensa dinero en efectivo utilizando una tarjeta de plástico con banda magnética o un chip que posee una clave secreta personal, para identificar al usuario.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general:

Redacción sustantiva:

Hi: Existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Ho: No existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Redacción estadística:

Hi: $\rho > 0; \wedge \alpha < 0.05$

Ho: $\rho \leq 0; \wedge \alpha > 0.05$

Donde:

ρ = coeficiente de correlación

α = valor alfa o significancia

Hipótesis específicas:

Hi1: La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Hi2: La dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en

los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Hi3: La dimensión seguridad de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

2.2 Variables y su operacionalización

Variable 1: calidad del servicio

Variable 2: satisfacción de los usuarios

Operacionalización de variables

Variables	Definición	Tipo por su naturaleza	indicadores	Escala de medición	Categoría	Valores	Medio de verificación
Calidad de servicio	Es cuando hay conformidad de los atributos y cualidades de un servicio. En la que el desempeño percibido cumple las expectativas de los usuarios.(Lovelock, 2010).	Cualitativas	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles. • Capacidad de respuesta. • Seguridad. 	Ordinal	Muy mala calidad	1	Encuesta
					Mala calidad	2	
					Regular calidad	3	
					Buena calidad	4	
					Muy buena calidad	5	
Satisfacción de los usuarios	Es el grado que refleja el sentimiento emocional en los usuarios cuando el desempeño percibido de un servicio concuerda con las expectativas esperadas, y que influye mucho la voluntad y decisión de volver a repetir la experiencia del servicio. (Kotler, 2006).	Cualitativas	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento percibido • Expectativas 	Ordinal	Muy insatisfecho	1	Encuesta
					Insatisfecho	2	
					Regularmente satisfecho	3	
					Satisfecho	4	
					Muy satisfecho	5	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

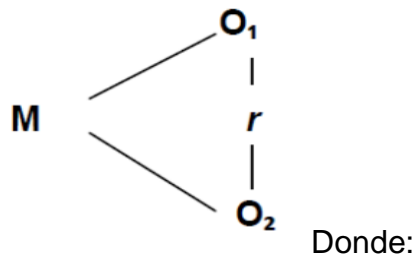
3.1. Tipo y diseño

Teniendo en cuenta el alcance o propósito de la investigación, el presente estudio es de carácter Cuantitativo – Descriptivo correlacional.

La investigación tiene diseño no experimental - transversal.

Se basa fundamentalmente en la observación del fenómeno tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio.

El esquema grafico de la investigación es:



Donde:

M = Muestra

O₁ = calidad del servicio

O₂ = satisfacción del usuario

r = Relación entre las variables.

3.2. Diseño muestral

Población:

El tamaño de la población con precisión se desconoce, aunque se observa

que es de una gran cantidad, por lo que para este estudio se asumirá que es "infinita".

Muestra

Al ser considerada como una población infinita, se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Z = 1.96 (correspondiente a un nivel de confianza de 95%)

p = 0.5

q = 0.5

e = 0.05 (margen de error)

Por lo que al reemplazar los valores se tiene que: n = 384

Es decir, en esta investigación se encuestarán a 384 usuarios de los cajeros automáticos de la entidad en estudio.

Muestreo:

El muestreo aplicado es el aleatorio simple, es decir, aquel en el que se elige al azar a los usuarios o clientes que constituyen la población hasta completar el tamaño de la muestra.

Criterios de inclusión:

Personas que hacen uso de los cajeros automáticos en la entidad en estudio y que tengan disposición a participar en esta investigación.

Criterios de exclusión:

Personas que hacen uso de los cajeros automáticos en la entidad en estudio pero que no quieran participar.

3.3. Procedimientos de recolección de datos

Primero, se pidió autorización a la dirección de la empresa, para realizar el estudio, de tal forma que brinden las facilidades para recabar los datos.

Segundo, se coordinó con jóvenes para que ayuden en la realización de las encuestas, brindándoles en primer lugar capacitación para una adecuada aplicación de las encuestas.

Tercero, se aplicó las encuestas a través de los jóvenes ayudantes, abordando de manera personal, *face to face*, a cada usuario de los cajeros automáticos de la entidad en estudio.

Cuarto, las encuestas recabadas fueron recopiladas, verificadas y a continuación “guardadas” adecuadamente.

Técnica e instrumento de investigación

La técnica de investigación usada fue la encuesta, la que tuvo como instrumento de investigación al cuestionario.

El instrumento a utilizar (anexo 2) se basa en el modelo SERVQUAL, presentado por Tinco, L. (2022), el mismo que ha sido “ajustado” para esta investigación por ser el fenómeno de estudio (uso de los cajeros automáticos) un servicio en la que no hay intervención “humana”, por lo que sólo se tomará

tres dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta y seguridad. Para la variable satisfacción del cliente se considera las dimensiones de expectativas y rendimiento percibido. Consta en total de ocho reactivos con opciones de respuesta en escala tipo Likert, en el siguiente sentido:

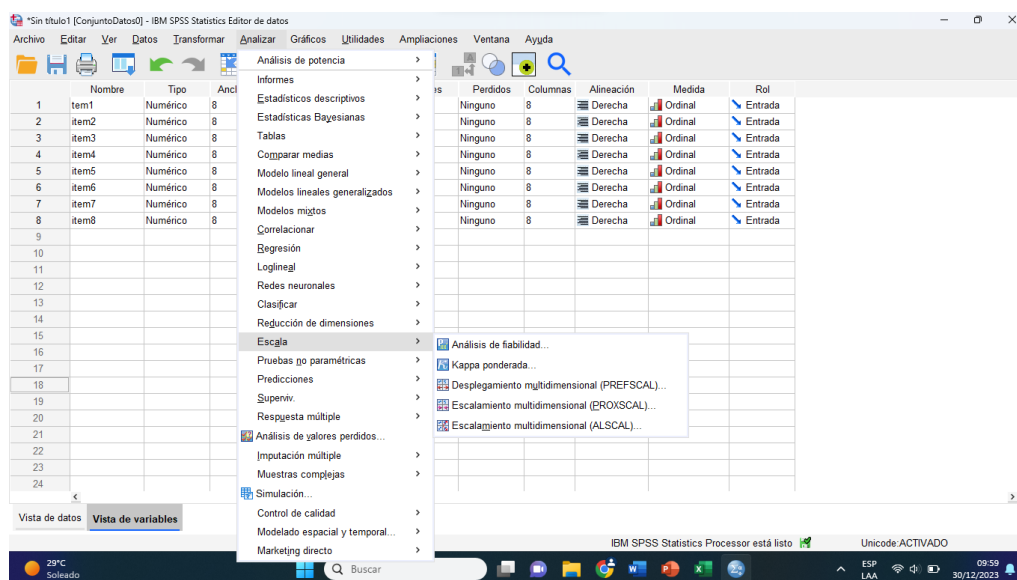
Tabla 1 Valores de las opciones de respuesta al cuestionario

Variables	opciones de respuesta	valor numérico
Calidad del Servicio	Muy mala	1
	Mala	2
	Regular	3
	Buena	4
	Muy buena	5
Satisfacción Del cliente	Muy insatisfecho	1
	Insatisfecho	2
	Regular	3
	Satisfecho	4
	Muy satisfecho	5

Fuente: elaborado por el investigador

Este instrumento ha probado su validez por sus autores, así como por juicio de experto del asesor de esta tesis; y, su confiabilidad se hizo en una encuesta inicial a quince (15) usuarios del servicio de la entidad en estudio, a través del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo procesamiento se muestra en la siguiente figura:

Figura 1 Procesamiento de confiabilidad de instrumento de investigación en SPSS



Fuente: operación en SPSS hecho por el investigador

El resultado de este procesamiento se muestra a continuación:

Tabla 2 Confiabilidad del instrumento de investigación

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	8

Fuente: operación en SPSS hecho por el investigador

En la tabla 2, se verifica que el alfa de Cronbach es 0.819, lo cual revela que el instrumento de investigación es altamente confiable.

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Recopiladas las encuestas, los datos obtenidos en ella fueron trasladados a una base de datos en Excel y SPSS, para luego desarrollar la estadística descriptiva e inferencial.

