



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Carrera de Administración de Empresas**

**MODELO DE PREFERENCIA DE MARCA E  
INTENCIÓN DE COMPRA PARA EL SECTOR DE  
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE LIVIANO - TAXIS**

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado en Licenciatura en  
Administración de Empresas

Autores:

**Martin Malo Cordova.; Mateo Francisco Ullauri Ugalde.;**

Director:

**José Leonardo Vera Reino.;**

**Cuenca – Ecuador  
2021**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis va dedicada especialmente a mis papás Fabricio y Juliana que, gracias a su esfuerzo y sacrificio a lo largo de su vida, me ha permitido formarme, educarme y lograr ser la persona que soy hoy en día. Nada de lo que he logrado y lograré, pudo y podrá ser posible gracias a su amor y apoyo incondicional. Además, dedico este trabajo a mis hermanos Mateo, Andrea, y a mis abuelos quienes siempre serán lo más importante en mi vida. Por último, dedico este trabajo a todos mis compañeros con los que alguna vez compartí, trabajé y estudié en un aula de la Universidad.

**MARTIN MALO**

Este trabajo va dedicado a mi padre Paúl y mi madre Ceci que tanto quiero y siempre estuvieron conmigo, me ayudaron a crecer y que con su inmenso esfuerzo me permitieron estudiar y con su apoyo me permitieron llegar lejos. A mis dos hermanas, Ana y Raquel por la motivación continúa entregada durante estos 5 años. A mis amigos por estar siempre a mi lado, apoyándome cada vez que el camino se puso complicado, a los compañeros que hice tanto en la Universidad del Azuay como en mi intercambio en Praga y sobre todo a Martin Malo quien fue mi compañero a lo largo de mi vida, con quien realicé este trabajo y compartí muchas experiencias inolvidables.

**MATEO ULLAURI**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi compañero de tesis y gran amigo Mateo Ullauri, con quien he vivido momentos inolvidables en Praga, Cuenca o realizando esta tesis. Que esto sea una muestra más de que hemos formado un gran equipo y una fuerte amistad. A José Vera, nuestro director de tesis, por su tiempo y por haber sido guía, consejero y profesor a lo largo de la elaboración de este trabajo. Quiero agradecer a la Universidad del Azuay por haberme entregado momentos inolvidables a lo largo de estos 5 años. También agradezco a todos los profesores que me motivaron a seguir aprendiendo y desarrollar mis habilidades. Por último, agradezco a todas las personas que brindaron su enorme ayuda en la recolección de las 390 encuestas en Quito, Guayaquil y Cuenca.

MARTIN MALO

Se agradece la ayuda de brindada por José Vera Reino en la elaboración de este trabajo con su tiempo, su esfuerzo y su guía. Indudablemente sin esta no se hubiese logrado culminar el presente trabajo. Se agradece a los profesores que nos inspiraron y nos llevaron a superarnos todos los días, y que hicieron de mi experiencia en la Universidad una que no voy a olvidar. Y se agradece a todas las demás personas que nos han apoyado en la elaboración de este largo trabajo y en general en la carrera.

MATEO ULLAURI

## ÍNDICE

|  |     |
|--|-----|
| DEDICATORIA  | I   |
| AGRADECIMIENTO   | II  |
| ÍNDICE   | III |
| ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS y ANEXOS                           | IV  |
| RESUMEN:   | VI  |
| ABSTRACT   | VII |
| INTRODUCCIÓN   | 1   |
| 1. CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.                                | 3   |
| 1.1 Conceptos Introdutorios generales.                       | 3   |
| 1.1.1 Antecedentes del transporte en el Ecuador              | 3   |
| 1.1.2 Términos básicos                                       | 4   |
| 1.2 Selección del sector específico para realizar la prueba. | 5   |
| 1.3 Contexto del comportamiento del consumidor               | 6   |
| 2. CAPITULO 2: MÉTODOS Y HERRAMIENTAS                        | 8   |
| 2.1 Metodología  | 8   |
| 2.1.1 Fase uno   | 8   |
| 2.1.2 Fase dos   | 9   |
| 2.1.3 Determinación de la Muestra                            | 10  |
| 2.1.4 Perfil del encuestado                                  | 11  |
| 2.2 Construcción del cuestionario                            | 11  |
| 2.2.1 Prueba piloto  | 11  |
| 2.2.2 Encuesta final   | 12  |
| 3. CAPITULO 3: PROPUESTA DEL MODELO CAUSAL                   | 16  |
| 3.1 Hipótesis del Modelo Causal                              | 16  |
| 3.1.1 Credibilidad de marca y Prestigio de marca             | 16  |
| 3.1.2 Credibilidad de marca y Preferencia de marca           | 16  |
| 3.1.3 Credibilidad de marca e información ahorrada           | 17  |
| 3.1.4 Prestigio de marca y calidad percibida                 | 18  |
| 3.1.5 Prestigio de marca y preferencia de marca              | 18  |
| 3.1.6 Calidad percibida e intención de compra                | 19  |
| 3.1.7 Preferencia de marca e intención de compra             | 19  |
| 3.1.8 Información ahorrada e intención de compra             | 20  |
| 3.2 Modelo causal  | 21  |
|  | III |

|  |    |
|--|----|
| 3.2.1 Primer modelo causal   | 21 |
| 3.2.2 Modelo causal corregido  | 23 |
| 4. CAPÍTULO 4: RESULTADOS DE LA ENCUESTA Y PRUEBA DE LA MATRIZ                     | 25 |
| 4.1 Análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos en las encuestas. | 25 |
| 4.2 Prueba del Modelo Causal   | 34 |
| CONCLUSIONES   | 38 |
| RECOMENDACIONES  | 41 |
| BIBLIOGRAFÍA   | 42 |
| ANEXOS   | 48 |

## ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS y ANEXOS

### Tablas

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Tabla 1  | Detalle de las escalas aplicadas para la investigación  | 9  |
| Tabla 2  | Detalle de la población por cuidad                      | 10 |
| Tabla 3  | Detalle número de encuestas por población               | 11 |
| Tabla 4  | Detalle de preguntas cambiadas                          | 12 |
| Tabla 5  | Tabla resumen de las hipótesis planteadas no aceptadas  | 22 |
| Table 6  | Tabla resumen de las hipótesis planteadas               | 24 |
| Table 7  | Distribución demográfica del sector VTLT                | 26 |
| Tabla 8  | Edades del sector VTLT                                  | 27 |
| Tabla 9  | Respuesta más significativa por variable en la encuesta | 28 |
| Tabla 10 | Variables que influyen en la intención de compra        | 36 |
| Tabla 11 | Validez discriminante e intervalos de valor             | 37 |
| Tabla 12 | Testeo de hipótesis                                     | 37 |

### Figuras

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Figura 1 | Encuesta Final   | 13 |
| Figura 2 | Modelo causal no aceptado                              | 22 |
| Figura 3 | Modelo Causal  | 23 |
| Figura 4 | Propietarios de vehículo                               | 27 |
| Figura 5 | Tiene todas las prestaciones                           | 29 |
| Figura 6 | Le hace sentir optimista                               | 30 |
| Figura 7 | Es una marca que tiene alto estatus                    | 30 |
| Figura 8 | En términos de calidad general clasificaría esta marca | 31 |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Figura 9  | La conozco bien   | 31 |
| Figura 10 | Es atractiva para mis compañeros                              | 32 |
| Figura 11 | Se que puedo confiar en la marca en el futuro                 | 32 |
| Figura 12 | Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro | 33 |
| Figura 13 | ¿Qué tan probable fuera que comprases la marca de tu taxi?    | 33 |
| Figura 14 | Cuadro estandarizado de residuos                              | 34 |

## **Anexos**

|          |  |     |
|----------|--|-----|
| Anexo 1  | Encuesta piloto realizada en Google Forms                    | 42  |
| Anexo 2  | Ejemplo de testeo de hipótesis fallido (simulación 1)        | 48  |
| Anexo 3  | Ejemplo de testeo de hipótesis fallido (simulación 2)        | 48  |
| Anexo 4  | Ejemplo de testeo de hipótesis fallido (simulación 3)        | 49  |
| Anexo 5  | Validez discriminante  | 49  |
| Anexo 6  | Varianza extraída  | 50  |
| Anexo 7  | Capturas de pantalla de la programación del AFC en EQS       | 50  |
| Anexo 8  | Capturas de pantalla de los resultados del AFC en EQS        | 53  |
| Anexo 9  | Capturas de pantalla de la programación del SEM en EQS       | 78  |
| Anexo 10 | Capturas de pantalla de los resultados del SEM en EQS        | 80  |
| Anexo 11 | Capturas de pantalla de la base de datos del SPSS            | 102 |
| Anexo 12 | Tablas de media, moda y desviación estándar de las preguntas | 110 |
| Anexo 13 | Tablas de frecuencias de cada pregunta                       | 115 |
| Anexo 14 | Histogramas de las tablas de frecuencias por pregunta        | 148 |
| Anexo 15 | Tablas de contingencia y pruebas de chi-cuadrado             | 202 |
| Anexo 16 | Detalle de la encuesta por sección                           | 314 |


## RESUMEN:

Entender cuáles son las razones por las que un usuario compra o no un determinado producto es esencial para poder generar herramientas que permitan a los concesionarios de vehículos conocer al usuario. Por esto, crear una matriz que busque medir la intención de compra en el sector Vehículos De Transporte Liviano – Taxis (VTLT) indicará los principales factores que influyen a la hora de comprar una marca específica. El estudio se probó mediante encuestas con una escala Likert de una muestra a 390 usuarios VTLT divididos equitativamente en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. Los resultados indicaron que la credibilidad de marca tiene una relación directa e indirecta con todos los factores del estudio, convirtiendo a este factor en la base fundamental del sector VTLT. Podemos concluir que el usuario del sector VTLT busca confianza y experiencia de la marca en el sector. Por otro lado, las marcas de la industria automotriz en el sector VTLT deberían enfocar sus recursos a crear una imagen como una marca confiable haciendo promesas que se puedan cumplir.

**Palabras clave:** Credibilidad de marca; Intención de compra; Marca; Transporte; Vehículos.

## ABSTRACT (versión en inglés)

Understanding the reasons why a user buys or not a certain product is essential to be able to generate tools that allow vehicle dealers to know the user. For this reason, creating a matrix that seeks to measure the purchase intention in the Light Transport Vehicles – Taxis (VTLT for its Spanish acronym) sector will indicate the main factors that have an influence when buying a specific brand. The study was tested through surveys with a Likert scale of a sample of 390 VTLT users divided evenly in the cities of Quito, Guayaquil, and Cuenca. The results showed that brand credibility has a direct and indirect relationship with all the factors of the study, making this factor the fundamental basis of the sector. We can conclude that the users of the VTLT sector sought trust and experience of the brand in the sector. On the other hand, automotive brands in the VTLT sector should focus their resources on creating an image as a trusted brand by making promises that can be kept.

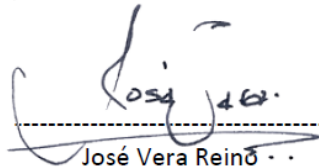


Martin Malo Cordova  
Código estudiante 1  
+593 982828376  
martinmaloc@es.uazuay.edu.ec

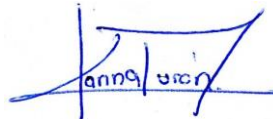
MATEO  
FRANCISCO  
ULLAURI UGALDE

Digitally signed by  
MATEO FRANCISCO  
ULLAURI UGALDE  
Date: 2021.08.17  
16:34:11 -05'00'

Mateo Francisco Ullauri Ugalde  
83064  
+593 968598365  
mateou997@es.uazuay.edu.ec



José Vera Reinó



Firma Unidad de Idiomas  
Karina Durán Andrade  
C.I. 010260367-7



# INTRODUCCIÓN

Entender cuáles son las razones por las que un cliente compra o no un determinado producto es esencial para poder generar herramientas que permitan a los concesionarios de vehículos trabajar correctamente y saber cuáles son las características que pueden ser mejoradas en la generación de un producto y servicio más atractivo para el cliente. Este trabajo creará una herramienta que permita analizar las variables más importantes y determinar su intención de compra, basándonos en diversos estudios donde sustentan los principales factores que influyen en la intención de compra (Baek et al., 2010; DAM, 2020; Hu et al., 2012; Javad, 2016; Khan & Razzaque, 2015).

El sector donde se ha enfocado la investigación ha sido el de Los Vehículos De Transporte Liviano - Taxis (VTLT) en el Ecuador ya que son grandes afluentes de trabajo; de acuerdo con el diario El Comercio (2014), en promedio en Quito, Guayaquil y Cuenca hay un taxi por cada 160 habitantes, esto hace que la demanda de vehículos, repuestos y accesorios es alta, y las empresas vendedoras de vehículos lo saben (El Comercio, 2014). Este es un sector que está creciendo según la revista El Carro Colombiano (2020), la venta de vehículos de taxis ha incrementado un 15% en comparación con el año 2018, sin embargo, la venta de vehículos particulares solo ha incrementado un 3%. Estos datos sugieren que el mercado de vehículos en el mercado VTLT está incrementando constantemente a una velocidad acelerada (Restrepo Mantilla, 2020b, 2020a). Los taxis representan un 2.5% de la población vehicular según datos del Comercio (El Comercio, 2019)

Los usuarios de taxis han criticado el servicio que en los últimos años, de acuerdo con Juan C. Montes en un artículo publicado por la revista La República (2018), informa que los usuarios de taxis consideran que la gran mayoría de servicios ofrecidos por las marcas se presentan de manera deficiente, siendo este adicionalmente muy hostil para el usuario y dando la sensación de inseguridad (Montes Cadavid, 2018). Teniendo en cuenta estos datos, la pregunta de nuestra investigación es la siguiente: ¿Cuáles son los gustos y preferencias de los usuarios del mercado Vehículo de Transporte Liviano - Taxis en Ecuador?

Estudios dirigidos a este sector en específico, no son comunes y poseen una orientación distinta a nuestro planteamiento. Por lo expuesto, es importante crear un modelo de medición de intenciones y probarlo en el sector VTLT, en donde las empresas concesionarias de vehículos

podrán conocer las razones más importantes que un cliente considera y evalúa el momento de decidir realizar una compra.

Teniendo esto en cuenta podemos decir que los objetivos de la investigación son los siguientes: el primero es investigar matrices que midan el comportamiento del consumidor relacionado con su intención de compra. El segundo es elaborar una matriz en base a los modelos previamente investigados. El tercer y último objetivo es realizar una prueba de la matriz planteada en un grupo específico.

En este estudio la metodología aplicada fue de realizar 390 encuestas con una escala Likert de 7 niveles en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca distribuidas equitativamente. Posteriormente se realizó un análisis de estadística descriptiva, un análisis factorial confirmatorio y de ecuaciones estructurales con el fin de crear una matriz de intención de compra y probarla en el sector de VTLT, en donde las empresas vendedoras de vehículos podrán conocer las razones más importantes por las que un cliente tiene intención particular hacia una marca.