Para el procesamiento de los datos obtenidos y su debida categorización se acudió a la técnica de **sumatoria de valores de respuestas**, por cada variable, en el siguiente sentido:

Tabla 3 Valores para la categorización de los datos

Categorías	Valores	
	Intervalar	Ordinal
Calidad del servicio:		
Muy mala	menos de 10	1
Mala	de 10 a 14	2
Regular	de 15 a 19	3
Buena	de 20 a 25	4
Muy buena	más de 25	5
Satisfacción del usuario:		
Muy insatisfecho	menos de 3	1
Insatisfecho	de 3 a 4	2
Regular	de 5 a 6	3
Satisfecho	de 7 a 8	4
Muy satisfecho	más de 8	5

Fuente: Elaboración propia, el investigador

En la tabla 3 se aprecia que la amplitud del rango de las categorías para la variable calidad del servicio es de 6 puntos, el cual se determinó a través del siguiente procedimiento:

1° se obtuvo la amplitud entre los valores de las respuestas máximas y mínimas de la encuesta. Siendo la respuesta máxima posible 30 (6 respuestas por el valor máximo por respuesta, que es 5) y la respuesta mínima posible que es 6 (6 respuestas por el valor mínimo de respuesta, que es 1), la amplitud entre ellas es 24 ($30 - 6$).

2° se determinó que el número de categorías (de acuerdo al cuadro de operacionalización de variables) es 5.

3° se determinó la amplitud o rango para cada categoría, dividiendo la amplitud hallada en el paso 1° entre el número de categorías, es decir: $24/5 = 4.8$, el mismo que, atendiendo a la norma estadística de redondeo y para más sencillo procesamiento se redondea a cinco (5).

Para el caso de la variable satisfacción del usuario, la amplitud del rango se determinó a través del siguiente procedimiento:

1° se obtuvo la amplitud entre los valores de las respuestas máximas y mínimas de la encuesta. Siendo la respuesta máxima posible 10 (2 respuestas por el valor máximo por respuesta, que es 5) y la respuesta mínima posible que es 2 (2 respuestas por el valor mínimo de respuesta, que es 1), la amplitud entre ellas es 8 ($10 - 2 = 8$).

2° se determinó que el número de categorías (de acuerdo al cuadro de operacionalización de variables) es 5.

3° se determinó la amplitud o rango para cada categoría, dividiendo la amplitud hallada en el paso 1° entre el número de categorías, es decir: $8/5 = 1.6$, el mismo que, atendiendo a la norma estadística de redondeo y más sencillo procesamiento se redondea a dos (2).

Para probar la hipótesis, primero, definimos el tipo de curva que describe la distribución de los datos:

Tabla 4 Prueba de normalidad de los datos de las variables en estudio

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
CALIDAD DEL SERVICIO	,114	384	,000
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	,204	384	,000

Fuente: hecha por el investigador

De la tabla 4 se infiere que al ser el valor del Sig. (nivel de significancia) para las dos variables en estudio, es menor a 0.05 (que es el nivel de confianza del presente estudio), por lo que la distribución de datos de estas variables, no es normal, en este sentido, la prueba estadística pertinente a usar para la prueba de hipótesis, considerando que la hipótesis es de tipo correlacional, es el coeficiente de Spearman (Rho de Spearman).

3.5. Aspectos éticos

Se respetó la contribución de autores ya sean conceptos, ideas u otras formas de base intelectual, para lo cual se acudió a citas textuales o con paráfrasis y contemplado la referencia al final del documento, de acuerdo a los protocolos de las normas APA.

Asimismo, se mantiene absoluta confidencialidad de la información acopiada y se han comunicado los resultados con objetividad y fidelidad.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Prueba de hipótesis general:

Redacción sustantiva:

Hi: Existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Ho: No existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Redacción estadística:

Hi: $\rho > 0; \wedge \alpha < 0.05$

Ho: $\rho \leq 0; \wedge \alpha > 0.05$

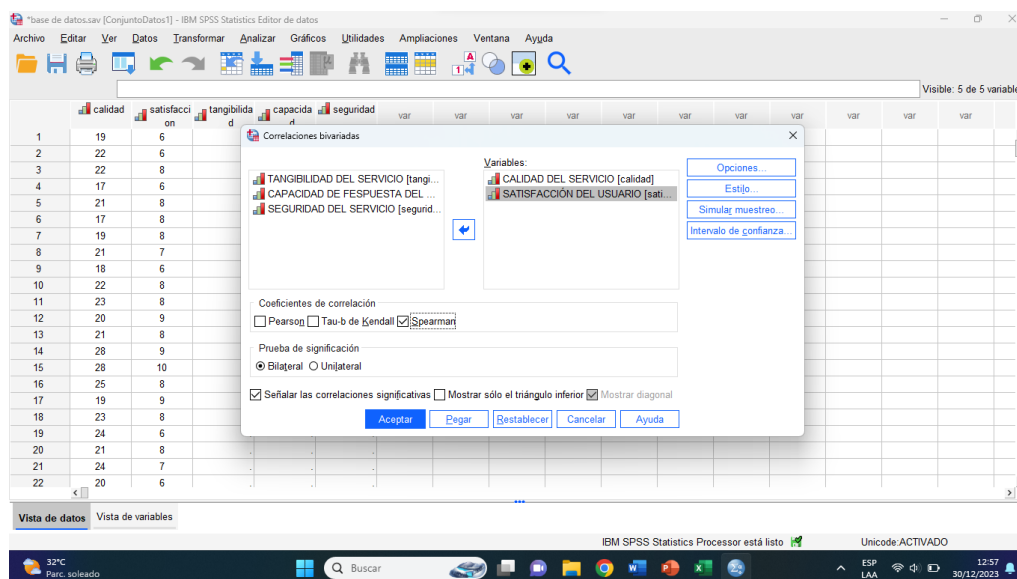
Donde:

ρ = coeficiente de correlación

α = nivel de significancia de la prueba

Para probar acudimos al SPSS, como se observa en la siguiente figura:

Figura 2 Procesamiento de datos en SPSS para probar la hipótesis general



Fuente: hecha en SPSS por el investigador

Tabla 5 Prueba de hipótesis general

			CALIDAD DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de	CALIDAD DEL	Coeficiente de correlación	1,000	,042
Spearm	SERVICIO	Sig. (bilateral)	.	,410
		N	384	384
	SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	,042	1,000
	DEL USUARIO	Sig. (bilateral)	,410	.
		N	384	384

De la tabla 5 se concluye que hay una correlación positiva (mayor a cero) entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, pero que ésta es de un nivel bien bajo (0.042), con lo que queda probada la hipótesis general.

Teniendo en cuenta que el coeficiente o índice de correlación oscila entre -1 y 1, y que de acercarse o ser -1, significa total correlación negativa, en tanto que de ser 1, representa absoluta correlación positiva, y, que, de acercarse a cero (como es en el presentado estudio) significa mínima correlación; por lo

que se puede afirmar que, a mayor percepción de la calidad del servicio, mayor es la satisfacción del usuario, aunque en este caso, tal relación es mínima.

Con respecto a la significancia de este resultado la información de la tabla revela que esta es “no significativa” (0.410), ya que este valor es superior al nivel de significancia de la investigación, que es de 0.05 ($0.410 > 0.05$), por lo que se puede afirmar que estos resultados, no son significativos desde el punto de vista estadístico.

Prueba de hipótesis específicas

A continuación, desarrollamos las pruebas de las tres hipótesis específicas, utilizando el programa SPSS v.27.

Hipótesis específica 1:

Hi1: La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

H01: La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio NO se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Tabla 6 Prueba de hipótesis específica 1

		TANGIBILIDAD DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	TANGIBILIDAD DEL SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	384
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	-,069
		Sig. (bilateral)	,179
		N	384

Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

En base a la tabla 6, se concluye que entre la dimensión tangibilidad de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, existe una relación negativa (-0.069) de nivel muy bajo (cerca al cero); por lo que esta hipótesis no queda probada.