La investigación se presenta a continuación se detalla la metodología luego un desarrollo del marco teórico sobre el cual se plantean ocho hipótesis, exposición de resultados y discusión para cerrar con las conclusiones.

# **1. CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.**

A continuación, se detallan los fundamentos para poder plantear el modelo causal a partir de las siguientes hipótesis:

## **1.1 Conceptos Introdutorios generales.**

### **1.1.1 Antecedentes del transporte en el Ecuador**

La historia del transporte en el Ecuador podemos remontarla a los avanzados caminos incas que se construyeron previamente a la colonización de los españoles, que conectaban una gran variedad de puntos importantes para el imperio. Con el transporte podían intercambiar productos a pie o a lomo de llamas (Sánchez Angulo, 2012). La comunicación podía ser transportada más fácilmente para prevenir amenazas, coordinar enfrentamientos, o cualquier tipo de información a través de los mensajeros del imperio incaico.

Con la colonización de los españoles la movilización cambio, las distancias crecieron y las dimensiones de los pueblos también, dificultando la movilización de los productos a las plazas centrales para venderlas ocasionando que se cree la necesidad de buscar una manera de movilizar este producto. Sin embargo, no todos tenían los recursos para movilizar las mercancías y así es como otros individuos se ofrecen con la ayuda de sus animales para transportar estos bienes (Sánchez Angulo, 2012).

Con el paso de los siglos Ecuador y el mundo fueron desarrollando nuevas maneras de movilizar personas; de acuerdo con el portal EcuadorTV (2019) para 1908, Eloy Alfaro inaugura el ferrocarril que conectaría Quito y la provincia del Guayas. Previamente a esto, en 1859 se trae a Quito el primer automóvil de la historia del Ecuador. Con el boom bananero se construyen todas las vías que luego conectarían todos los rincones del país, y así mismo se importan desde todo el mundo vehículos comerciales, de carga y de transporte de personas. En 1929 se creó el Ministerio de Transporte y Obras Públicas para desarrollar el transporte terrestre en Ecuador. En 1945, aparecen las primeras cooperativas de transporte interprovincial y en 1949 se crea el primer sindicato de choferes profesionales. En 1966 se establece que la Policía Nacional sea la encargada de vigilar la movilidad y seguridad vial, además el primer anuario de transportes también se publicó ese año, con el nombre Estadística de Transporte 1965 - 1966. Los datos de esta publicación según Ecuador en cifras contenían:

- Estadística de Vehículos matriculados en el año 1965.
- Estadística de tráfico ferroviario en el año 1966.
- Estadística de tráfico marítimo en el año 1966.

(Instituto Nacional Estadísticas y Censos [INEC], 2015)

En el 2011 se trasladan las competencias de tránsito a los GAD cantonal y se endurecen las penas por infringir las leyes de tránsito (Ecuador TV, 2019).

### **1.1.2 Términos básicos**

En función de crear una matriz que se adapte a la realidad comercial, se investigaron las siguientes variables que afectan a la intención de compra que serán detalladas a continuación:

Marca, es un nombre, término, diseño, símbolo, o una combinación de ellos con la intención de identificar y diferenciar los bienes y servicios de uno o varios vendedores (Maurya & Mishra, 2012).

Credibilidad de marca, se define como credibilidad percibida la capacidad y la voluntad de cumplir continuamente lo prometido (T. Erdem & Swait, 2004; Gilaninia et al., 2012).

Prestigio de marca, es definido como el estatus de posicionamiento del producto asociado con una marca. (Gilaninia et al., 2012; Steenkamp, Baltra; Steenkamp, 2003)

Calidad percibida, se define como los juicios del consumidor basándose en los constructos intrínsecos y externos de los productos o servicios con respecto a la superioridad y excelencia general de las marcas. (Aaker, 1991; Bouhleb, 2011; Gilaninia et al., 2012; Sirieix, K. ; Dubois, 1999)

Información ahorrada, puede ser conceptualizada por la disminución de información recopilada y costos de procesamiento que incluye dinero, costo psicológico, y gasto del tiempo (Erdem, T. ; Swait, 1998).

Intención de compra, son actitudes de gusto o disgusto hacia una marca o producto por parte del consumidor y estas deben corresponder completamente a predecir la probabilidad de compra. (Torres Valverde, 2013)

Preferencia de marca, se define como el posicionamiento que tiene una marca dentro de la mente de un consumidor (Pérez-Acosta, 2004)

## **1.2 Selección del sector específico para realizar la prueba.**

Los consumidores del sector VTTL han criticado el servicio, que en los últimos años de acuerdo con Juan C. Montes en un artículo publicado por la revista La República (2018), donde informa que los usuarios de taxis consideran que la gran mayoría de servicios ofrecidos por las marcas se presentan de manera deficiente, siendo este adicionalmente muy hostil para el usuario y dando la sensación de inseguridad (Montes Cadavid, 2018).

Si bien en Latinoamérica se han disminuido las ventas de taxis, en el caso de Colombia, según Lina Vargas Vega atreves de otro artículo publicado en la revista La República (2020), informa que la venta de taxis ha disminuido un 68% en comparación con el año 2019, sin embargo, esto ha sido una causa inmediata de la pandemia ya que se esperaba para el año 2020 un incremento de entre el 12% y 15%. Adicionalmente se espera que el crecimiento de este mercado sea constante y duradero (Vargas Vega, 2020).

No se han logrado encontrar datos sobre las ventas de taxis en el Ecuador, sin embargo, en mercados similares se ha logrado encontrar que las ventas de taxis representan aproximadamente el 4% de la venta de vehículos. Según la revista El Carro Colombiano (2020), la venta de vehículos de taxis ha incrementado un 15% en comparación con el año 2018, sin embargo, la venta de vehículos particulares solo ha incrementado un 3%. Estos datos sugieren que el mercado de vehículos en el mercado VTTL está incrementando constantemente (Restrepo Mantilla, 2020b, 2020a).

Este sector es un gran afluente de empleo, según el observatorio de gato público del Ecuador en el país hay 60,000 taxis funcionando de forma legal. Esta cifra representa aproximadamente el 2.5% de la población de vehículos del país que según el Comercio en el año 2019 hubieron 2.4 millones de vehículos. Caba recalcar que el sector VTTL no está conformado únicamente por taxis, lo que indica que este es un sector que posee un enorme poder social dentro del país (El Comercio, 2019; Público, 2018)

El sector ha representado el 5,54% del PIB del país, según datos publicados en cifras del gobierno en el año 2009. Esto quiere decir que este sector generaba 1.792 millones de dólares del 2000. No se han encontrado cifras más actualizadas del sector. Sin embargo, en este estudio se notó que el aporte del sector rodea el 5% desde 1995 hasta el 2009 (Romero, 2008)

### **1.3 Contexto del comportamiento del consumidor**

Los siguientes estudios se enfocan en la intención de compra utilizando las variables: Calidad percibida, Credibilidad de marca, Información ahorrada, Preferencia de marca y Prestigio de marca, donde estas serán utilizadas para la creación de una matriz. El primer artículo fue realizado por Fing Hu y Xin Liu de California State Polytecnic University, por Sijun Wang de Loyola Marymount University, y por Zhilin Yang de City University of Hong Kong (2012). El segundo artículo fue realizado por Tae Hyun Baek y Jooyoung Kim de University of Georgia y Jay Hyunjae Yu de Sogang University (2010). El tercero fue realizado por el Arjun Chaudhuri de Farfield University (2002).

Hu, Liu, Wang & Yang (2012) en su publicación “The Role Of Brand Image Congruity In Chinese Consumers Brand Preference” se realiza una investigación sobre la imagen que las personas tienen sobre los valores funciones y simbólicos, y lo que estos implican para la preferencia de una marca. También analizan el factor que juega la familiaridad con una marca en dicha preferencia. En este caso se hace alrededor del mercado automovilístico de China ya que este es el segundo más grande del mundo.

El estudio pudo demostrar que la presencia de la marca si está relacionada con la imagen que uno tiene de ésta, y dicha imagen está conformada por los valores simbólicos y funcionales que tenemos de la misma.

Baek, Kim y Yu (2010) en “The Differential Roles Of Brand Credibility And Brand Prestige In Consumer Brand Choice” realizan un artículo con el objetivo de investigar como la credibilidad y el prestigio de una marca afectan a la calidad percibida, al riesgo percibido, y a la sensación de gasto de una marca y si estos influyen en la intención de compra del consumidor. Utilizaron marcas de productos como zapatos, perfume, baterías, y medicamentos entrevistando a 152 estudiantes universitarios.

La investigación demostró que la credibilidad de marca afecta positivamente a la calidad percibida y a la sensación de gasto de una marca, y disminuye el riesgo percibido influyendo a que un consumidor compre, pero el prestigio de una marca sirve como un factor simbólico que afecta más a la sensación de bienestar del consumidor posteriormente a la compra.

Arjun Chaudhuri (2002) en “How Brand Reputation Affects The Advertising-Brand Equity Link” elabora una matriz para poder demostrar cómo la publicidad, edad, competencia, familiaridad, y diferenciadores afectan a la reputación de una marca y cómo esta afecta a sus ventas, sus precios, y su participación en el mercado, usando 149 marcas de una variedad de 49 productos diferentes que van desde utensilios de cocina hasta camiones.

Se usó un análisis de ruta y se llegó a la conclusión de que efectivamente la publicidad, la competencia, la familiaridad, y los diferenciadores de las marcas afectan a su reputación y está a su vez afecta a sus ventas, precios, y participación en el mercado.

Además, el estudio permitió demostrar que la edad no es un factor que afecte a la reputación de las marcas.

Utilizando los estudios previamente mencionados, combinamos y editamos las matrices para crear una propia en la cual se adapte mejor a la población objetivo, asegurándonos de que se adecuen las variables y sus indicadores, de tal manera que estos no pierdan su esencia.

## **2. CAPITULO 2: MÉTODOS Y HERRAMIENTAS**

### **2.1 Metodología**

El estudio que se llevara a cabo es cuantitativo, de carácter no experimental, es decir, se observan los acontecimientos tal como se dieron (Dzul, 2010); de tipo transversal por medir información en el presente de forma observacional midiendo una o más características (García et al., 2014), con una delimitación temporal, con una muestra finita, que según el Dr. I. Espinoza se define como aleatorio simple, donde todos tienen la posibilidad de ser elegidos (Espinoza, 2017). Esto se realizará en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, con un alcance en la investigación de tipo causal por la búsqueda de la relación entre variables y la confirmación de una hipótesis (Rojas Cairampoma, 2015). El proyecto de investigación se dividirá en dos fases: la primera es la creación de una matriz para determinar la intención de compra en los consumidores, y la segunda parte es la puesta a prueba de dicha matriz en una población específica, es decir en los consumidores del mercado VTLT.

#### **2.1.1 Fase uno**

Para la primera parte de la investigación se llevará cabo una búsqueda de otros modelos probados y publicados que nos permitan encontrar las principales variables que afecten la intención de compra. Adicionalmente, se realizarán entrevistas a personas que han sido parte del sector automotriz ecuatoriano. Utilizando estas referencias se procederá a crear una matriz propia con las variables que se combinaran de los modelos realizados por los autores Hu, Liu, Wang & Yang (2012) de donde se obtuvo la variable “Preferencia de Marca” y Baek, Kim y Yu (2010) de donde se obtuvieron las variables; “Credibilidad de marca”, “Calidad percibida”, “Información ahorrada”, “Prestigio de marca” e “Intención de compra”. Esta información podemos ver detallada en la Tabla 1. En esta parte de la investigación adicionalmente se realizará el planteamiento de las hipótesis en base a las fuentes investigadas.



**Tabla 1.***Detalle de las escalas aplicadas para la matriz*

| <b>Variables</b>             | <b>Indicadores</b> | <b>Pregunta</b>  |
|------------------------------|--------------------|--|
| <b>Prestigio de marca</b>    | BPR1               | Es de una marca prestigiosa                                      |
|                              | BPR2               | Es de una marca que tiene un alto estatus                        |
|                              | BPR3               | Es de una marca muy exclusiva                                    |
| <b>Calidad percibida</b>     | PQ1                | Tiene la mejor calidad   |
|                              | PQ2                | Le doy una buena calificación                                    |
| <b>Preferencia de marca</b>  | BP2                | Se adapta a mis necesidades                                      |
|                              | BP3                | Es atractiva para mis compañeros                                 |
|                              | BC1                | Entrega lo que promete   |
| <b>Credibilidad de marca</b> | BC3                | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete           |
|                              | BC4                | Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron                  |
|                              | BC5                | Puedes confiar en el nombre de la marca                          |
|                              | BC6                | Se que puedo confiar en la marca en el futuro                    |
| <b>Información ahorrada</b>  | ICS1               | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar        |
|                              | ICS2               | Necesito mucha información de la marca antes de comprarla        |
|                              | ICS3               | Para saber que tal es esta marca, tendía que usarla varias veces |
| <b>Intención de compra</b>   | PI1R               | Nunca compraría esta marca                                       |
|                              | PI2                | Seramente consideraría comprar la marca                          |
|                              | PI3                | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?         |

\*Nota: El cuestionario contó con estas preguntas utilizando una escala de Likert de siete niveles. En el Anexo 16 se encuentra el detalle completo de las preguntas de la encuesta por sección.

### **2.1.2 Fase dos**

Se procederá a determinar cuál es la muestra, luego se realizarán las encuestas a los consumidores del sector VTLT. Con esta información llevaremos a cabo la tabulación y depuración de los resultados en el programa de Excel. Una vez realizada esta tarea, exportaremos los datos a el programa “Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)”, que es software estadístico de IBM conocido por su manejo de grandes volúmenes de datos, en donde se realizará un análisis estadístico descriptivo de los datos, en donde obtendremos la media, máximo, mínimo y desviación estándar. Luego procederemos utilizar EQS que es un software que permite el uso de métodos para la realizar la gama completa de modelos de ecuaciones estructurales (U.S. Department of Veterans Affairs, 2020) para poder realizar un Análisis factorial confirmatorio (AFC), y un análisis de ecuaciones estructurales (por sus siglas en ingles SEM). Al finalizar esto se realizará un análisis de los resultados.

### 2.1.3 Determinación de la Muestra

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, establece que la población de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca son de 6.063.528 en el año 2017 y según El Comercio (2014) hay un taxi por cada 160 habitantes aproximadamente, por lo tanto, la población de taxis en estas ciudades se estima en 37.682. El detalle de las poblaciones se encuentra en la Tabla 2 (El Comercio, 2014; Instituto Nacional Estadísticas y Censos [INEC], 2017b, 2017a).