Este resultado muy cercano al cero, permite afirmar también que la dimensión tangibilidad del servicio de la calidad, es casi neutra con la satisfacción del usuario, es decir, no incide significativamente en el incremento o disminución de la percepción de satisfacción de los usuarios.

Hipótesis específica 2:

Hi2: La dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

H02: La dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio NO se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Tabla 7 Prueba de hipótesis específica 2

		CAPACIDAD DE RESPUESTA	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Rho de Spearman	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Coeficiente de correlación	1,000	,006
		Sig. (bilateral)	.	,986
		N	384	384
Spearman	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coeficiente de correlación	,006	1,000
		Sig. (bilateral)	,986	.
		N	384	384

Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

En base a la tabla 7, se concluye que entre la dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, existe una relación positiva (0.006) de nivel muy bajo (cerca al cero); por lo que esta hipótesis si queda probada.

Este resultado muy cercano al cero, permite afirmar también que la dimensión capacidad de respuesta de la calidad, es casi neutra con la satisfacción del usuario, es decir, no incide en el incremento o disminución significativa de la percepción de satisfacción de los usuarios.

Hipótesis específica 3:

Hi3: La dimensión seguridad de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

H03: La dimensión seguridad de la calidad del servicio NO se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.

Tabla 8 Prueba de hipótesis específica 3

		SEGURIDAD	SATISFACCIÓN DEL USUARIO
Rho de Spearman	SEGURIDAD	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	384
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	-,092
		Sig. (bilateral)	,073
		N	384

Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

En base a la tabla 8, se concluye que entre la dimensión seguridad de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, existe una relación negativa (-0.092) de nivel muy bajo (cercano al cero); por lo que esta hipótesis no queda probada.

Este resultado muy cercano al cero, permite afirmar también que la dimensión seguridad de la calidad, es casi neutra con la satisfacción del usuario, es decir, no incide en el incremento o disminución significativa de la percepción de satisfacción de los usuarios.

Estadística descriptiva

Tabla 9 Estadística descriptiva de la calidad del servicio

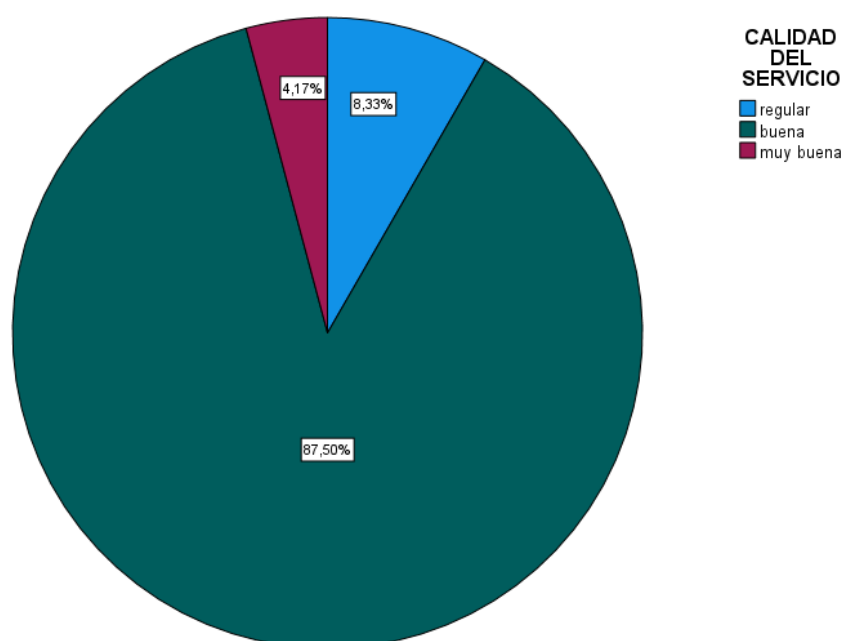
	N	Mínimo	Máximo	Media
CALIDAD DEL SERVICIO	384	17	28	22,35
N válido (por lista)	384			

Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

En la tabla 9 se constata que dentro de un intervalo de valores de respuestas sobre la variable calidad del servicio, que tiene como máximo 30 y un mínimo

de 6, el mínimo de la investigación es 17 (regular calidad) y el máximo es 28 (muy buena calidad), lo que puede interpretarse como que ningún investigado ha respondido a esta variable como muy mala o mala calidad; siendo la media de 22,35 (buena calidad).

Figura 3 Estadística descriptiva en porcentaje de la calidad del servicio



Fuente: elaborado por el investigador

De la figura 3 se deduce que la gran mayoría cataloga la calidad del servicio como buena, casi 9 de cada 10 encuestados (87.5%), así lo establecen. Este es un resultado muy positivo para la entidad en estudio.

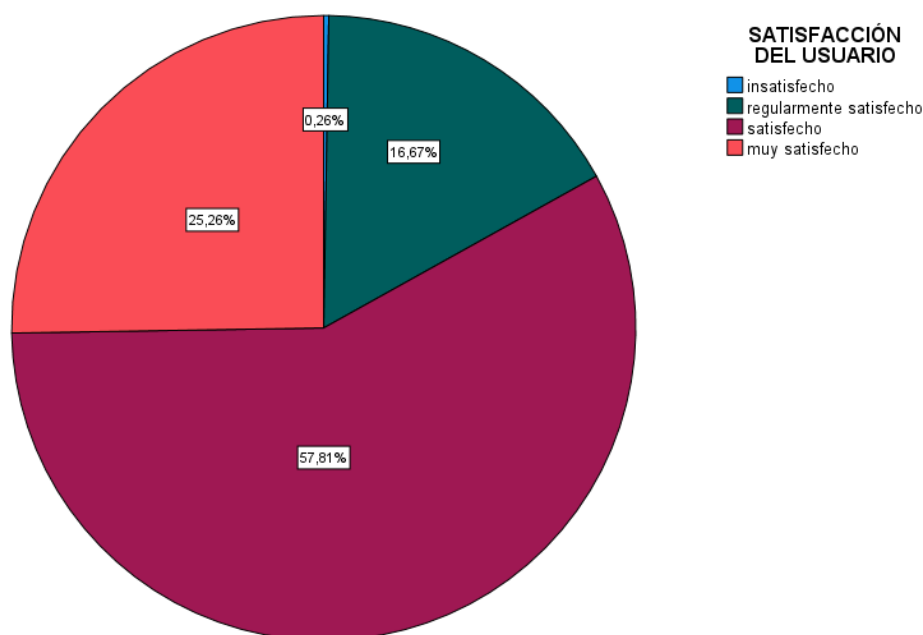
Tabla 10 Estadística descriptiva de satisfacción del usuario

	N	Mínimo	Máximo	Media
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	384	4	10	7,68
N válido (por lista)	384			

Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

En la tabla 10 se constata que dentro de un intervalo de valores de respuestas sobre la variable satisfacción del usuario, que tiene como máximo 10 y un mínimo de 2, el mínimo de la investigación es 4 (insatisfecho) y el máximo es 10 (muy satisfecho), lo que puede interpretarse como que ningún investigado ha respondido a esta variable como muy insatisfecho; siendo la media de 7,68 (satisfecho), valor que se aproxima al 8, que es el límite con la siguiente categoría de muy satisfecho (9 y 10), por lo que se puede afirmar que, a grandes rasgos, hay una buena satisfacción de los usuarios en la entidad en estudio.