**Tabla 2.**

*Detalle de la población por ciudad*

| <b>Ciudad</b> | <b>Población</b> |        |
|---------------|------------------|--------|
| Quito         | 2781641          | 45.87% |
| Guayaquil     | 2644891          | 43.62% |
| Cuenca        | 636996           | 10.51% |
| TOTAL         | 6063528          |        |

Se procedió a aplicar la fórmula de estimaciones de la muestra (ideal) en una muestra finita que, según varios autores, la teoría básica del muestreo y la teoría del tamaño de muestra óptimo debe aplicarse para poder encontrar el tamaño ideal de la muestra. La fórmula se detalla a continuación:

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

En donde:

- N representa la población.
- Z el valor z del nivel de confianza
- p la probabilidad a favor
- q la probabilidad en contra
- d la estimación del error
- n el tamaño de la muestra

Con un nivel de confianza del 95%, una probabilidad a favor del 50% se procedió a aplicar la fórmula de muestreo y se obtuvo una muestra de 381. Para facilitar la división de las encuestas entre las tres ciudades lo fijamos en 390 encuestas, es decir, 130 encuestas por ciudad

(Aguilar-Barojas, 2005; Castillo et al., 2008; Narváez, 2019; Orozco, 2011; Rodríguez, 1981). Se decidió optar por dividir la muestra de manera equitativa entre las ciudades debido a que de esta manera nos aseguramos de que se realice suficientes encuestas en la ciudad de Cuenca. Si se hubiese dividido de manera porcentual se hubieran realizado tan solo 41 encuestas, lo que no nos ofrece información suficiente para obtener resultados significativos de Cuenca. En la Tabla 3 se detalla como hubiera sido la distribución.

**Tabla 3.**

*Detalle de número de encuestas por población.*

| <i>Ciudad</i>    | <i>Población</i> | <i>Número de encuestas</i> |
|------------------|------------------|----------------------------|
| <i>Quito</i>     | 45.87%           | 179                        |
| <i>Guayaquil</i> | 43.62%           | 170                        |
| <i>Cuenca</i>    | 10.51%           | 41                         |
| <i>TOTAL</i>     | 100.00%          | 390                        |

#### **2.1.4 Perfil del encuestado**

Con la muestra establecida, se intentó contactar a cooperativas de taxis y se les envió las encuestas con una escala de Likert que llenaron las personas que cumplan el siguiente perfil:

- Edad: mayores de 18 años
- Dueños del vehículo o choferes regulares
- Área de trabajo: Quito, Guayaquil o Cuenca

## **2.2 Construcción del cuestionario**

### **2.2.1 Prueba piloto**

Continuando con el proceso, se realizaron tres pruebas piloto a taxistas de la ciudad de Cuenca, para confirmar la estructura de las encuestas. La primer prueba piloto la realizamos mediante Google Forms (herramienta de Google que permite realizar encuestas de forma online), donde notamos que muchas complicaciones para realizar encuestas de esta forma. La primera ¿Cómo conseguir el contacto del taxista?, la segunda, por la extensión de la encuesta de aproximadamente 15 minutos, creímos que el taxista no se iba a dar el tiempo para realizarle

de manera correcta; por último, creímos que no todo taxista tenía el celular a la mano. En el anexo 1 podemos observar capturas de pantalla de la encuesta piloto realizada en Google forms.

La segunda encuesta piloto la realizamos de manera física donde se identificaron varias preguntas que no eran claras, por lo que se procedió a modificarlas resultando en las encuestas finales. A continuación, en la Tabla 4 se pueden observar las preguntas que se cambiaron.

**Tabla 4.**

*Detalle de preguntas cambiadas.*

| <b>Antigua pregunta</b>  | <b>Nueva pregunta</b>   |
|--|---|
| ¿Chofer o Dueño?   | Propietario del Vehículo  |
| Genero   | Sexo  |
| Horario de uso   | Se elimino esta pregunta  |
| Antigüedad del vehículo  | Se elimino esta pregunta  |
| Me parece que la marca era mala hasta que compre y cambie de opinión | <u>NO</u> sabría qué tan buena es esta marca antes de comprarla |

Adicionalmente notamos en esta prueba piloto que por su longitud para llenar la encuesta el taxista no se comprometía a acabar por lo que decidimos cambiar por una metodología donde nosotros entrevistamos al taxista y completar así la encuesta.

La tercera prueba piloto se aplicaron las entrevistas tomando un taxi de un punto A un punto B en la ciudad de Cuenca. Esto probó que la metodología de realizar la encuesta de tipo entrevista daba mejores resultados sin embargo aquí comprendimos que este proceso nos iba a salir muy costos y demorado por lo que decidimos ir a lugares donde frecuentan los taxis como terminales terrestres, aeropuertos, centros comerciales, universidades, hospitales y cooperativas de taxis.

### **2.2.2 Encuesta final**

Luego de las pruebas piloto en la Figura 1, se muestra el modelo de encuesta utilizado en el estudio. El encabezado de la encuesta se realizó de forma verbal ya que la encuesta fue de tipo entrevista. El encabezado que se utilizo es el siguiente:

*“Buenos días, somos estudiantes de la universidad del Azuay realizando una investigación de la intención de compra del consumidor en el sector de los taxis para nuestro trabajo de titulación. Esta entrevista le tomará aproximadamente 15 minutos y la información será presentada de forma anónima, muchas gracias por su ayuda”*

**Figura 1.**

*Encuesta final*

**Intención de compra sector VTLT**

|                                    |              |                   |  |
|------------------------------------|--------------|-------------------|--|
| <b>1. Nombre</b>                   |              | <b>2. Edad</b>    |  |
| <b>3. Mail</b>                     |              | <b>4. Celular</b> |  |
| <b>5. Sexo</b>                     | 1. Masculino |                   |  |
|                                    | 2. Femenino  |                   |  |
| <b>6. Propietario del Vehículo</b> | 1. Si        |                   |  |
|                                    | 2. No        |                   |  |

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

|   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

| <b>Valores funcionales</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| <b>7. Su taxi...</b>       |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1                          | Es un modelo moderno y atractivo        |   |   |   |   |   |   |   |
| 2                          | Es seguro                               |   |   |   |   |   |   |   |
| 3                          | Es práctico                             |   |   |   |   |   |   |   |
| 4                          | Tiene la última tecnología              |   |   |   |   |   |   |   |
| 5                          | Es espacioso                            |   |   |   |   |   |   |   |
| 6                          | Es económico                            |   |   |   |   |   |   |   |
| 7                          | Tiene buena potencia                    |   |   |   |   |   |   |   |
| 8                          | Tiene la mejor calidad                  |   |   |   |   |   |   |   |
| 9                          | Tiene buen servicio postventa           |   |   |   |   |   |   |   |
| 10                         | Tiene buen precio de reventa            |   |   |   |   |   |   |   |
| 11                         | Es maniobrable                          |   |   |   |   |   |   |   |
| 12                         | Tiene un diseño bien pensado            |   |   |   |   |   |   |   |
| 13                         | Es cómodo                               |   |   |   |   |   |   |   |
| 14                         | Es Fiable                               |   |   |   |   |   |   |   |
| 15                         | Tiene todas las prestaciones necesarias |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>Valores simbólicos</b>  |   |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>8. Su taxi...</b>       |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1                          | Es refinado                             |   |   |   |   |   |   |   |
| 2                          | Es atractivo                            |   |   |   |   |   |   |   |

|    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 3  | Está bien diseñado   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4  | Es accesible   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5  | Es confiable   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6  | Es de una marca prestigiosa                                  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7  | Es deportivo   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8  | Es moderno   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9  | Le hace sentir seguro de sí mismo                            |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Le hace sentir orgulloso                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Le hace sentir optimista                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Es elegante  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Le da confianza  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Es diseñado para cubrir sus necesidades                      |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Es de una marca que tiene un alto estatus                    |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 | Es de una marca muy exclusiva                                |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Es de una marca de muy alta calidad                          |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | En términos de calidad general, clasificaría esta marca como |  |  |  |  |  |  |  |  |

**9. ¿Cuál es su marca de preferencia? Y ¿por qué?**

---

**10. ¿Está satisfecho con la marca que usa? Y ¿por qué?**

---

**11. De la marca de mi auto yo...**

|   |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Estoy familiarizado  |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | La he usado mucho tiempo   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 | La conozco bien  |   |   |   |   |   |   |   |
| 4 | Necesite mucha información antes de comprar                      |   |   |   |   |   |   |   |
| 5 | Para saber que tal es esta marca, tendía que usarla varias veces |   |   |   |   |   |   |   |
| 6 | La he usado mucho  |   |   |   |   |   |   |   |

**12. La marca de mi taxi...**

|   |                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Le doy una buena calificación    |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | Se adapta a mis necesidades      |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 | Es atractiva para mis compañeros |   |   |   |   |   |   |   |

**13. En cuanto a la marca...**

|   |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Entrega lo que promete                                 |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | Creer en lo que te ofrece                              |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete |   |   |   |   |   |   |   |

|   |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 4 | Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Puedes confiar en el nombre de la marca         |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Se que puedo confiar en la marca en el futuro   |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
|--|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>14. Antes de realizar tu compra...</b>                                  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
|  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |                     |
| 1  | El tipo de financiamiento que te ofrece la marca es importante                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| 2  | Es importante para usted tener buena garantía  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| 3  | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar                              |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| 4  | Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo para al buscar alternativas |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| 5  | Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| <b>15. De la marca yo...</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
|  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |                     |
| 1  | Necesito mucha información de la marca antes de comprarla                              |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| 2  | Para saber que tal es esta marca, tendía que usarla varias veces                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| <b>16. <u>NO</u> sabría qué tan buena es esta marca antes de comprarla</b> |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| No estoy de acuerdo  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | Si estoy de acuerdo |
|  |  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                     |
| <b>17. Nunca compraría esta marca R</b>                                    |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| No estoy de acuerdo  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | Si estoy de acuerdo |
|  |  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                     |
| <b>18. Seriamente consideraría comprar la marca</b>                        |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| No estoy de acuerdo  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | Si estoy de acuerdo |
|  |  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                     |
| <b>19. ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?</b>        |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |
| Nunca  |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | Siempre             |
|  |  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |                     |

## **3. CAPITULO 3: PROPUESTA DEL MODELO CAUSAL**

### **3.1 Hipótesis del Modelo Causal**

#### **3.1.1 Credibilidad de marca y Prestigio de marca**

Credibilidad de marca, se define como credibilidad percibida la capacidad y la voluntad de cumplir continuamente lo prometido. Se cree que está conformado por dos componentes principales: confiabilidad y experiencia. La credibilidad de marca puede llevar a compra continua de productos por los clientes (Erdem, T. ; Swait, 1998; T. Erdem & Swait, 2004; Gilaninia et al., 2012). Por otro lado, el prestigio de marca se define como el posicionamiento relativamente alto de un producto o servicio dentro del mercado al que corresponde; es importante notar que el prestigio de la marca no está relacionada con el hecho de que la marca sea lujosa (Dubois & Czellar, 2002; Naeyhun Paul Jin et al., 2016; Sataloff et al., 2001). Los estudios de Beak, Kim y Yu (2010) y Paul Jin Naehyun (2015) que sugieren que la relación entre credibilidad de marca y el prestigio de marca es positiva, es decir, que cuando una marca cumple continuamente con lo prometido está elevando su prestigio, de esta misma manera podemos asumir que si una marca dejara de cumplir con lo prometido, su prestigio dentro del mercado se verá afectado de manera negativa (Baek et al., 2010; Hu et al., 2012; Javad Taghipourian et al., 2012; Naehyun (Paul) Jin et al., 2015; Ok et al., 2011; Sataloff et al., 2001). Teniendo en cuenta lo previamente mencionado, se han planteado las siguientes hipótesis

***H1: La credibilidad de marca tiene una relación positiva con el prestigio de marca***

#### **3.1.2 Credibilidad de marca y Preferencia de marca**

Preferencia de marca se refiere al grado con el que el consumidor favorece el servicio recibido por una determinada compañía, en comparación con el servicio recibido por otras compañías en su conjunto de consideración (Phillip et al., 2003). No hemos encontrado autores que sustenten una relación entre la credibilidad de marca y la preferencia de marca, por lo que, planteamos de la siguiente manera: Una relación positiva de credibilidad de marca → calidad percibida → preferencia de marca.

La calidad de marca se define como los juicios del consumidor basándose en los constructos intrínsecos y extrínsecos de los productos o servicios con respecto a la superioridad y excelencia general de las marcas. (Aaker, 1991; Bouhlel, 2011; Gilaninia et al., 2012; Sirieix, K. ; Dubois,



1999). Sin embargo, la calidad percibida es el juicio del consumidor sobre la superioridad de un producto, es decir, es una percepción abstracta más que un atributo en concreto (Aaker, D.A.; Biel, 2009). Se plantea una relación positiva entre la credibilidad de marca y la calidad percibida ya que los consumidores emplean una estrategia “Multiple-Cue” (Un juicio continuo formado por una serie de variables) (Juslin et al., 2003) para juzgar la calidad percibida cuando la credibilidad de la marca es alta, lo que quiere decir que las pistas entregadas por la marca pueden indicar que la calidad percibida es superior (Baek and King 2011; Erdem, T. and Swait 1998; Gotlieb and Sarel 1992). También, la calidad percibida es un aspecto esencial al momento de hablar de la percepción del consumidor en la equidad de marca (Cobb-Walgren et al., 1995) definida como el valor agregado que un producto tiene por el nombre y lo que representa su marca. Adicionalmente, se planteó y probó que equidad de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca (Chen & Chang, 2008). Adicionalmente, la relación entre credibilidad de marca y la preferencia de marca puede ser sustentada mediante  $H1 \rightarrow H5$ , es decir que, a una mayor credibilidad de marca, mayor prestigio de marca, y un mayor prestigio de marca, mayor preferencia de marca

***H2: La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca***

### **3.1.3 Credibilidad de marca e información ahorrada**

Erdem and Swait (1998) afirman que la información ahorrada puede ser conceptualizada por la disminución de información recopilada y costos de procesamiento que incluye dinero, costo psicológico, y gasto del tiempo (Erdem, T.; Swait, 1998). También, los consumidores probablemente vean a las marcas creíbles como una fuente de conocimiento para ahorrarse la recopilación de información y los costos de procesamiento, porque les provocara una disminución en la incertidumbre durante el proceso de la decisión de compra (Javad Taghipourian et al., 2012). Además, una mayor calidad percibida, información ahorrada y riesgos menores asociados a una marca creíble, puede incrementar la valoración que los consumidores tienen de ella (Baek et al., 2010). Finalmente, el esfuerzo cognitivo necesario para evaluar marcas específicas puede ocasionar una disminución en la probabilidad de selección de la marca (Tülin Erdem & Swait, 2004), por lo que suponemos que la credibilidad de marca disminuye el esfuerzo cognitivo para investigar información por la confianza y experiencia que tenemos con la marca. Mencionado lo anterior proponemos la siguiente hipótesis:

***H3: La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la información ahorrada***

### **3.1.4 Prestigio de marca y calidad percibida**

Habiendo explicado el significado de calidad percibida y el significado de prestigio de marca se propone que cuando el prestigio de marca es mayor, la calidad percibida del producto también. Esto ocurre ya que el prestigio de marca hace referencia al posicionamiento de una marca en un mercado, mientras que la calidad percibida hace referencia a juicios del consumidor sobre un producto o servicio. Por lo tanto, es justo proponer que cuando un consumidor vea una marca con un prestigio elevado, entonces este consumidor también ve la calidad de esta marca como una calidad elevada (Beneke & Zimmerman, 2014; Javad Taghipourian et al., 2012; Luke & Doke, 1987; Moslehpour & Huyen, 2014). Esto queda sustentado por estudio realizado en el año 2012 en 4 categorías diferentes de productos en donde los autores demostraron que la calidad percibida, el riesgo percibido, la información ahorrada y el valor percibido del dinero actúan como moderadores en la relación entre el prestigio de marca y la intención de compra, en donde, la relación entre prestigio de marca y la calidad percibida es positiva. (Javad Taghipourian et al., 2012). Adicionalmente, en otro estudio realizado en el año 2012 y un estudio realizado en el 2010, se demostró que la relación entre el prestigio de marca y la calidad percibida es positiva en un modelo para determinar la intención de compra (Baek et al., 2010; Gilaninia et al., 2012). Por lo tanto, se propone la siguiente hipótesis:

***H4: El prestigio de marca tiene una relación positiva con la calidad percibida***

### **3.1.5 Prestigio de marca y preferencia de marca**

Roberts y Lattin (1991) sugieren también que la preferencia de marca inicia cuando el consumidor se ve expuesto a una variedad de marcas seguido de la complejidad del proceso de decisión de compra. Porque la situación se torna compleja, los consumidores eliminan ciertas marcas, las restantes las memorizan para simplificar el proceso y finalmente eligen la más apropiada. La marca seleccionada, en el futuro ahorra este complejo proceso de decisión de compra por lo que probablemente sea elegida nuevamente (Gensch, 1987; Hwang & Han, 2016; Roberts & Lattin, 1991). Como se menciona en H1, el prestigio de marca se define como el posicionamiento relativamente alto de un producto o servicio dentro del mercado al que corresponde, consideramos que el prestigio de marca y la preferencia de marca están relacionados positivamente; ya que el proceso de selección de una variedad de marcas será más sencillo y rápido, si entre ellas existe una con un posicionamiento en el mercado superior a las demás.

Además, en un estudio realizado en marcas lujosas para viajeros en el año 2015, los autores Hyun y Han plantean una relación positiva entre prestigio de marca y la preferencia de marca, adicionalmente, en el 2016 se realizó otro estudio relacionando las mismas dos variables en la industria de los casinos (Hwang & Han, 2016; Hyun & Han, 2015). Se considera la siguiente hipótesis:

***H5: El prestigio de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca***

### **3.1.6 Calidad percibida e intención de compra**

La intención de compra, son actitudes de gusto o disgusto hacia una marca o producto por parte del consumidor y estas deben corresponder completamente a predecir la probabilidad de compra (Torres Valverde, 2013), la intención de compra se aplica como un método para predecir el comportamiento del cliente, analizando la posibilidad de que este realice una compra en la marca (Morrison, 1979). Un factor que se cree que influye en la intención de compra de los productos es la calidad percibida. La calidad percibida es la valoración que el cliente le entrega a una marca basa en señales intrínsecas y extrínsecas, si estas señales son positivas entonces se puede predecir que el comportamiento del cliente tiene una posibilidad de realizar una compra en los productos o servicios de la marca, por lo que la calidad percibida se asocia positivamente con las intenciones de compra (Amiri Aghdaie et al., 2012; Javad, 2016; Javad Taghipourian et al., 2012). Adicionalmente, un estudio realizado en el año 2012 encontró que la calidad percibida es una variable moderadora que se utiliza para saber si los consumidores tienen intención de compra hacia la marca (Gilaninia et al., 2012). El estudio demostró que si existe dicha relación. Basándonos en lo previamente mencionado, se plantea la siguiente hipótesis:

***H6: La calidad percibida tiene una relación positiva con la intención de compra***

### **3.1.7 Preferencia de marca e intención de compra**

Anteriormente, se habló sobre la calidad percibida que es un aspecto fundamental en la equidad de marca y como esta afecta a la preferencia de marca, asimismo Cobb-Walgren et al (1995) dice que la equidad de marca tiene un fuerte impacto en la intención de compra en los consumidores, que es un plan que los consumidores hacen para una marca específica (Chang & Liu, 2009). Investigaciones realizadas entre 1995 y el 2009, demuestran que los consumidores tienden a comprar productos de su preferencia en varios sectores comerciales, es decir, la

preferencia de marca tiene un impacto positivo en la intención de compra (Chang & Liu, 2009; Chen & Chang, 2008; Cobb-Walgren et al., 1995; de Chernatony et al., 2004; Myers, 2003; Prasad & Dev, 2000). Dicha afirmación tiene sentido porque es lógico suponer que un cliente tendrá mayor intención de compra hacia una marca de su preferencia ya sea por experiencia con la marca, resultados de la marca, credibilidad de la marca y/o el prestigio de la misma. Además, un estudio realizado en el 2011 plantea la relación positiva entre preferencia de marca e intención de compra donde el país de procedencia actúa como moderador entre estas dos variables. El estudio evidencio que si existe una relación entre ambas variables (Moradi & Zarei, 2011). Por esto hemos considerado la siguiente hipótesis:

***H7: La preferencia de marca tiene un impacto positivo en la intención de compra***

### **3.1.8 Información ahorrada e intención de compra**

La intención de compra también es afectada de manera positiva por la información ahorrada, ya que la información ahorrada implica que existe un menor riesgo para el consumidor al realizar una compra. Es decir, que el consumidor tiene menos incertidumbre sobre el producto o servicio ofrecido por la marca cuando tiene un alto conocimiento de la información ahorrada, lo que eleva las posibilidades de que el consumidor efectivamente realice la compra del producto o servicio ofrecido por la marca (Baek et al., 2010; Gilaninia et al., 2012; Javad Taghipourian et al., 2012). También, un estudio realizado en el 2011 sobre los tipos de servicios sustenta la hipótesis concluyendo que la información ahorrada afecta positivamente a la intención de compra siempre y cuando el consumidor tenga una credibilidad de marca desarrollada sobre dicha marca (Baek & King, 2011). Por otro lado, en el 2015 los autores M. Khan, R. Razzaque demostraron que cuando la información ahorrada es alta, los consumidores se inclinan más a comprar ese producto ya que la información ahorrada conduce a una deducción de la calidad del producto ofrecido por la marca (Khan & Razzaque, 2015).

***H8: La información ahorrada tiene un impacto positivo en la intención de compra***

## 3.2 Modelo causal

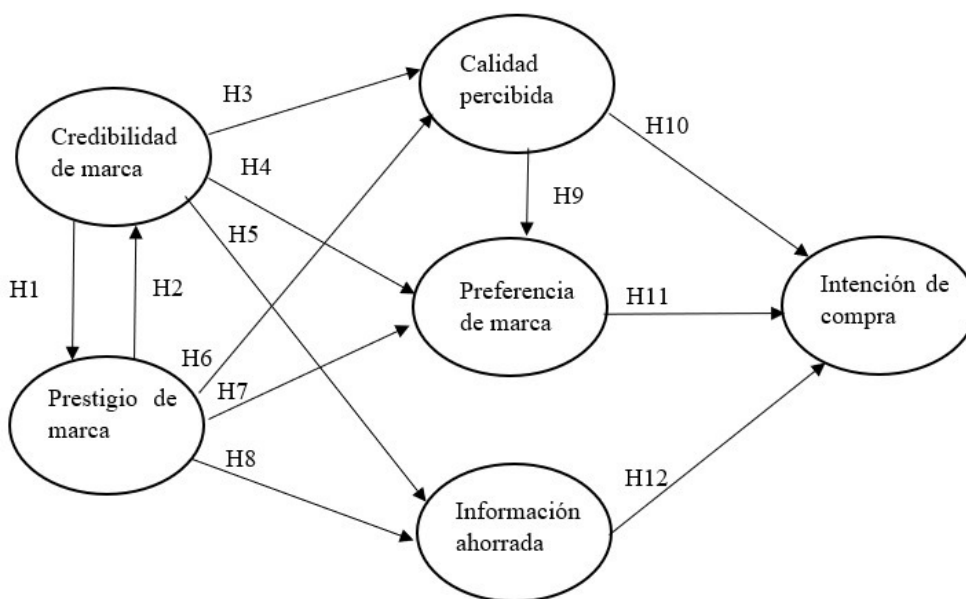
### 3.2.1 Primer modelo causal

Como se puede observar en la siguiente figura, el modelo causal viene dado a partir de las investigaciones realizadas por Hu, Liu, Wang & Yang (2012) y Baek, Kim y Yu (2010). En el modelo planteado inicialmente se escogieron 10 variables, las cuales fueron introducidas en EQS catorce veces para el AFC, en donde “Familiaridad de Marca”, “Riesgo Percibido”, “Valores Simbólicos” y “Valores Funcionales” presentaron problemas porque obteníamos un error de determinantes no positivos, lo que nos forzó a retirarlos. Los problemas que tuvimos están relacionados con los valores  $t$  y los  $\beta$  estandarizados. Los valores  $t$  es la diferencia en relación con la variación de los datos de la muestra, mide la diferencia significativa y mientras más cerca del cero este hay menos probabilidad de que exista una diferencia significativa (Editor, 2019) y los  $\beta$  estandarizados miden la importancia relativa de las variables independientes (Cal & Verdugo, n.d.).

Además, se realizaron cuatro simulaciones del modelo causal que devolvían valores  $t$  muy bajos es decir menos de 1,8 y algunos incluso negativos, por lo que se tuvo que reestablecer el modelo causal antes de llegar al modelo que se presenta en el capítulo 2.3. Las simulaciones del modelo causal están presentadas en el Anexo 2, Anexo 3 y Anexo 4, los mismos que muestran valores  $t$  y  $\beta$  estandarizados fuera de los rangos aceptados y los procedimientos que se hicieron para corregir los errores. El modelo causal se muestra en la figura 2, y un resumen de sus hipótesis planteadas en la Tabla 5.

**Figura 2.**

*Modelo causal no aceptado*



**Tabla 5.**

*Tabla resumen de las hipótesis planteadas no aceptadas*

|             |  |
|-------------|--|
| <b>H 1</b>  | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la credibilidad de marca.</i>   |
| <b>H 2</b>  | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con el prestigio de marca.</i>   |
| <b>H 3</b>  | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la calidad percibida.</i>    |
| <b>H 4</b>  | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca.</i> |
| <b>H 5</b>  | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la información ahorrada.</i> |
| <b>H 6</b>  | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la calidad percibida.</i>       |
| <b>H 7</b>  | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca.</i>    |
| <b>H 8</b>  | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la información ahorrada.</i> |
| <b>H 9</b>  | <i>La calidad percibida tiene una relación positiva con la preferencia de marca.</i>     |
| <b>H 10</b> | <i>La calidad percibida tiene una relación positiva con la intención de compra.</i>      |
| <b>H 11</b> | <i>La preferencia de marca tiene un impacto positivo en la intención de compra.</i>      |
| <b>H 12</b> | <i>La información ahorrada tiene un impacto positivo en la intención de compra.</i>      |

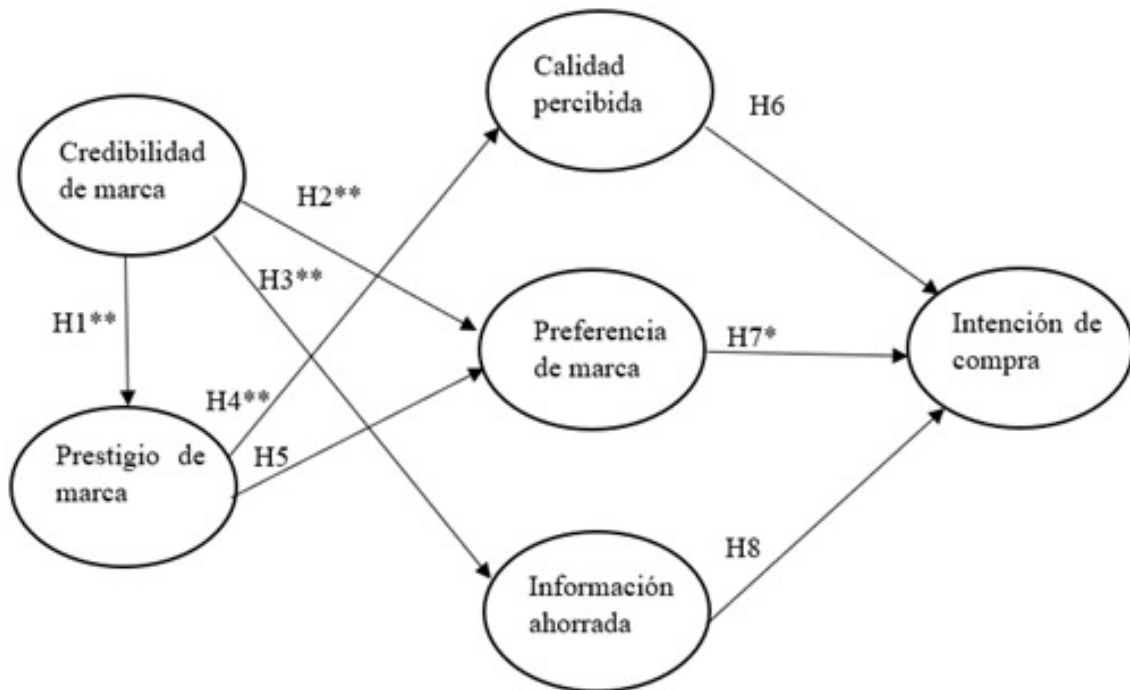
### 3.2.2 Modelo causal corregido

Como se puede observar en la Figura 3, el modelo causal viene dado a partir del marco teórico y las simulaciones previas explicadas en el capítulo 2.2, las cuales se han graficado para tener un mayor entendimiento sobre cómo se relacionan las variables y como estas determinan la intención de compra. En el modelo planteado se denotan 6 variables, en donde Credibilidad de marca es la única variable independiente. Por otro lado, las variables Prestigio de marca, Calidad percibida, Preferencia de marca, Información ahorrada e Intención de compra son variables dependientes. Cabe recalcar que, en el modelo, solo la variable Intención de compra no afectan directamente a ninguna otra variable. Además, las relaciones H6, H7 y H8 son relaciones directas con intención de compra, y H1, H2, H3, H4 y H5 son relaciones complementarias con la intención de compra. La tabla 6 muestra el resumen de las hipótesis planteadas.