Figura 4 Estadística descriptiva en porcentaje de satisfacción del usuario

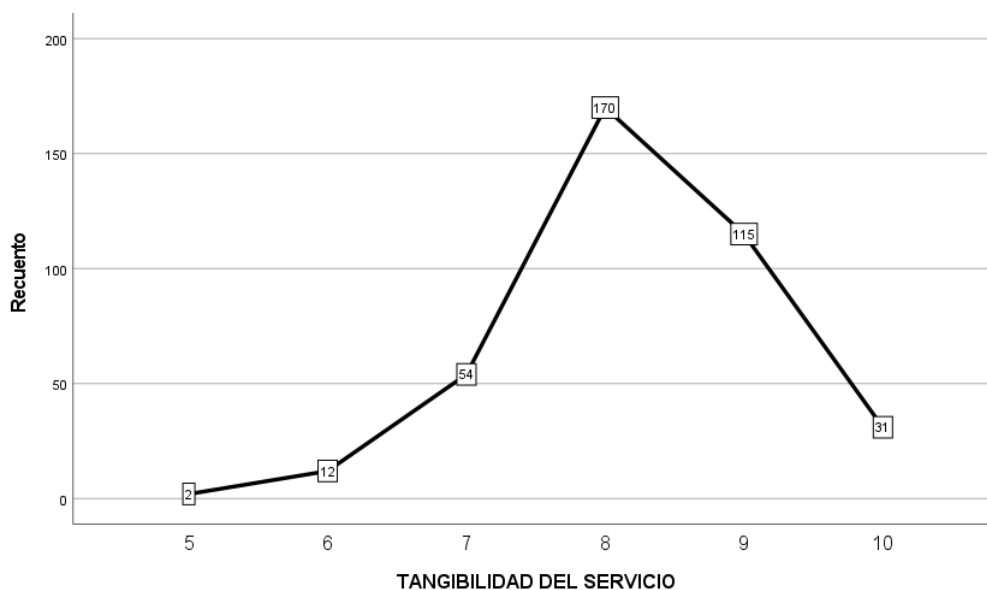


Fuente: elaboración en base a SPSS, por el investigador

De la figura 4 se concluye que la percepción mayoritaria sobre la satisfacción del servicio recibido por los usuarios es de satisfecho con casi 60% (57.81%), con lo que se puede afirmar que de cada 10, 6 usuarios están satisfechos y

casi 3 de cada 10 están muy satisfechos con el servicio ofrecido por la entidad en estudio. Solo un investigado (0.26%) responde como insatisfecho. Resultados estos, que son muy positivos para la entidad en estudio.

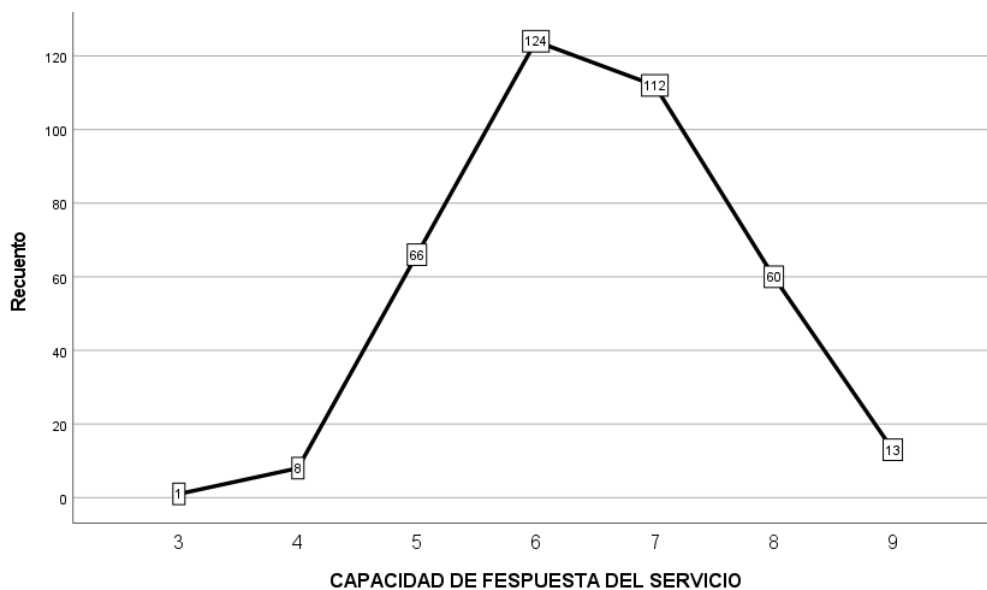
Figura 5 Recuento de respuestas sobre dimensión tangibilidad del servicio



Fuente: elaborado por el investigador

En la figura 5 se aprecia con respecto a la dimensión de tangibilidad del servicio que de los 384 encuestados, 170 respondieron con un valor de 8, seguido de 115 que respondieron con un valor de 9, constituyendo ambos el 74.21%, es decir, tres de cada 4 investigados, respondieron que la tangibilidad es buena; teniendo en cuenta que el máximo posible de respuesta es 10 y el mínimo es 2.

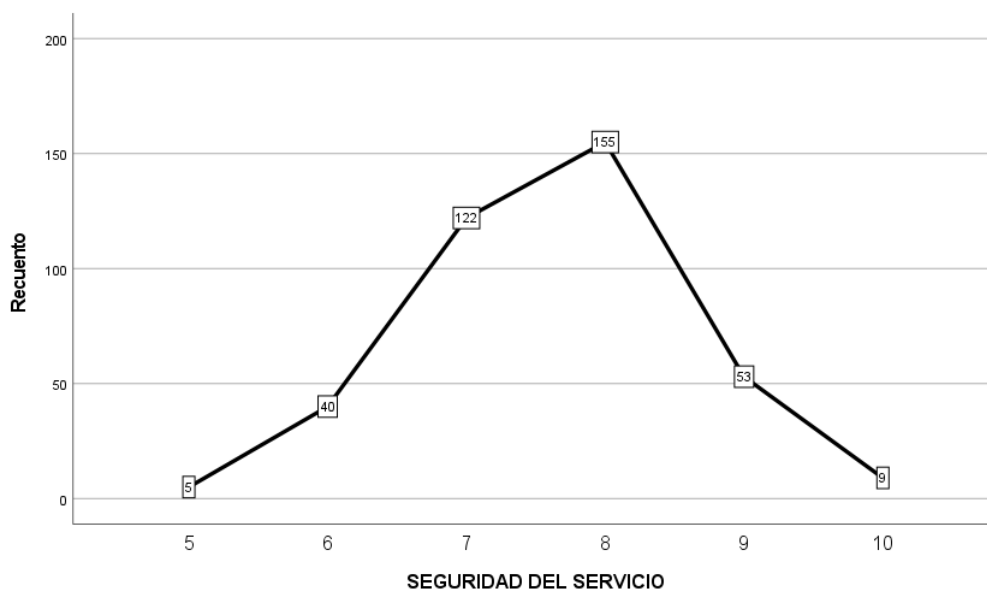
Figura 6 Recuento de respuestas sobre dimensión capacidad de respuesta



Fuente: elaborado por el investigador

En la figura 6 se constata con respecto a la dimensión capacidad de respuesta que de los 384 encuestados, 124 respondieron con un valor de 6, seguido de 112 que respondieron con un valor de 7, constituyendo ambos el 61.46%, es decir, seis cada 10 investigados, respondieron que capacidad de respuesta es entre regular y buena; teniendo en cuenta que el máximo posible de respuesta es 10 y el mínimo es 2.

Figura 7 Recuento de respuestas sobre dimensión seguridad



Fuente: elaborado por el investigador

En la figura 7 se constata con respecto a la dimensión seguridad que de los 384 encuestados, 122 respondieron con un valor de 7, seguido de 155 que respondieron con un valor de 8, constituyendo ambos el 72.13%, es decir, siete cada 10 investigados, respondieron que capacidad de respuesta es buena; teniendo en cuenta que el máximo posible de respuesta es 10 y el mínimo es 2.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Las conclusiones de los trabajos que sirven de antecedentes al presente estudio, tienen, en general, coherencia con los hallazgos de esta investigación. Por ejemplo, en el hecho de que el método para realizar estos estudios que buscan establecer qué tipo de relación se dan entre variables de calidad de servicio o atención y la satisfacción de los usuarios o clientes, son de enfoque cuantitativo, no experimentales, transversales y aplicados; así como que, utilizan la técnica de la encuesta y como instrumento los cuestionarios estructurados al estilo Likert.

De otro lado, en todos ellos los resultados evidencian que existe una asociación entre la percepción de un buen servicio y la satisfacción de sus usuarios o clientes, es decir, que se puede incrementar la satisfacción de los usuarios, mejorando la calidad del servicio, siendo esto importante para la gestión de las empresas bancarias para mejorar su posicionamiento y competitividad.

Resalta también el hecho de que la implementación de la red de cajeros automáticos es reconocido y valorado por los usuarios bancarios, pues descongestiona el uso de las clásicas ventanillas, lo que redundaría en una optimización del uso del tiempo por parte de los usuarios.

En el estudio de Álvarez y Rivero (2019) se acota un dato interesante y relacionado: que la satisfacción de los usuarios está también relacionada a la satisfacción del personal de atención a los clientes, pudiendo por tanto

afirmarse que, para mejorar la satisfacción de los clientes externos, es menester mejorar la satisfacción de los clientes internos (colaboradores de la empresa).

De otro lado, en el estudio de Valdivia (2019), se concluye que los investigados, clientes del banco BCP, se muestran favorables a la implementación de diferentes canales alternativos de atención, tales como la banca móvil y los cajeros automáticos, acorde con los tiempos actuales, en los que la tecnología permite su uso intensivo y seguro.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Las conclusiones relevantes de esta pesquisa son las siguientes:

Entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la entidad en estudio se describe una relación positiva, aunque de muy baja intensidad (Rho de Spearman = 0.042 y p-valor = 0.410).

La dimensión de tangibilidad de la calidad del servicio muestra una relación casi nula o neutra con la satisfacción de los usuarios (Rho de Spearman = -0.069 y p-valor = 0.179).

La dimensión de capacidad de respuesta de la calidad del servicio muestra una relación casi nula o neutra con la satisfacción de los usuarios (Rho de Spearman = 0.006 y p-valor = 0.986).

La dimensión de seguridad de la calidad del servicio muestra una relación casi nula o neutra con la satisfacción de los usuarios (Rho de Spearman = -0.092 y p-valor = 0.073).

Los usuarios de los cajeros automáticos de la agencia en estudio manifiestan que la calidad del servicio recibido es buena (87.50%) y muy buena (4.17%).

Los usuarios de los cajeros automáticos de la agencia en estudio manifiestan estar satisfechos (57.81%) y muy satisfechos (25.26%), con el servicio brindado.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

A los administradores de la agencia en estudio:

Mejorar la calidad del servicio brindado en el enfoque de mejora continua, pues, aunque los hallazgos a este respecto son positivos para la empresa, siempre hay oportunidades de mejora, lo que redundará en un incremento de la satisfacción de los usuarios. Estas mejoras deben estar enfocadas en las dimensiones de tangibilidad y seguridad, dimensiones en las que el coeficiente de correlación sale incluso negativo.

En la dimensión de tangibilidad pueden hacerse mejoras en las instalaciones de los ambientes de los cajeros automáticos (mayor ventilación y mejor iluminación) así como en los equipos mismos (cajeros automáticos), mejorando y simplificando su interfase con el cliente. En la dimensión seguridad, se debe mejorar el software de los mismos cajeros automáticos para evitar que se traben y retengan las tarjetas bancarias, a través de, por ejemplo, la aplicación de un plan de mantenimiento preventivo. Así como, gestionando la presencia de más efectivos de seguridad (privado y/o policías) a inmediaciones, que desalienten la presencia de delincuentes que suelen pulular a inmediaciones de estos ambientes.

En la dimensión de capacidad de respuesta, se puede disponer personal a la entrada de los cajeros automáticos, debidamente entrenados, para que absuelvan de modo oportuno y solvente, las dudas o necesidades en la interacción con los cajeros automáticos, que tienen los usuarios.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Álvares, J., & Rivero, L. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire del 2019*. Arequipa: Universidad Tecnológica del Perú.
- Antevenio, S. (2022). *Marketing en las organizaciones*. Barranquilla: ESEC.
- Aredo, R. (2018). *Flujo de las finanzas*. Lima: Odisea edic.
- Blanco, A. (2017). *Gestión de entidades financieras*. Bilbao: ESIC.
- Chiavenato, I. (2002). *Comportamiento Organizacional*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Cronin, J. (1994). *Competencia en las organizaciones*. Londres: Editores Green.
- Crosby, P. (1984). *Calidad sin lágrimas: el arte de administrar sin problemas*. Moterrey: Cecsa.
- Gonzáles, J. (2014). *El poder de la calidad y el servicio*. Madrid: Busines Editores .
- Kotler, P. (2006). *Fundamentos de marketing*. Washington D.C.: Pearson Editores.
- Lovelock, C. (2010). *Administracion de servicios: Estrategias para la creacion de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. New York : Addison-Wesley.
- Ocampo, J. (2021). *Banca y encomía*. Bogotá: Regar ediciones.
- SBS. (2018). *Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera en el Perú*. Lima: Biblioteca nacional.
- Serrata, A. (2020). *Tesis: Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios por la Funcionalidad en la Red Cajeros Automáticos. Caso: Banco Popular Año 2011*. República Dominicana: Universidad APEC.

Tinco, L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares de distribución de gas a domicilio. Caso: Distribuidora de gas Lidia.*

Periodo 2019-2020. Tesis para optar el grado de magíster en administración.

UNMSM: Lima. Tomado de

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/17783>

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del banco de la nación, san juan bautista - 2023	Problema general ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023?	Objetivo general Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.	Hipótesis general Existe relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.	Enfoque del estudio: Cuantitativo Tipo de estudio: Aplicado Nivel del estudio: descriptivo correlacional Diseño de estudio: No experimental de corte transversal	Población: Se considera infinita. Muestra: Fórmula para poblaciones infinitas $n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$ n = 384 Muestreo: Probabilístico (MAS: muestreo aleatorio simple).	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	Problemas específicos ¿Cómo se relaciona la dimensión tangibilidad de la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023?	Objetivos específicos Determinar la relación de la dimensión tangibilidad de la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.	Hipótesis específicas La dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.			
	¿Cómo se relaciona la dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco	Determinar la relación de la dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio con la satisfacción de los	La dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros			

	<p>de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023?</p> <p>¿Cómo se relaciona la dimensión seguridad de la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023?</p>	<p>usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.</p> <p>Determinar la relación de la dimensión seguridad de la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.</p>	<p>automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.</p> <p>La dimensión seguridad de la calidad del servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los usuarios en los cajeros automáticos del Banco de la Nación - Agencia San Juan Bautista 2023.</p>		<p>Excel y SPSS a través de estadística descriptiva e inferencial</p>	
--	---	--	---	--	---	--

2. Instrumento de recolección de datos

Objetivo: la presente encuesta tiene por finalidad conocer su grado de satisfacción con el servicio que presta el banco de la nación, en sus cajeros automáticos. Su respuesta sincera ayudará a realizar mejoras en este servicio.

Instrucciones: a continuación, se plantean varias preguntas, y se presenta cinco opciones de respuesta. Lea con detenimiento y responda todas las preguntas marcando una "X" en una de las cinco alternativas de respuesta, de acuerdo con su experiencia como usuario del cajero automático del banco. No hay respuesta buena o mala, la encuesta es totalmente anónima.

Calidad del servicio: ¿Cómo califica la calidad brindada en?

	<i>Afirmaciones a calificar</i>	Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
D1	ELEMENTOS TANGIBLES					
1	Las instalaciones físicas del área de cajeros automáticos					
2	La facilidad de uso del cajero automático					
D2	CADACIDAD DE RESPUESTA					
3	La rapidez al operar o usar el cajero automático					
4	La reacción del personal del banco ante algún problema durante el uso del cajero automático					
D3	SEGURIDAD					
5	La seguridad que ofrece la zona de los cajeros automáticos					
6	La labor de los agentes (policías o privados) de seguridad					

Satisfacción del cliente

	<i>Preguntas a responder</i>	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Regular	Satisfecho	Muy satisfecho
D1	EXPECTATIVAS					
7	¿Qué tan satisfecho te sientes en relación a otras experiencias con cajeros automáticos?					
D2	RENDIMIENTO PERCIBIDO					
8	¿Qué tan satisfecho te sientes con la operación que realizaste con el cajero automático en esta ocasión?					

Gracias por su participación

3. Consentimiento informado

Yo, acepto participar voluntariamente en el estudio: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS DEL BANCO DE LA NACIÓN - AGENCIA SAN JUAN BAUTISTA 2023.