Los resultados de este modelo se explican en el capítulo 3

**Figura 3.**

Modelo causal



**Tabla 6.***Tabla Resumen de las hipótesis planteadas*

---

|            |  |
|------------|--|
| <b>H 1</b> | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la credibilidad de marca.</i>   |
| <b>H 2</b> | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con el prestigio de marca.</i>   |
| <b>H 3</b> | <i>La credibilidad de marca tiene una relación positiva con la información ahorrada.</i> |
| <b>H 4</b> | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la calidad percibida.</i>       |
| <b>H 5</b> | <i>El prestigio de marca tiene una relación positiva con la preferencia de marca.</i>    |
| <b>H 6</b> | <i>La calidad percibida tiene una relación positiva con la intención de compra.</i>      |
| <b>H 7</b> | <i>La preferencia de marca tiene un impacto positivo en la intención de compra.</i>      |
| <b>H 8</b> | <i>La información ahorrada tiene un impacto positivo en la intención de compra.</i>      |

---



## **4. CAPÍTULO 4: RESULTADOS DE LA ENCUESTA Y PRUEBA DE LA MATRIZ**

Se contactó con cooperativas de taxis y se les envió el formulario, pero este procedimiento no fue nada efectivo, ya que los encuestados no realizaban por su cuenta las encuestas o las realizaban mal. A partir de aquí, se decidió realizar las encuestas de forma personal en puntos estratégicos de las respectivas ciudades donde concurren gran número de taxistas como son aeropuertos, terminal terrestre, centros comerciales, universidades y hospitales.

Los formularios constaban con una sección inicial para identificar el perfil del encuestado y una sección adicional de 61 preguntas divididas en 9 áreas; se evalúa con una escala de Likert de 7 niveles que iban desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”, siendo este el valor más alto. Los datos obtenidos fueron analizados en SPSS para obtener la validez discriminante y la varianza. Luego se procedió a utilizar EQS para el análisis factorial confirmatorio (AFC), que es una técnica para generar modelos causales de medida (Pérez, 2020) y ecuaciones estructurales, que es una herramienta para medir las relaciones entre variables (Anderson & Gerbing, 1988; Manzano Patiño, 2018).

El objetivo principal del estudio fue crear una matriz de intención de compra para Vehículos de Transporte Liviano – Taxis a partir de un análisis estadístico descriptivo utilizando SPSS y Excel para evaluar datos poblacionales del estudio y algunas de las preguntas de la encuesta. Luego se procedió a utilizar EQS para el análisis factorial confirmatorio y ecuaciones estructurales. Como pueden observar las pruebas del trabajo realizado, tanto la tabulación y los gráficos de las preguntas de la encuesta en SPSS y los procesos en EQS en los anexos 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15.

### **4.1 Análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos en las encuestas.**

El estudio no se enfocó en un género en específico, sino en cualquier persona que trabaje en el sector VTLT. Para esto, se utilizó un muestreo sobre una muestra finita y aleatoria de individuos que cumplen el siguiente perfil:

- Edad: mayores de 18 años
- Dueños del vehículo o choferes regulares
- Área de trabajo: Quito, Guayaquil o Cuenca

Los resultados obtenidos durante la investigación muestran que, de la investigación el 96.92% de los encuestados fueron hombres, siendo este valor similar o igual en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. En un estudio similar se encuestaron a 232 personas del sector VTLT y concluyeron que en este mercado hay aproximadamente 1 mujer por cada 40 hombres (Hurtado Ramirez, 2017), siendo similar a nuestros resultados. Además, un estudio realizado por Bloomberg estima que en Nueva York el 1% de los taxistas amarillos es mujer, en el Reino Unido el 2%, y en Rusia e Israel el 4% (Levingston, 2020). Esto puede ser consecuencia de actos discriminatorios realizados por los pasajeros hacia las mujeres, que según una encuesta realizada en el 2020 en España reveló que el 58% de las mujeres taxistas han sufrido discriminación por un pasajero varón, y el 63% no han denunciado estas situaciones (Fuentes, 2020). A continuación, en la Tabla 7, se muestra una tabla indicando los valores a detalle:

**Tabla 7.**

*Distribución demográfica del sector VTLT*

|               |                  | Sexo          |              | TOTAL |
|---------------|------------------|---------------|--------------|-------|
|               |                  | Masculino     | Femenino     |       |
| <b>Ciudad</b> | <b>Quito</b>     | 125           | 5            | 130   |
|               |                  | <b>96,15%</b> | <b>3,85%</b> |       |
|               | <b>Guayaquil</b> | 126           | 4            | 130   |
|               |                  | <b>96,92%</b> | <b>3,08%</b> |       |
|               | <b>Cuenca</b>    | 127           | 3            | 130   |
|               |                  | <b>97,69%</b> | <b>2,31%</b> |       |
|               | <b>TOTAL</b>     | 378           | 12           | 390   |
|               |                  | <b>96,92%</b> | <b>3,08%</b> |       |

La Tabla 8 muestra las edades del sector VTLT a partir de datos estadísticos donde podemos identificar que no existe una diferencia significativa entre Quito, Guayaquil y Cuenca. Por otro lado, un estudio realizado en Lima - Perú muestra que la edad media de taxistas en esta ciudad es de 37 años (Hurtado Ramirez, 2017), y un estudio a choferes de Uber realizado en Brasil, Chile, Colombia y México muestra que en promedio estos tienen una edad de 38 años (Azua et al., 2019). Es decir, el Ecuador tiene un promedio de edad de los choferes del sector VTLT mayor que a los países de la región. Se toma en cuenta un estudio a choferes de la aplicación Uber debido a que estos forman parte del sector VTLT y por falta de investigación realizadas en el sector del taxismo.

**Tabla 8.**

*Edades del sector VTLT*

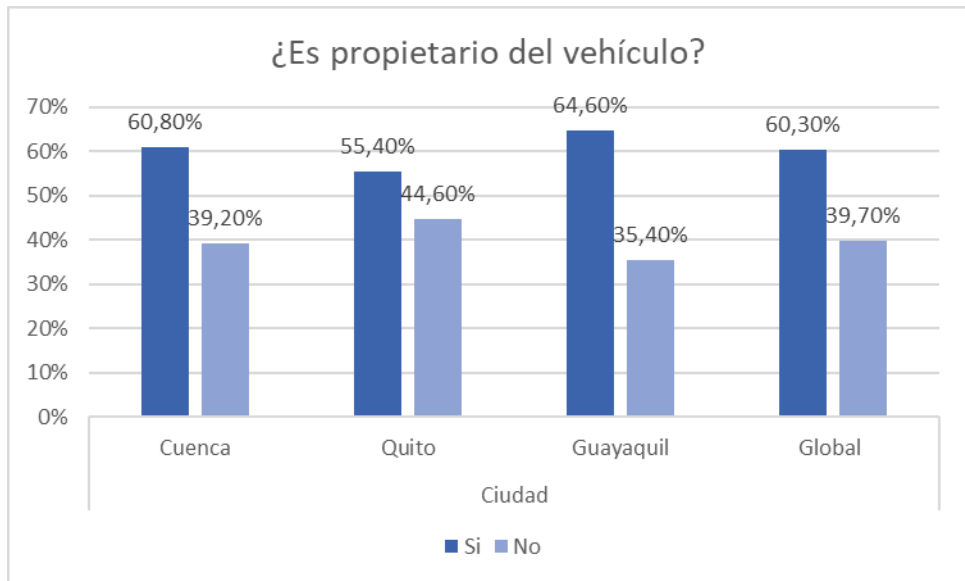
|                            | Quito | Guayaquil | Cuenca | Global    |
|----------------------------|-------|-----------|--------|-----------|
| <b>Media</b>               | 45    | 47        | 42     | <b>45</b> |
| <b>Máximo</b>              | 74    | 77        | 78     | <b>78</b> |
| <b>Mínimo</b>              | 20    | 20        | 21     | <b>20</b> |
| <b>Desviación estándar</b> | 13    | 13        | 13     | <b>13</b> |

*Nota:* 6 personas no respondieron pregunta de edad.

En la figura 4 podemos observar una comparación entre propietarios y no propietarios en el sector VTLT de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. Podemos observar que aproximadamente, un tercio de los choferes manejan vehículo ajeno (39.7%). Esto coincide con un estudio realizado en Costa Rica donde se encontró que un tercio de los choferes (35%) de Uber manejan un vehículo de otro dueño (Cascante, 2018). Adicionalmente, la revista La Republica informa que Uber permite que una persona inscriba hasta tres vehículos para que conduzcan choferes promoviendo este giro de negocio (Adelfang, 2016).

**Figura 4.**

*Propietarios de vehículos*



En el Anexo 16 se detallan las preguntas y las secciones a las que pertenecen en el modelo. A continuación, en la tabla 9 muestra las preguntas con más significancia de cada variable.

**Tabla 9.**

*Respuesta más significativa por variable en la encuesta*

| VARIABLE                     | PREGUNTA  | MEDIA | MODA | DESVIACIÓN ESTÁNDAR |
|------------------------------|---|-------|------|---------------------|
| <b>Valores funcionales</b>   | Tiene todas las prestaciones necesarias                       | 5,95  | 6    | 1,104               |
| <b>Valores simbólicos</b>    | Le hace sentir optimista                                      | 5,97  | 6    | 1,045               |
| <b>Prestigio de marca</b>    | Es de una marca que tiene alto estatus                        | 5,94  | 6    | 1,094               |
| <b>Calidad percibida</b>     | En términos de calidad general clasificaría esta marca como   | 6,23  | 7    | 1,012               |
| <b>Familiaridad de marca</b> | La conozco bien   | 5,86  | 6    | 1,240               |
| <b>Preferencia de marca</b>  | Es atractiva para mis compañeros                              | 6,21  | 7    | 1,127               |
| <b>Credibilidad de marca</b> | Se que puedo confiar en la marca en el futuro                 | 6,09  | 7    | 1,058               |
| <b>Información ahorrada</b>  | Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro | 5,73  | 6    | 1,024               |
| <b>Intención de compra</b>   | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?      | 5,70  | 6    | 1,448               |

Nota: la significancia lo determina la media. Las tablas completas y gráficos correspondientes se encuentran en el anexo 12, 13, 14 y 15

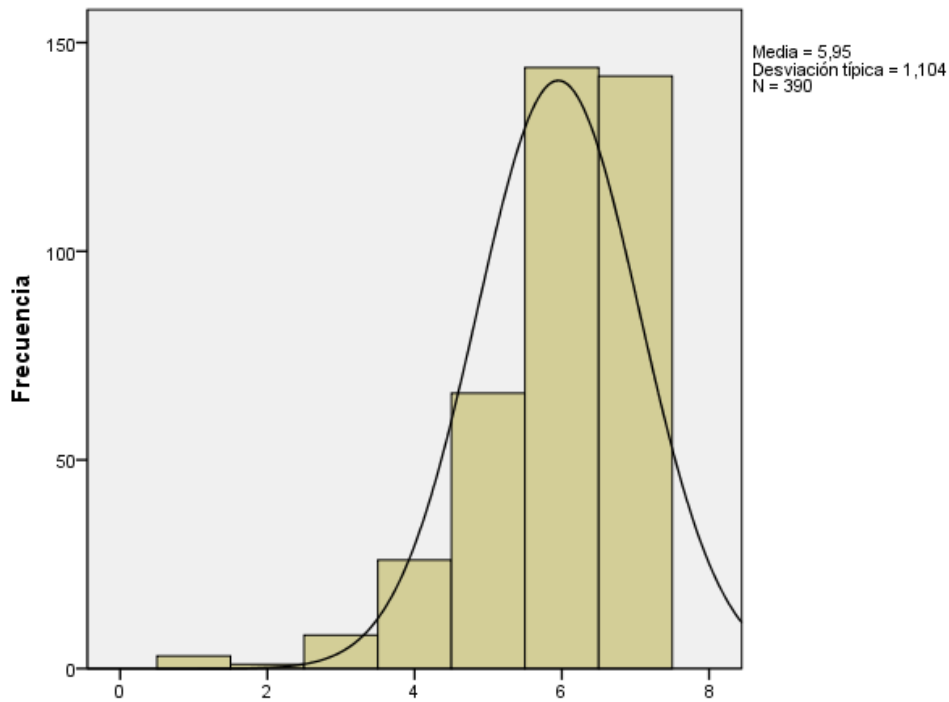
La tabla 9 muestra las variables de valores funcionales en donde se presenta la pregunta con media más alta “Tiene todas las prestaciones necesarias”, es decir, el encuestado prefiere que los vehículos tengan aire acondicionado, ventanas eléctricas, luces internas, radio, mandos al volante, etc. La variable valores simbólicos presenta la pregunta con media más alta “Le hace sentir optimista”, que emocionalmente al mismo tiempo motiva al usuario a trabajar. La variable prestigio de marca presenta la pregunta “Es de una marca que tiene alto estatus”, también se puede observar que tiene una desviación estándar de 1,094. La variable calidad percibida “En términos de calidad general clasificaría esta marca como” indica una alusión directa a como el encuestado considera la calidad. La variable credibilidad de marca tiene como pregunta significativa “Se que puedo confiar en la marca en el futuro”, indicando que el encuestado busca confianza y experiencia de parte de la marca. La variable información

ahorrada tiene como pregunta significativa “Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro” con una desviación estándar de 1,024 siendo una de las más bajas. Por último, la variable intención de compra tiene como pregunta significativa “¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?”, con una moda de 6. En los anexos 12, 13, 14 y 15 se encuentran las frecuencias de donde se sacaron las medias, modas y desviación estándar

A continuación, se observan los histogramas de frecuencias de cada una de las preguntas más significativas analizadas en el párrafo anterior. Estas graficas nos ayudan a visualizar con más detalle las frecuencias de cada pregunta con su distribución, permitiendo al lector entender más claramente de donde viene la media, moda y la desviación estándar que se presentó en la tabla 9.