Declaro que he leído (o se me ha leído) y (he) comprendido las condiciones de mi participación en este estudio. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas. No tengo dudas al respecto.

Firma Participante

Firma Investigador/a

Lugar y Fecha:

4. Estadística complementaria (base de datos de la investigación)

Encuestado	VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO								VARIABLE: SATISFACCION DEL USUARIO				
	DIMENSION 1			DIMENSION 2			DIMENSION 3		SUMA TOTAL	EX	RP	SUMA TOTAL	
	1	2	suma	3	4	suma	5	6		suma	7		8
1	3	3	6	2	3	5	4	4	8	19	3	3	6
2	4	4	8	3	3	6	4	4	8	22	3	3	6
3	4	4	8	3	3	6	4	4	8	22	4	4	8
4	2	3	5	2	2	4	4	4	8	17	3	3	6
5	3	3	6	4	3	7	4	4	8	21	4	4	8
6	3	3	6	4	1	5	3	3	6	17	4	4	8
7	4	4	8	4	1	5	3	3	6	19	4	4	8
8	4	4	8	3	2	5	4	4	8	21	3	4	7
9	4	3	7	3	2	5	3	3	6	18	3	3	6
10	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	4	8
11	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	4	4	8
12	4	5	9	1	2	3	4	4	8	20	4	5	9
13	3	3	6	4	1	5	5	5	10	21	4	4	8
14	5	4	9	5	4	9	5	5	10	28	4	5	9
15	5	5	10	4	4	8	5	5	10	28	5	5	10
16	5	5	10	4	3	7	4	4	8	25	4	4	8
17	3	3	6	4	3	7	3	3	6	19	4	5	9
18	4	4	8	5	4	9	3	3	6	23	4	4	8
19	4	4	8	5	3	8	4	4	8	24	3	3	6
20	4	3	7	4	2	6	4	4	8	21	4	4	8
21	4	5	9	5	2	7	4	4	8	24	3	4	7
22	2	3	5	3	4	7	4	4	8	20	3	3	6
23	5	5	10	5	4	9	3	4	7	26	3	4	7
24	4	3	7	4	3	7	4	3	7	21	4	4	8
25	4	3	7	4	4	8	4	4	8	23	5	5	10
26	4	3	7	5	4	9	3	4	7	23	4	4	8
27	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	4	5	9
28	3	4	7	3	2	5	3	3	6	18	4	4	8
29	4	4	8	3	3	6	3	4	7	21	4	3	7
30	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	3	4	7
31	3	3	6	3	3	6	4	4	8	20	3	3	6
32	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	5	5	10
33	4	3	7	2	2	4	3	3	6	17	3	4	7
34	3	4	7	4	1	5	4	3	7	19	3	3	6
35	4	4	8	5	2	7	3	3	6	21	3	2	5
36	4	3	7	4	2	6	4	4	8	21	4	4	8

37	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	4	5	9
38	3	4	7	3	2	5	4	4	8	20	5	5	10
39	4	5	9	4	3	7	4	3	7	23	3	3	6
40	4	4	8	4	4	8	5	5	10	26	4	4	8
41	4	3	7	4	4	8	4	4	8	23	4	4	8
42	3	4	7	3	2	5	4	4	8	20	3	3	6
43	4	4	8	4	3	7	3	2	5	20	4	4	8
44	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	5	4	9
45	3	4	7	4	3	7	3	2	5	19	4	4	8
46	4	4	8	4	2	6	3	3	6	20	5	5	10
47	3	4	7	4	3	7	4	3	7	21	4	4	8
48	4	5	9	4	3	7	3	3	6	22	5	5	10
49	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	4	4	8
50	4	5	9	3	3	6	4	3	7	22	4	4	8
51	3	5	8	4	3	7	4	4	8	23	4	4	8
52	4	4	8	3	2	5	4	3	7	20	5	4	9
53	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	4	4	8
54	5	5	10	3	2	5	4	4	8	23	5	4	9
55	3	4	7	5	3	8	4	4	8	23	5	5	10
56	4	3	7	5	3	8	4	4	8	23	4	4	8
57	5	4	9	3	2	5	4	3	7	21	5	4	9
58	4	4	8	3	2	5	3	4	7	20	4	4	8
59	4	4	8	2	3	5	3	4	7	20	4	4	8
60	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	5	4	9
61	3	5	8	5	1	6	4	4	8	22	4	5	9
62	4	5	9	5	2	7	4	4	8	24	4	4	8
63	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	5	4	9
64	3	3	6	4	2	6	3	4	7	19	5	4	9
65	3	3	6	4	1	5	3	4	7	18	4	4	8
66	3	3	6	5	1	6	4	4	8	20	4	4	8
67	3	3	6	5	1	6	4	3	7	19	4	4	8
68	4	4	8	3	3	6	4	2	6	20	4	4	8
69	4	3	7	5	3	8	3	4	7	22	3	4	7
70	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	4	8
71	3	5	8	4	2	6	4	4	8	22	4	4	8
72	4	5	9	4	1	5	4	4	8	22	5	4	9
73	5	4	9	4	1	5	3	3	6	20	5	4	9
74	4	4	8	4	2	6	4	2	6	20	4	5	9
75	4	5	9	4	2	6	4	3	7	22	3	4	7
76	4	4	8	3	2	5	4	3	7	20	4	4	8
77	4	5	9	4	2	6	3	4	7	22	5	4	9
78	4	4	8	3	1	4	3	3	6	18	3	4	7
79	4	4	8	4	2	6	4	2	6	20	5	4	9
80	3	4	7	4	2	6	4	4	8	21	5	4	9
81	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	3	4	7

82	5	3	8	5	3	8	3	4	7	23	4	4	8
83	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	4	5	9
84	4	4	8	3	3	6	2	3	5	19	4	5	9
85	4	3	7	5	3	8	3	4	7	22	4	5	9
86	4	4	8	4	2	6	3	3	6	20	4	5	9
87	4	3	7	4	3	7	3	4	7	21	4	5	9
88	3	4	7	4	3	7	4	3	7	21	4	3	7
89	3	3	6	4	3	7	4	4	8	21	4	4	8
90	3	4	7	3	3	6	4	4	8	21	5	4	9
91	5	4	9	3	3	6	3	4	7	22	4	4	8
92	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	4	4	8
93	4	4	8	4	1	5	4	3	7	20	3	4	7
94	4	3	7	4	1	5	3	4	7	19	4	4	8
95	4	3	7	4	1	5	4	3	7	19	5	3	8
96	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	5	9
97	4	3	7	5	2	7	4	3	7	21	5	5	10
98	3	4	7	5	1	6	4	4	8	21	4	5	9
99	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	5	9
100	4	4	8	4	1	5	3	4	7	20	4	5	9
101	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	3	7
102	3	4	7	5	1	6	4	3	7	20	4	4	8
103	4	3	7	4	1	5	3	4	7	19	3	4	7
104	4	3	7	4	2	6	4	4	8	21	4	3	7
105	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	5	4	9
106	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	4	3	7
107	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	4	5	9
108	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	4	4	8
109	3	4	7	5	4	9	3	4	7	23	4	3	7
110	3	4	7	4	2	6	4	3	7	20	4	4	8
111	4	4	8	5	4	9	4	4	8	25	4	3	7
112	4	4	8	5	3	8	3	3	6	22	4	5	9
113	4	4	8	5	3	8	4	4	8	24	4	5	9
114	3	4	7	4	2	6	3	3	6	19	3	4	7
115	4	4	8	3	3	6	4	3	7	21	4	3	7
116	4	4	8	3	2	5	4	3	7	20	5	4	9
117	4	5	9	4	3	7	4	4	8	24	5	4	9
118	4	4	8	5	2	7	3	4	7	22	4	4	8
119	5	3	8	4	4	8	4	4	8	24	5	5	10
120	5	3	8	5	2	7	4	4	8	23	5	5	10
121	5	4	9	4	3	7	4	3	7	23	4	5	9
122	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	5	9
123	4	5	9	3	2	5	4	3	7	21	4	5	9
124	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	5	5	10
125	3	5	8	3	2	5	3	3	6	19	4	5	9
126	4	5	9	4	2	6	4	4	8	23	4	4	8

127	4	3	7	3	2	5	3	4	7	19	4	3	7
128	4	5	9	5	2	7	4	3	7	23	4	4	8
129	4	5	9	5	3	8	4	4	8	25	4	3	7
130	3	4	7	4	2	6	4	4	8	21	4	4	8
131	4	4	8	4	1	5	3	3	6	19	5	4	9
132	4	4	8	3	2	5	4	4	8	21	4	3	7
133	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	4	8
134	4	4	8	4	4	8	3	4	7	23	4	4	8
135	4	4	8	3	2	5	4	4	8	21	4	4	8
136	5	3	8	4	2	6	4	4	8	22	3	4	7
137	4	5	9	3	1	4	4	4	8	21	4	4	8
138	4	5	9	5	3	8	4	4	8	25	4	5	9
139	4	4	8	4	1	5	3	3	6	19	5	4	9
140	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	5	4	9
141	5	4	9	3	3	6	4	2	6	21	5	4	9
142	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	4	4	8
143	4	3	7	4	2	6	4	2	6	19	4	4	8
144	4	4	8	5	1	6	3	3	6	20	4	5	9
145	4	5	9	4	3	7	4	2	6	22	3	4	7
146	4	5	9	4	2	6	4	4	8	23	4	4	8
147	4	4	8	5	3	8	4	4	8	24	4	4	8
148	3	4	7	4	3	7	4	4	8	22	4	5	9
149	3	4	7	3	3	6	3	4	7	20	4	5	9
150	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	3	5	8
151	3	5	8	4	4	8	3	4	7	23	4	4	8
152	5	5	10	5	4	9	4	4	8	27	4	5	9
153	4	4	8	4	3	7	3	3	6	21	5	5	10
154	4	3	7	4	2	6	4	3	7	20	4	4	8
155	3	4	7	4	3	7	4	4	8	22	3	5	8
156	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	4	8
157	3	3	6	4	3	7	3	3	6	19	4	5	9
158	4	4	8	3	4	7	4	4	8	23	3	5	8
159	4	5	9	4	3	7	4	2	6	22	4	4	8
160	4	5	9	4	4	8	4	4	8	25	4	4	8
161	4	4	8	3	2	5	2	4	6	19	3	3	6
162	4	4	8	4	3	7	3	3	6	21	4	4	8
163	4	3	7	4	2	6	4	4	8	21	2	3	5
164	5	4	9	3	1	4	2	4	6	19	4	4	8
165	4	5	9	4	2	6	3	5	8	23	2	4	6
166	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	4	8
167	5	4	9	5	3	8	4	3	7	24	3	2	5
168	4	4	8	4	4	8	3	5	8	24	3	2	5
169	4	4	8	5	3	8	3	4	7	23	2	4	6
170	5	5	10	5	4	9	4	4	8	27	3	4	7
171	4	4	8	4	4	8	4	4	8	24	4	3	7

172	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	3	3	6
173	5	4	9	5	3	8	4	4	8	25	2	4	6
174	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	3	7
175	4	4	8	5	2	7	4	5	9	24	3	4	7
176	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	3	3	6
177	5	4	9	5	2	7	4	3	7	23	4	4	8
178	4	5	9	4	2	6	3	3	6	21	4	3	7
179	4	5	9	5	2	7	4	4	8	24	3	3	6
180	4	5	9	5	2	7	3	4	7	23	2	4	6
181	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	3	3	6
182	5	4	9	5	2	7	4	3	7	23	2	2	4
183	5	4	9	4	3	7	3	4	7	23	2	4	6
184	4	4	8	5	2	7	3	4	7	22	4	5	9
185	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	3	3	6
186	5	4	9	5	3	8	3	3	6	23	2	4	6
187	4	4	8	4	1	5	4	5	9	22	4	3	7
188	5	5	10	4	2	6	3	5	8	24	4	3	7
189	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	3	4	7
190	4	5	9	4	4	8	4	4	8	25	4	3	7
191	5	4	9	5	4	9	3	4	7	25	3	4	7
192	4	5	9	4	3	7	3	3	6	22	4	5	9
193	5	5	10	5	3	8	4	4	8	26	2	4	6
194	5	4	9	5	3	8	4	3	7	24	2	4	6
195	5	4	9	4	4	8	2	3	5	22	2	4	6
196	4	4	8	4	4	8	3	4	7	23	3	3	6
197	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	3	4	7
198	5	4	9	5	2	7	2	5	7	23	4	5	9
199	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	3	7
200	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	3	4	7
201	5	4	9	5	3	8	5	5	10	27	4	3	7
202	5	4	9	4	3	7	4	4	8	24	3	4	7
203	4	4	8	3	2	5	3	5	8	21	4	4	8
204	4	5	9	4	3	7	4	4	8	24	4	3	7
205	4	4	8	4	2	6	3	5	8	22	3	4	7
206	5	4	9	4	2	6	3	4	7	22	3	3	6
207	5	4	9	4	1	5	2	5	7	21	4	4	8
208	4	5	9	3	3	6	4	4	8	23	3	3	6
209	5	4	9	5	4	9	5	5	10	28	4	4	8
210	5	4	9	5	3	8	4	4	8	25	3	4	7
211	4	4	8	4	2	6	3	3	6	20	2	3	5
212	5	5	10	4	2	6	4	4	8	24	3	4	7
213	4	4	8	3	2	5	3	5	8	21	4	4	8
214	4	4	8	4	2	6	2	5	7	21	2	5	7
215	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	3	2	5
216	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	3	7

217	5	5	10	4	3	7	4	4	8	25	3	4	7
218	4	5	9	4	4	8	3	5	8	25	4	4	8
219	4	4	8	4	3	7	3	5	8	23	3	4	7
220	5	4	9	4	2	6	4	4	8	23	4	3	7
221	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	3	7
222	5	4	9	5	2	7	4	3	7	23	3	4	7
223	4	5	9	4	3	7	4	4	8	24	3	3	6
224	4	5	9	5	2	7	4	5	9	25	4	4	8
225	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	3	4	7
226	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	4	5	9
227	4	4	8	4	3	7	2	5	7	22	3	4	7
228	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	3	7
229	5	4	9	5	3	8	4	3	7	24	3	4	7
230	5	4	9	5	2	7	4	4	8	24	4	4	8
231	5	4	9	4	3	7	2	3	5	21	4	4	8
232	4	4	8	4	2	6	5	4	9	23	2	3	5
233	4	5	9	4	2	6	3	4	7	22	5	3	8
234	5	4	9	5	3	8	4	4	8	25	4	4	8
235	4	5	9	5	3	8	3	3	6	23	3	4	7
236	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	4	5	9
237	5	4	9	5	4	9	4	4	8	26	5	4	9
238	5	5	10	5	4	9	3	5	8	27	4	4	8
239	4	5	9	5	3	8	3	4	7	24	5	4	9
240	5	4	9	5	3	8	4	5	9	26	4	5	9
241	5	5	10	4	2	6	3	4	7	23	4	3	7
242	4	4	8	4	4	8	4	3	7	23	5	4	9
243	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	4	3	7
244	4	4	8	5	2	7	3	4	7	22	4	4	8
245	4	4	8	5	1	6	4	4	8	22	3	5	8
246	4	4	8	4	3	7	5	4	9	24	4	4	8
247	5	5	10	4	2	6	4	5	9	25	5	3	8
248	4	4	8	5	1	6	3	4	7	21	4	4	8
249	4	5	9	4	1	5	4	5	9	23	3	3	6
250	4	4	8	5	3	8	4	3	7	23	5	4	9
251	4	3	7	4	2	6	3	4	7	20	4	4	8
252	4	4	8	5	1	6	4	4	8	22	4	3	7
253	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	3	3	6
254	4	3	7	5	3	8	5	5	10	25	5	4	9
255	4	3	7	5	1	6	4	3	7	20	4	3	7
256	4	4	8	4	2	6	5	5	10	24	4	3	7
257	4	3	7	4	3	7	4	4	8	22	5	4	9
258	4	3	7	4	2	6	4	3	7	20	5	3	8
259	5	4	9	4	1	5	5	3	8	22	4	4	8
260	4	5	9	5	3	8	4	4	8	25	5	4	9
261	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	3	3	6