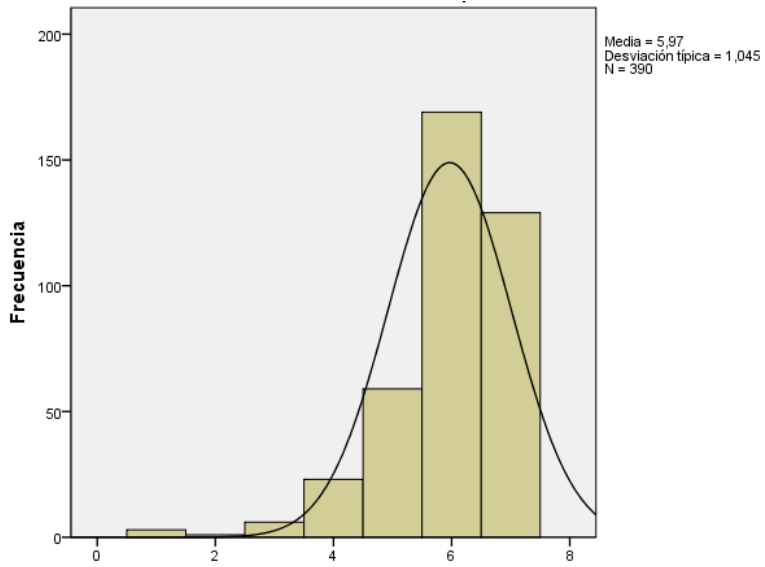
**Figura 5.**

*Tiene todas las prestaciones necesarias*



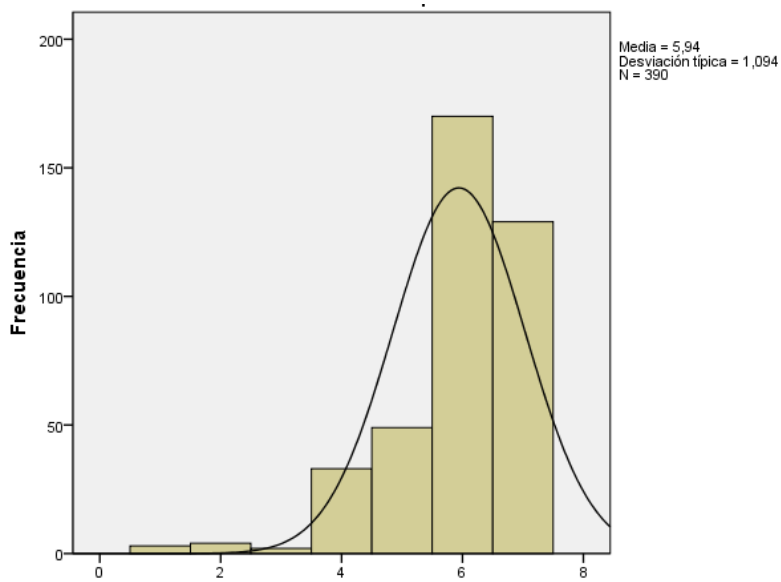
**Figura 6.**

*Le hace sentir optimista*



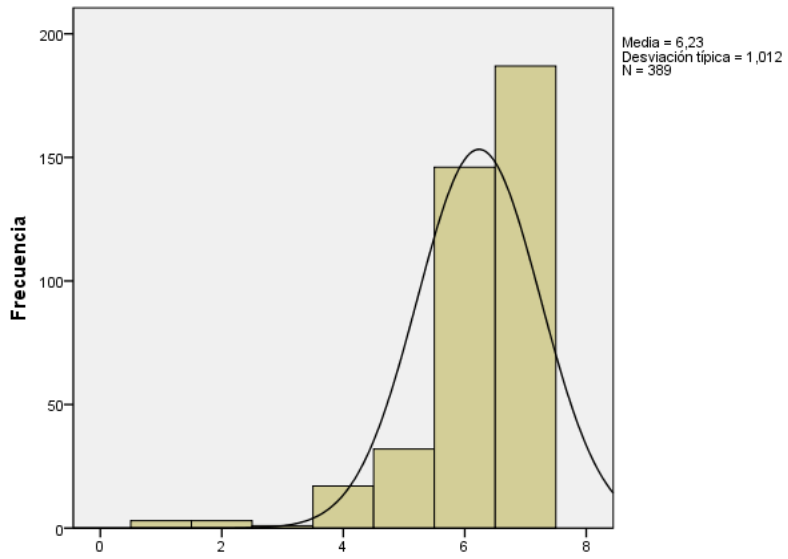
**Figura 7.**

*Es una marca que tiene alto estatus*



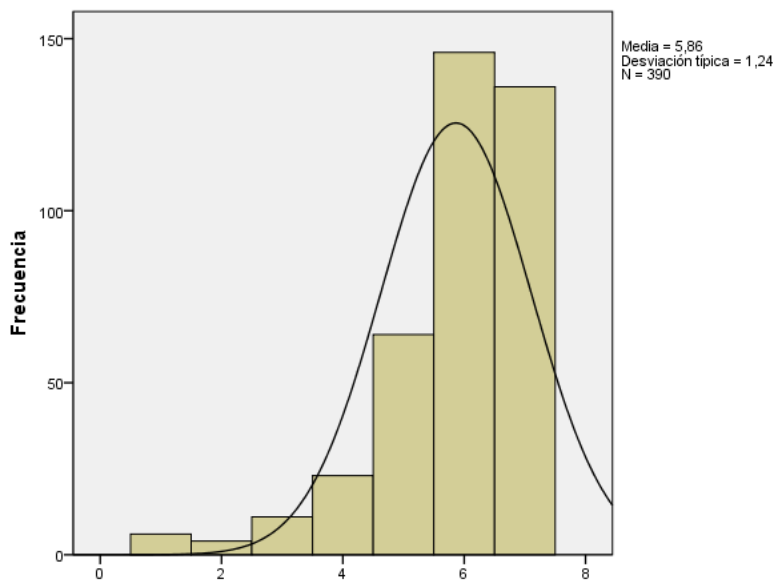
**Figura 8.**

*En términos de calidad general clasificaría esta marca como*



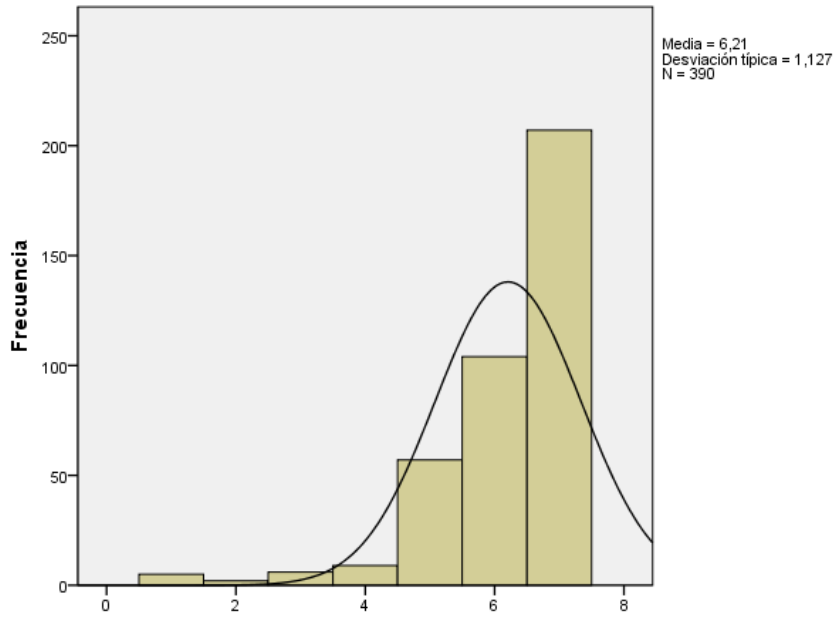
**Figura 9.**

*La conozco bien*



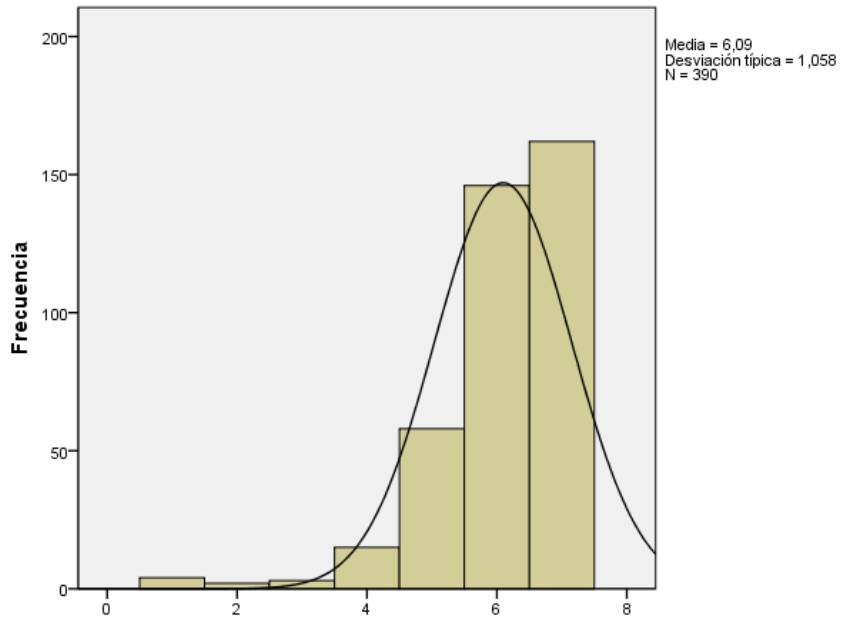
**Figura 10.**

*Es atractiva para mis compañeros*



**Figura 11.**

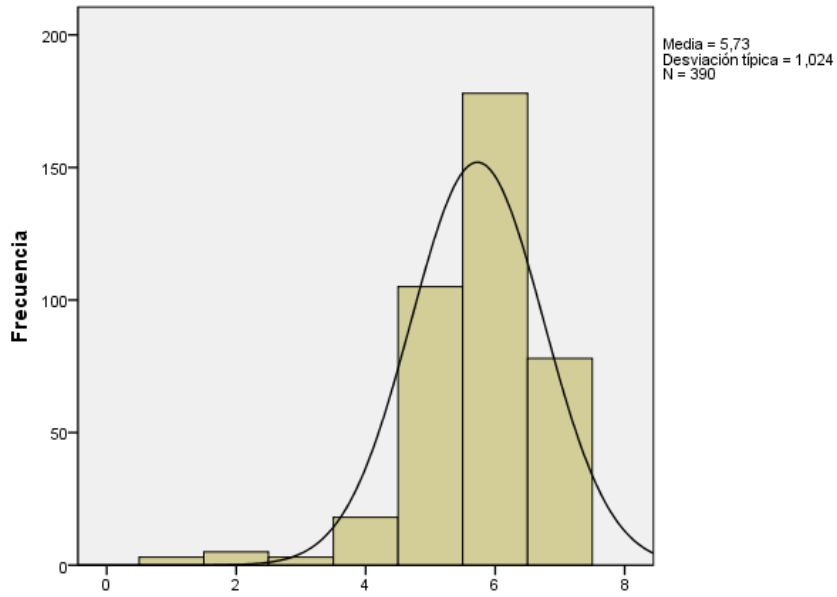
*Se que puedo confiar en la marca en el futuro*





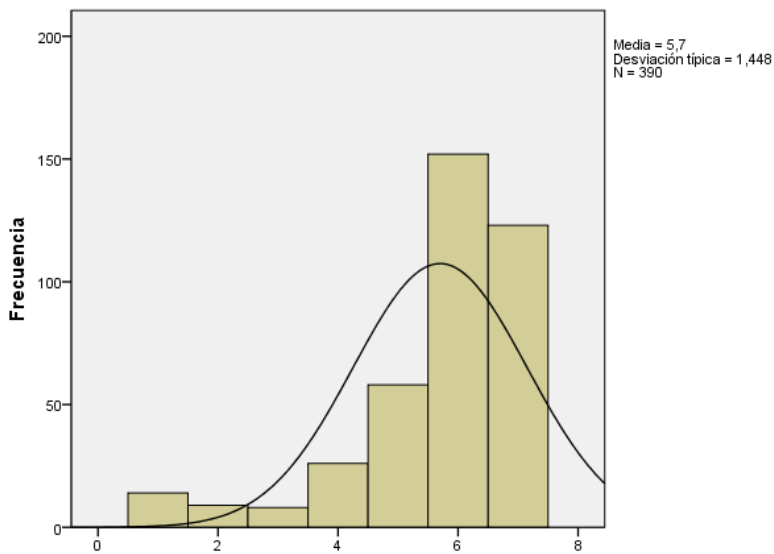
**Figura 12.**

*Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro*



**Figura 13.**

*¿Qué tan probable fuera que comprases la marca de tu taxi?*





Observamos que las cargas estandarizadas eran bajas, por lo que se retiraron algunas variables y se procedió a replantear el modelo. Esto se debe a que las variables utilizadas son socialmente sensibles y no se adaptaron de manera correcta. Con esto, se obtuvieron los resultados que se utilizaron para el modelo final, como se observa en la Tabla 10.

En el estudio, la prueba del Chi-cuadrado (Tabla 10) es utilizada para probar el efecto de ajuste absoluto, identificando los grados de libertad del modelo teórico y del modelo observado, y explicando la importancia demostrativa del modelo. Para tener un buen ajuste se requiere de un chi cuadrado no significativo, y en la matriz residual de covarianzas se necesita que los residuos se agrupen hacia el centro del grafico (Bagozzi & Yi, 2012; Wu et al., 2018).

Como se puede observar en la Tabla 10, se obtuvo el índice RMSEA (Root Mean Square of Error Aproximation) que provee información sobre el mal ajuste, en vista de que este valor se recomienda que sea menor a 0.08, indicando la calidad de ajuste del modelo. En nuestro caso, con un valor de 0.074 indica que el ajuste de la muestra se encuentra dentro de parámetros aceptables (Taasoobshirazi & Wang, 2016). Aplicamos el índice CFI (Comparative Fix Index) que al igual del RMSEA mide el ajuste del modelo con la diferencia de que el valor debe ser superior a 0.9 para ser aceptado. Nuestro modelo tuvo un CFI de 0.93 (Jones et al., 2010; Taasoobshirazi & Wang, 2016).

En los resultados, no hubo correlaciones superiores a la unidad ni cargas factoriales estandarizadas fuera del intervalo (-1, +1). No se encontraron estimaciones negativas en las varianzas y las estimaciones son significativas.

Para evaluar la fiabilidad de los datos se realizó un análisis de coeficiente del alfa de Cronbach (CA) y la fiabilidad compuesta del constructo (CR), para ambos índices se aceptan resultados sobre el 0.7 de acuerdo con la metodología (Nunnally, 1978; Ramírez et al., 2014). Para evaluar la consistencia, es decir, la validez del estudio, se consideró el uso de la Varianza Extraída Media (AVE) que, según Fornell, Lacker y T. Scott (1981) sugieren 0.5 como límite inferior de un AVE aceptable en un estudio AFC (Chin, 1998; Fornell & Larcker, 1981).