262	5	5	10	4	3	7	4	3	7	24	4	4	8
263	4	4	8	4	2	6	3	3	6	20	5	4	9
264	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	5	9
265	5	4	9	4	4	8	3	5	8	25	5	3	8
266	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	3	3	6
267	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	4	5	9
268	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	3	7
269	4	3	7	4	2	6	4	3	7	20	3	3	6
270	4	4	8	5	3	8	3	4	7	23	4	4	8
271	4	5	9	4	4	8	4	3	7	24	5	4	9
272	5	5	10	5	3	8	4	4	8	26	4	4	8
273	5	4	9	5	4	9	4	4	8	26	3	4	7
274	4	5	9	5	1	6	4	4	8	23	4	3	7
275	4	4	8	4	2	6	5	3	8	22	5	3	8
276	5	4	9	4	4	8	4	3	7	24	3	3	6
277	4	4	8	5	2	7	5	4	9	24	4	4	8
278	5	4	9	3	3	6	4	3	7	22	3	4	7
279	4	4	8	3	4	7	5	3	8	23	5	3	8
280	4	4	8	5	3	8	4	4	8	24	4	4	8
281	4	4	8	3	4	7	3	4	7	22	3	4	7
282	5	4	9	4	3	7	5	3	8	24	4	3	7
283	4	4	8	5	2	7	4	5	9	24	5	4	9
284	4	5	9	4	1	5	5	4	9	23	4	4	8
285	4	5	9	4	2	6	5	5	10	25	3	3	6
286	5	4	9	3	1	4	4	5	9	22	4	4	8
287	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	3	7
288	5	5	10	4	1	5	3	4	7	22	5	4	9
289	4	4	8	4	1	5	3	3	6	19	4	4	8
290	4	5	9	5	2	7	4	5	9	25	5	4	9
291	5	4	9	5	3	8	4	4	8	25	4	4	8
292	4	5	9	5	2	7	4	5	9	25	3	4	7
293	5	4	9	5	2	7	5	4	9	25	4	4	8
294	5	5	10	5	2	7	4	3	7	24	5	4	9
295	4	5	9	4	1	5	5	4	9	23	2	4	6
296	4	5	9	4	1	5	4	5	9	23	4	4	8
297	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	4	8
298	4	5	9	4	1	5	4	5	9	23	4	3	7
299	5	5	10	5	1	6	3	4	7	23	5	3	8
300	4	5	9	5	3	8	4	5	9	26	4	4	8
301	4	4	8	5	2	7	5	4	9	24	4	2	6
302	4	5	9	4	3	7	4	4	8	24	4	4	8
303	4	4	8	4	3	7	4	5	9	24	4	5	9
304	5	4	9	4	2	6	3	4	7	22	4	4	8
305	5	4	9	4	2	6	4	5	9	24	5	4	9
306	4	4	8	5	3	8	5	3	8	24	3	5	8

307	4	4	8	4	4	8	4	3	7	23	4	4	8
308	4	4	8	4	3	7	3	4	7	22	4	4	8
309	4	4	8	4	2	6	4	3	7	21	5	4	9
310	5	5	10	4	4	8	5	4	9	27	4	3	7
311	4	4	8	5	3	8	4	4	8	24	5	4	9
312	5	5	10	5	2	7	4	5	9	26	4	4	8
313	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	4	8
314	5	5	10	4	3	7	5	3	8	25	3	3	6
315	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	4	5	9
316	5	4	9	5	3	8	3	4	7	24	5	3	8
317	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	4	4	8
318	4	5	9	4	3	7	5	4	9	25	5	4	9
319	5	4	9	4	2	6	4	4	8	23	4	3	7
320	4	4	8	4	3	7	4	3	7	22	3	4	7
321	5	5	10	3	2	5	3	4	7	22	4	5	9
322	5	5	10	4	3	7	4	5	9	26	5	5	10
323	4	4	8	3	2	5	5	4	9	22	4	4	8
324	4	5	9	4	3	7	4	4	8	24	3	3	6
325	4	4	8	4	2	6	3	5	8	22	5	4	9
326	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	3	7
327	4	5	9	3	2	5	4	3	7	21	5	4	9
328	4	5	9	3	4	7	4	4	8	24	3	5	8
329	5	4	9	4	3	7	5	4	9	25	4	4	8
330	4	5	9	4	2	6	4	4	8	23	5	3	8
331	4	5	9	4	3	7	4	5	9	25	3	4	7
332	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	3	3	6
333	4	5	9	4	1	5	4	4	8	22	2	4	6
334	4	4	8	4	3	7	4	5	9	24	3	4	7
335	5	4	9	3	2	5	3	5	8	22	4	2	6
336	5	5	10	5	1	6	4	3	7	23	4	4	8
337	4	4	8	5	1	6	4	4	8	22	3	4	7
338	4	5	9	5	2	7	4	5	9	25	2	5	7
339	5	5	10	5	3	8	5	4	9	27	3	4	7
340	5	5	10	5	2	7	4	4	8	25	4	3	7
341	5	4	9	4	1	5	3	5	8	22	4	3	7
342	5	4	9	4	2	6	4	4	8	23	3	4	7
343	4	4	8	5	1	6	4	3	7	21	4	3	7
344	4	5	9	4	2	6	3	3	6	21	3	4	7
345	4	4	8	5	2	7	3	4	7	22	4	3	7
346	5	5	10	4	1	5	3	3	6	21	5	4	9
347	4	4	8	3	2	5	4	3	7	20	4	3	7
348	4	5	9	4	1	5	4	4	8	22	4	4	8
349	4	4	8	4	2	6	3	5	8	22	3	2	5
350	5	3	8	5	2	7	4	4	8	23	5	3	8
351	5	3	8	5	1	6	4	5	9	23	5	4	9

352	4	4	8	4	2	6	3	4	7	21	4	2	6
353	4	3	7	4	2	6	4	4	8	21	3	4	7
354	4	4	8	4	1	5	4	5	9	22	4	4	8
355	5	5	10	3	2	5	4	5	9	24	5	3	8
356	4	4	8	3	1	4	4	4	8	20	4	4	8
357	4	5	9	4	2	6	3	4	7	22	5	3	8
358	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	3	3	6
359	4	3	7	4	1	5	4	5	9	21	5	3	8
360	4	5	9	3	1	4	3	6	9	22	4	2	6
361	4	5	9	4	2	6	4	5	9	24	3	4	7
362	5	5	10	5	2	7	3	4	7	24	4	2	6
363	4	4	8	5	1	6	4	5	9	23	4	3	7
364	4	4	8	4	2	6	4	4	8	22	3	2	5
365	5	4	9	5	1	6	4	5	9	24	3	3	6
366	5	3	8	4	2	6	3	4	7	21	4	4	8
367	4	4	8	4	4	8	4	5	9	25	5	3	8
368	4	5	9	5	3	8	4	4	8	25	3	2	5
369	5	5	10	5	3	8	3	5	8	26	4	3	7
370	4	4	8	4	3	7	4	4	8	23	4	4	8
371	5	4	9	4	2	6	4	5	9	24	3	3	6
372	4	4	8	5	2	7	3	4	7	22	4	4	8
373	4	4	8	4	1	5	4	4	8	21	4	3	7
374	4	4	8	4	1	5	3	4	7	20	3	4	7
375	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	4	3	7
376	5	4	9	4	2	6	4	5	9	24	4	4	8
377	4	4	8	5	2	7	4	4	8	23	3	3	6
378	5	4	9	5	1	6	4	5	9	24	5	4	9
379	4	3	7	4	1	5	3	4	7	19	4	4	8
380	4	4	8	4	2	6	4	5	9	23	3	3	6
381	5	5	10	4	2	6	5	4	9	25	4	4	8
382	5	4	9	5	1	6	4	5	9	24	5	3	8
383	5	4	9	4	2	6	4	4	8	23	4	4	8
384	4	4	8	5	3	8	4	5	9	25	3	3	6