**Tabla 10.**

Variables que influyen en la intención de compra

| <b>Variables</b>             | <b>Indicadores</b> | <b>Cargas estandarizadas</b> | <b>Valor t</b> | <b>CA</b> | <b>CR</b> | <b>AVE</b> |
|------------------------------|--------------------|------------------------------|----------------|-----------|-----------|------------|
| <b>Prestigio de marca</b>    | BPR1               | 0.637**                      | 13.410         | 0.74      | 0.75      | 0.50       |
|                              | BPR2               | 0.703**                      | 15.199         |           |           |            |
|                              | BPR3               | 0.773**                      | 17.220         |           |           |            |
| <b>Calidad percibida</b>     | PQ1                | 0.812**                      | 18.690         | 0.84      | 0.84      | 0.72       |
|                              | PQ2                | 0.888**                      | 21.210         |           |           |            |
| <b>Preferencia de marca</b>  | BP2                | 0.746**                      | 15.255         | 0.69      | 0.74      | 0.59       |
|                              | BP3                | 0.789**                      | 16.206         |           |           |            |
| <b>Credibilidad de marca</b> | BC1                | 0.788**                      | 18.000         | 0.87      | 0.87      | 0.58       |
|                              | BC3                | 0.687**                      | 14.858         |           |           |            |
|                              | BC4                | 0.707**                      | 15.464         |           |           |            |
|                              | BC5                | 0.786**                      | 17.928         |           |           |            |
|                              | BC6                | 0.823**                      | 19.229         |           |           |            |
| <b>Información ahorrada</b>  | ICS1               | 0.710**                      | 14.625         | 0.79      | 0.79      | 0.56       |
|                              | ICS2               | 0.786**                      | 16.608         |           |           |            |
|                              | ICS3               | 0.739**                      | 15.390         |           |           |            |
| <b>Intención de compra</b>   | PI1R               | 0.747**                      | 16.089         | 0.85      | 0.85      | 0.65       |
|                              | PI2                | 0.850**                      | 18.927         |           |           |            |
|                              | PI3                | 0.819**                      | 18.036         |           |           |            |

N = 390;  $X^2$  (120df) = 377.39 ( $p > .05$ ); NFI = 0.90; NNFI = 0.91; CFI = 0.93; IFI = 0.93; RMSEA = 0.074

*Notas:* \* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ .; CA =  $\alpha$  de Cronbach; CR = fiabilidad compuesta; AVE = varianza extraída promedio.

Se determinó que el modelo tiene validez convergente ya que las cargas de los factores son significativas una vez que el modelo fue rectificado como se mencionó anteriormente (Bagozzi & Yi, 1988). Parte del estudio involucró determinar si el instrumento de medida tiene una validez discriminante para lo que se utilizaron dos metodologías: el test de intervalos de confianza y el test de varianza extraída (Anderson & Gerbing, 1988; Fornell & Larcker, 1981). En ambos casos, los resultados indican que el estudio en términos generales tiene validez discriminante (ver Tabla 11).

**Tabla 11.***Validez discriminante e intervalos de valor*

|                              | <b>1</b>    | <b>2</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>5</b>    | <b>6</b>    |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Prestigio de marca</b>    | <b>0.50</b> | 0.97        | 0.40        | 0.51        | 0.26        | 0.10        |
| <b>Calidad percibida</b>     | (0.94;1.03) | <b>0.72</b> | 0.32        | 0.43        | 0.18        | 0.05        |
| <b>Preferencia de marca</b>  | (0.53;0.73) | (0.47;0.66) | <b>0.59</b> | 0.62        | 0.28        | 0.09        |
| <b>Credibilidad de marca</b> | (0.64;0.79) | (0.58;0.73) | (0.72;0.85) | <b>0.58</b> | 0.48        | 0.06        |
| <b>Informacion ahorrada</b>  | (0.41;0.62) | (0.32;0.53) | (0.42;0.63) | (0.62;0.77) | <b>0.56</b> | 0.06        |
| <b>Intencion de compra</b>   | (0.20;0.43) | (0.11;0.34) | (0.18;0.41) | (0.15;0.37) | (0.13;0.36) | <b>0.65</b> |

*Notas:* En la diagonal encontramos las varianzas extraídas (Anexo 4 y Anexo 5), en el triángulo inferior el intervalo de confianza entre los indicadores, y en el triángulo superior encontramos las correlaciones al cuadrado.

Una vez se finalizó la primera parte de la metodología en donde se determinó que, sí existe validez y fiabilidad en el estudio, se procedió a evaluar el modelo estructural propuesto. En este análisis se determinó que la credibilidad de marca influye de manera positiva en el prestigio de marca (H1) ( $\beta = 0.750$ ,  $p < 0.01$ ), la credibilidad de marca influye de manera positiva en la preferencia de marca (H2) ( $\beta = 0.743$ ,  $p < 0.01$ ), la credibilidad de marca influye de manera positiva en la información ahorrada (H3) ( $\beta = 0.758$ ,  $p < 0.01$ ), el prestigio de marca influye de manera positiva a la calidad percibida (H4) ( $\beta = 0.976$ ,  $p < 0.01$ ), y que la preferencia de marca influye de manera positiva en la intención de compra (H7) ( $\beta = 0.750$ ,  $p < 0.05$ ). Los resultados se muestran en la Tabla 12.

**Tabla 12.***Testeo de hipótesis*

| <b>Hipótesis</b> |  | <b><math>\beta</math> estandarizado</b> | <b>Valor t</b> |
|------------------|--|---|----------------|
| <b>H1</b>        | Credibilidad → Prestigio de marca          | 0.750**                                 | 12.321         |
| <b>H2</b>        | Credibilidad → Preferencia de marca        | 0.743**                                 | 9.745          |
| <b>H3</b>        | Credibilidad → Información ahorrada        | 0.758**                                 | 13.194         |
| <b>H4</b>        | Prestigio de marca → Calidad percibida     | 0.976**                                 | 13.749         |
| <b>H5</b>        | Prestigio de marca → Preferencia de marca  | 0.121                                   | 1.706          |
| <b>H6</b>        | Calidad percibida → Intención de compra    | 0.112                                   | 1.351          |
| <b>H7</b>        | Preferencia de marca → Intención de compra | 0.201*                                  | 2.025          |
| <b>H8</b>        | Información ahorrada → Intención de compra | 0.106                                   | 1.258          |

$X^2$  (128df) = 424.131; ( $p < .05$ ); RMSEA (90% CI) = 0.077 (0.069,0.085); CFI=.919; NNFI=.903

\*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

## CONCLUSIONES

La relación entre credibilidad y prestigio de marca (H1) se aceptó en nuestro estudio como también ha sido demostrado por otros autores (Baek et al., 2010; Baek & King, 2011; Naehyun (Paul) Jin et al., 2015), en donde confirman que credibilidad de marca influye positivamente al prestigio de marca, es decir, un cliente que cree en lo que una marca ofrece, el posicionamiento de la misma será más elevado en el mercado y cuando una marca no cumple con lo prometido su prestigio se verá afectado.

En el caso de la credibilidad y la preferencia de marca (H2) se cumple la relación, esto era de esperar porque cuando una marca está constantemente cumpliendo con lo prometido genera un favoritismo por parte del consumidor hacia determinada marca, además, Philip (2003) menciona a la preferencia de marca como una comparación de los consumidores del servicio recibido por varias marca, en donde es natural suponer que preferir una marca es consecuencia de sus dos componentes principales: confiabilidad y experiencia que se ha tenido con la misma (Erdem, T. ; Swait, 1998; Tülin Erdem & Swait, 2004; Gilaninia et al., 2012; Phillip et al., 2003).

En cuanto a la información ahorrada y su relación con la credibilidad de marca (H3) no nos sorprende que la hipótesis se cumpla, ya que varios autores han demostrado que existe dicha relación (Baek et al., 2010; Baek & King, 2011; Tülin Erdem & Swait, 2004; Hwang & Hyun, 2012; Javad Taghipourian et al., 2012; Naehyun (Paul) Jin et al., 2015). Esto es lógico porque el creer en una marca disminuye el proceso de recopilación de información y los costos de procesamiento, como costos psicológicos y gastos de tiempo por parte de los consumidores. También, la credibilidad que genera una marca le hace más intuitivo al consumidor hacia ella ya que disminuye el esfuerzo cognitivo por la experiencia que se tiene o se sabe de ella.

La relación entre prestigio y calidad de marca (H4) se sustenta por medio de los siguientes estudios (Baek et al., 2010; Gilaninia et al., 2012; Javad Taghipourian et al., 2012), esto tiene sentido, ya que la calidad percibida de la marca está basada en los constructos intrínsecos y extrínsecos con respecto a la superioridad y excelencia general de la marca, es decir, el prestigio de la marca (Aaker, 1991; Bouhleb, 2011). Por otro lado, la calidad percibida es una percepción abstracta del cliente causado por el prestigio de una marca dentro del mercado.

Si bien se plantea la relación de prestigio y preferencia de marca (H5), esta no se cumple pese a que otros autores han demostrado que existe una relación fuerte entre estas dos variables

(Hwang & Han, 2016; Hyun & Han, 2015). Esto puede estar ligado a factores económicos de los consumidores a lo que se los orientó el estudio. Los autores que afirman la relación hicieron sus estudios en marcas lujosas para viajeros (2015) y casinos (2016) que son industrias que captan consumidores económicamente fuertes, mientras que nuestro estudio se enfocó en consumidores económicamente más restringidos. Además, podemos suponer que los encuestados no prefieren una marca prestigiosa, sino que son influenciados por otros factores.

Pese a que varios autores sustentan una relación positiva entre la calidad percibida y la intención de comprar (H6), en nuestro estudio esta no se cumple (Amiri Aghdaie et al., 2012; Gilaninia et al., 2012; Javad, 2016; Javad Taghipourian et al., 2012). Estudios han demostrado que el comportamiento del cliente hacia una marca depende del tipo de economía a la que pertenece (desarrollada o en desarrollo), por un lado, en países con economías fuertes el cliente presta más atención a la calidad, mientras que en países con economías en desarrollo el precio es un factor determinante. Suponemos que la hipótesis no se cumple por factores socioeconómicos donde fueron realizadas las encuestas (Bilan et al., 2019).

La hipótesis que plantea una relación entre preferencia de marca e intención de compra (H7) fue aceptada, algo esperado ya que varias investigaciones han demostrado una tendencia de los consumidores a comprar productos de marcas de su preferencia (Chang & Liu, 2009; Chen & Chang, 2008; Cobb-Walgren et al., 1995; de Chernatony et al., 2004; Moradi & Zarei, 2011; Myers, 2003; Prasad & Dev, 2000), por lo que las marcas que invierten en campañas de mejora percepción y preferencia en el mercado, observan un incremento en la intención de compra de posibles consumidores (DAM, 2020). El preferir una marca, que como se sustentó anteriormente, viene causado por una credibilidad creada por dicha marca, por lo tanto, el preferir una marca es un proceso complejo dado por factores ligados a la confiabilidad, experiencia y percepción de la marca en el mercado.

Para la hipótesis H8 varios autores han demostrado la relación entre información ahorrada e intención de compra, sin embargo, en nuestro estudio no se aceptó dicha relación (Baek & King, 2011; Khan & Razzaque, 2015). La información ahorrada significa que el cliente conoce la marca, sin embargo, esto no quiere decir que el consumidor esté dispuesto a comprar dicha marca ya que su conocimiento puede plantear una imagen negativa por los productos o servicios ofrecidos por una marca, en conclusión, conocer una marca no es indicativo de comprarla. En base a nuestro

conocimiento del mercado encuestado, podemos suponer que la hipótesis no se cumple porque un usuario puede tener mucho conocimiento sobre la marca, pero esta refleja una imagen negativa del producto, que conlleva a no considerar esa marca como una opción.



## **RECOMENDACIONES**

En esta investigación se buscó comprender cuáles son las razones que influyen en la intención de compra en el sector VTTL. Se plantearon tres hipótesis, en donde se aceptó la relación entre preferencia de marca e intención de compra, y no se aceptaron las relaciones entre calidad percibida e intención de compra debido a que la calidad percibida no es un factor determinante en la intención de compra en una economía en vías de desarrollo. Adicionalmente no se aceptó la relación entre información ahorrada e intención de compra, porque un consumidor puede tener mucho conocimiento sobre la marca, pero esta refleja una imagen negativa del producto, que conlleva a no considerar esa marca como una opción.

En las relaciones complementarias de la investigación se aceptó la relación entre Credibilidad de marca y prestigio de marca; credibilidad de marca con preferencia de marca; credibilidad de marca con información ahorrada; y prestigio de marca con calidad percibida. Por otro lado, no se aceptó la relación entre prestigio de marca y preferencia. Esto puede estar ligado a factores económicos de los consumidores a lo que se los orientó el estudio. Además, podemos suponer que los encuestados no prefieren una marca prestigiosa, sino que son influenciados por otros factores, por lo que, en futuras investigaciones consideraríamos añadir el factor precio como moderador del modelo. También se recomienda otra investigación utilizando este modelo para que se tengan datos con que comparar.

Adicionalmente, la credibilidad de marca tiene una relación directa e indirecta con todos los factores del estudio, convirtiendo a este factor en la base fundamental del sector VTTL y demostrando ser la cualidad preferida por el taxista encuestado. Basándonos en esto, podemos concluir que el consumidor del sector VTTL busca confianza y experiencia de la marca en el sector. Finalmente, sugerimos que las marcas del sector automotriz en el sector VTTL estructuren planes, que logren captar la atención de los consumidores, como marcas especializadas en el sector VTTL.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D.A.; Biel, A. . (2009). *Brand equity & Advertising* (A. . Aaker, D.A.; Biel (ed.)). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Value: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *The Free Press, New York*.
- Adelfang, J. (2016). Conductores de Uber: ¿socios o empleados? *La Republica*. [https://www.larepublica.net/noticia/conductores\\_de\\_uber\\_socios\\_o\\_empleados](https://www.larepublica.net/noticia/conductores_de_uber_socios_o_empleados)
- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud En Tabasco, 11*, 7.
- Amiri Aghdaie, S. F., Dolatabadi, H. R., & Aliabadi, V. S. (2012). An Analysis of Impact of Brand Credibility and Perceived Quality on Consumers' Evaluations of Brand Alliance. *International Journal of Marketing Studies, 4*(2), 93–102. <https://doi.org/10.5539/ijms.v4n2p93>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). *Structural Equation Modeling in Practice : A Review and Recommended Two-Step Approach*. *103*(3), 411–423.
- Azuara, O., González, S., & Keller, L. (2019). ¿Quiénes son los conductores que utilizan las plataformas de transporte en América Latina? *Perfil de los conductores de Uber en Brasil, Chile, Colombia y México*. 104.
- Baek, T. H., Kim, J., & Yu, J. H. (2010). The differential roles of brand credibility and brand prestige in consumer brand choice. *Psychology and Marketing, 27*(7), 662–678. <https://doi.org/10.1002/mar.20350>
- Baek, T. H., & King, K. W. (2011). Exploring the consequences of brand credibility in services. *Journal of Services Marketing, 25*(4), 260–272. <https://doi.org/10.1108/08876041111143096>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 40*(1), 8–34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Beneke, J., & Zimmerman, N. (2014). Beyond private label panache: The effect of store image and perceived price on brand prestige. *Journal of Consumer Marketing, 31*(4), 301–311. <https://doi.org/10.1108/JCM-12-2013-0801>
- Bilan, Y., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2019). Brand management and macroeconomic stability of the country. *Polish Journal of Management Studies, 19*(2), 61–74. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.2.05>
- Bouhleb, O. (2011). *Brand Personality ' s Influence on the Purchase Intention : A Mobile Marketing Case*. *6*(9), 210–228. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n9p210>
- Cal, I., & Verdugo, V. (n.d.). GUÍA DE INTRODUCCIÓN A LA ECONOMETRÍA UTILIZANDO SHAZAM PROFESSIONAL. In *Eumed.net*. [https://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/955/Interpretacion de los coeficientes.htm](https://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/955/Interpretacion%20de%20los%20coeficientes.htm)
- Cascante, L. F. (2018). Un tercio de choferes de Uber manejan un vehículo de otro dueño y pagan hasta ¢100.000 por semana. *Universidad de Costa Rica*.

<https://semanariouniversidad.com/pais/un-tercio-de-choferes-de-uber-manejan-un-vehiculo-de-otro-dueno-y-pagan-hasta-100-000-por-semana/>

- Castillo, J., Guillen, A., & Badii, M. H. (2008). Tamano optimo de la muestra (Optimum sample size). *Innovaciones de Negocios*, 5(1), 53–65.
- Chang, H. H., & Liu, Y. M. (2009). The impact of brand equity on brand preference and purchase intentions in the service industries. *Service Industries Journal*, 29(12), 1687–1706. <https://doi.org/10.1080/02642060902793557>
- Chen, C. F., & Chang, Y. Y. (2008). Airline brand equity, brand preference, and purchase intentions-The moderating effects of switching costs. *Journal of Air Transport Management*, 14(1), 40–42. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2007.11.003>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. In Marcoulides G. A. (Ed.). *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Cobb-Walgren, C. J., Ruble, C. A., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference, and purchase intent. *Journal of Advertising*, 24(3), 25–40. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673481>
- DAM, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 939–947. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.939>
- de Chernatony, L., Harris, F. J., & Christodoulides, G. (2004). Developing a brand performance measure for financial services brands. *Service Industries Journal*, 24(2), 15–33. <https://doi.org/10.1080/02642060412331301232>
- Dubois, B., & Czellar, S. (2002). Prestige Brands or Luxury Brands? An Exploratory Inquire on Consumer Perceptions. *European Marketing Academy*, 1–9.
- Dzul, M. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Univerisdad Autónoma Del Estado de Hidalgo.
- Ecuador TV. (2019). *Historia del Transporte en Ecuador*. Medios Públicos Digitales.
- Editor, M. blog. (2019). *¿Qué son los Valores T y los Valores P en Estadística?* Minitab. <https://blog.minitab.com/es/que-son-los-valores-t-y-los-valores-p-en-estadistica>
- El Comercio. (2014). *En el país hay sobreoferta de taxis, pero el negocio aún resulta rentable*. El Comercio.
- El Comercio. (2019). Parque automotor de Ecuador creció en 1,4 millones de vehículos en una década. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/parque-automotor-ecuador-crecimiento-decada.html>
- Erdem, T.; Swait, J. (1998). Brand equity as a signaling phenomenon. *Journal of Consumer Psychology*, 7(2), 131–157.
- Erdem, T., & Swait, J. (2004). Brand credibility, brand consideration, and choice. *Journal of Consumer Research*, 191–198.
- Erdem, Tülin, & Swait, J. (2004). *Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice*. 31(June).
- Espinoza, S. I. (2017). Tipos de muestreo aleatorio. *Unidad De Investigación Científica Facultad*

- De Ciencias Médicas*, 1–22. <http://www.vadenumeros.es/sociales/tipos-de-muestreo.htm>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). SEM with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. In *Journal of Marketing Research* (Vol. 18, Issue 3, pp. 1–16).
- Fuentes, V. (2020). En España hay pocas mujeres conduciendo taxis: la lucha por abrirse hueco en un sector predominantemente masculino. *Motorpasion*. <https://www.motorpasion.com/industria/mujeres-taxistas-lucha-abrirse-hueco-sector-que-espana-solo-representa-4-gremio>
- García, J., López, J. C., Jiménez, F., Ramírez, Y., Lino, L., & Reding, A. (2014). *Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud*. <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721&sectionid=115929954>
- Gensch, D. H. (1987). A Two-Stage Disaggregate Attribute Choice Model. *Marketing Science*, 6(3), 223–239. <https://doi.org/10.1287/mksc.6.3.223>
- Gilaninia, S., Ganjina, H., Moridi, A., & Rahimi, M. (2012). *THE DIFFERENTIAL ROLES OF BRAND CREDIBILITY AND BRAND PRESTIGE IN THE CUSTOMERS ' PURCHASE INTENTION*. 2(4), 1–10.
- Gotlieb, J. B., & Sarel, D. (1992). The Influence of Type of Advertisement, Price, and Source Credibility on Perceived Quality. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(3), 253–260. <https://doi.org/10.1177/0092070392203006>
- Hu, J., Liu, X., Wang, S., & Yang, Z. (2012). The role of brand image congruity in Chinese consumers' brand preference. *Journal of Product and Brand Management*, 21(1), 26–34. <https://doi.org/10.1108/10610421211203088>
- Hurtado Ramirez, D. (2017). *Síndrome de burnout en conductores de una empresa de taxi de lima metropolitana*.
- Hwang, J., & Han, H. (2016). A Model of Brand Prestige Formation in the Casino Industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(8), 1106–1123. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1084977>
- Hwang, J., & Hyun, S. S. (2012). The Antecedents and Consequences of Brand Prestige in Luxury Restaurants. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(6), 656–683. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.640697>
- Hyun, S. S., & Han, H. (2015). *Luxury Cruise Travelers : Other Customer Perceptions*. <https://doi.org/10.1177/0047287513513165>
- Instituto Nacional Estadísticas y Censos [INEC]. (2015). Anuario de Transporte 2014. *Informes Anuales*, 46. <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional Estadísticas y Censos [INEC]. (2017a). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-Cuenca-a-traves-de-sus-cifras/>
- Instituto Nacional Estadísticas y Censos [INEC]. (2017b). *Tras las Cifras de Quito*.
- Javad, K. (2016). *The Effects of Brand Credibility and Prestige on Consumers Purchase Intention in Low and High Product Involvement The Effects of Brand Credibility and Prestige on Consumers Purchase*. January 2012.
- Javad Taghipourian, M., Author, C., & Heidarzadeh Hanzaee, K. (2012). The Effects of Brand

- Credibility and Prestige on Consumers Purchase Intention in Low and High Product Involvement. *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(2), 1281–1291. <https://www.researchgate.net/publication/301613897>
- Jin, Naehyun (Paul), Lee, S. (Shawn), & Jun, J. H. (2015). The role of brand credibility in predicting consumers' behavioural intentions in luxury restaurants. *Anatolia*, 26(3), 384–396. <https://doi.org/10.1080/13032917.2014.969284>
- Jin, Naehyun (Paul), Line, N. D., & Merkebu, J. (2016). The Impact of Brand Prestige on Trust, Perceived Risk, Satisfaction, and Loyalty in Upscale Restaurants. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25(5), 523–546. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1063469>
- Jones, A. E., Shapiro, N. I., Trzeciak, S., Arnold, R. C., Claremont, H. A., & Kline, J. A. (2010). Lactate clearance vs central venous oxygen saturation as goals of early sepsis therapy: A randomized clinical trial. *JAMA - Journal of the American Medical Association*, 303(8), 739–746. <https://doi.org/10.1001/jama.2010.158>
- Juslin, P., Olsson, H., & Olsson, A. C. (2003). Exemplar Effects in Categorization and Multiple-Cue Judgment. *Journal of Experimental Psychology: General*, 132(1), 133–156. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.132.1.133>
- Khan, M. M., & Razzaque, R. (2015). *MEASURING THE IMPACT OF BRAND POSITIONING ON CONSUMER PURCHASE INTENTION ACROSS*. XI(1), 69–95.
- Levingston, I. (2020). Women Grab the Wheel in World's Least-Diverse Occupation. *Bloomberg*. [https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-24/taxi-drivers-are-mostly-men-these-women-entrepreneurs-want-to-change-that?cmpid=socialflow-twitter-business&utm\\_content=business&utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=socialflow-organic](https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-24/taxi-drivers-are-mostly-men-these-women-entrepreneurs-want-to-change-that?cmpid=socialflow-twitter-business&utm_content=business&utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=socialflow-organic)
- Luke, R. H., & Doke, E. R. (1987). Marketing journal hierarchies: Faculty perceptions, 1986-87. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 15(1), 74–78. <https://doi.org/10.1007/BF02721957>
- Manzano Patiño, A. P. (2018). Introducción a los modelos de ecuaciones estructurales. *Investigación En Educación Médica*, 7(25), 67–72. <https://doi.org/10.1016/j.riem.2017.11.002>
- Maurya, U. K., & Mishra, P. (2012). What is a brand? A Perspective on Brand Meaning. *European Journal of Business and Management*, 4(3), 122–134.
- Montes Cadavid, J. C. (2018). *El taxi, ¿un transporte en vía de extinción?* La Republica.
- Moradi, H., & Zarei, A. (2011). The impact of brand equity on purchase intention and brand preference-the moderating effects of country of origin image. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(3), 539–545.
- Morrison, D. G. (1979). *AND PURCHASE BEHAVIOR* 11. 43(1966), 65–74.
- Moslehpour, M., & Huyen, N. T. Le. (2014). The Influence of Perceived Brand Quality and Perceived Brand Prestige on Purchase Likelihood of iPhone and HTC Mobile Phone in Taiwan. *Research in Business and Management*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.5296/rbm.v1i1.4882>

- Myers, C. A. (2003). Managing brand equity: A look at the impact of attributes. *Journal of Product & Brand Management*, 12(1), 39–51. <https://doi.org/10.1108/10610420310463126>
- Narváez, D. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV. <https://doi.org/10.31876/rsc.v25i1.29604>
- Nunnally, J. (1978). An Overview of Psychological Measurement. *Agile Project Management with Azure DevOps*, 37–66. [https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4483-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4483-8_2)
- Ok, C., Choi, Y. G., & Hyun, S. S. (2011). Roles of Brand Value Perception in the Development of Brand Credibility and Brand Prestige. *2011 ICHRIE Conference*, 13, 1–8. [www.google.com](http://www.google.com)
- Orozco, I. (2011). La aceptación de la hidroponía como “estrategia de marketing at retail.” *Mercadotecnia*, 0, 13.
- Pérez-Acosta, A. M. (2004). PRUEBA EXPERIMENTAL DEL EFECTO DE PREFERENCIA DE MARCAS PIONERAS. *Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Colombia*, 11(2), 205–220.
- Pérez, D. (2020). Revisión del Concepto de Causalidad en el Marco del Análisis Factorial Confirmatorio. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación – e Avaliação Psicológica*, 54(1). <https://doi.org/10.21865/ridep54.1.09>
- Phillip, K., Gus, M., Rodney, A., & John, A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11), 1762–1800.
- Prasad, K., & Dev, C. S. (2000). Managing Hotel Brand Equity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), 22–31. <https://doi.org/10.1177/001088040004100314>
- Público, O. de G. (2018). *USD 3 millones mensuales para los taxis de Ecuador*. Informes Del Observatorio. <https://www.gastopublico.org/informes-del-observatorio/usd-3-millones-mensuales-para-los-taxis-de-ecuador>
- Ramírez, P. E., Mariano, A. M., & Salazar, E. A. (2014). Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS: El caso del uso de bases de datos científicas en estudiantes universitarios. *Revista ADMpg Gestão Estratégica*, 7(2), 133–139.
- Restrepo Mantilla, Ó. J. (2020a). *Mercado automotor en 2019: El año cerró con 263.684 carros nuevos en las calles*. El Carro Colombiano.
- Restrepo Mantilla, Ó. J. (2020b). *Top 10: Los taxis más vendidos de Colombia*. El Carro Colombiano.
- Roberts, J. H., & Lattin, J. M. (1991). Development and Testing of a Model of Consideration Set Composition. *Journal of Marketing Research*, 28(4), 429. <https://doi.org/10.2307/3172783>
- Rodríguez, R. (1981). Tamaño de la Muestra. *Teoría Básica Del Muestreo*, 1–37.
- Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Revista Electronica de Veterinaria*, 16(1), 21–24.
- Romero, F. E. (2008). *El Transporte Terrestre De Pasajeros En Ecuador Y Quito: Perspectiva Histórica Y Situación Actual*. 42. [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

- Sánchez Angulo, G. (2012). *La “caja común” como modelo de gestión operativo financiero en la compañía de transporte San Francisco de Chillo Gallo S.A.* Universidad Politécnica Salesiana.
- Sataloff, R. T., Johns, M. M., & Kost, K. M. (2001). Evaluating Relationships among Brand Experience, Brand Personality, Brand Prestige, Brand Relationship Quality, and Brand Loyalty: An Empirical Study of Coffeehouse Brands. *Hospitality Management and Dietetics Kansas State University*, 2(2001). [https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1283&context=gradconf\\_hospitality](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1283&context=gradconf_hospitality)
- Sirieix, K. ; Dubois, P. L. (1999). Vers un modèle qualité-satisfaction intégrant la confiance ? *Recherches et Applications En Marketing*, 14.
- Steenkamp, Baltra; Steenkamp, A. (2003). How perceived brand globalness creates brand value. *Journal of International Business Studies*, 53–65.
- Taasobshirazi, G., & Wang, S. (2016). The performance of the SRMR, RMSEA, CFI, AND TLI. *Journal of Applied Quantative Methods*, 11(3), 31–41.
- Torres Valverde, E. ; P. R. G. (2013). *Medición de la intención de compra con base en un modelo de regresión logística de productos de consumo masivo.* Universidad politécnica Salesiana sede Quito.
- U.S. Department of Veterans Affairs. (2020). *EQS Structural Equation Modeling Software*. VA Technical Reference Model v 21.7. <https://www.oit.va.gov/Services/TRM/ToolPage.aspx?tid=6758>
- Vargas Vega, L. (2020). *La venta de taxis cero kilómetros han disminuido en 68% en lo corrido del año 2020.* La Republica.
- Wu, K., Chen, S., & Yuan, Y. (2018). Research on the customer loyalty of bicycle-sharing company based on PLS-SEM model. *ACM International Conference Proceeding Series*, 68–72. <https://doi.org/10.1145/3180374.3181358>

# ANEXOS

## Anexo 1.

*Encuesta piloto realizada en Google Forms*

### Taxis/Camiones

1. Género

*Marca solo un óvalo.*

Masculino

Femenino

2. Edad

---

3. Chofer o Dueño

*Marca solo un óvalo.*

Chofer

Dueño

4. Horario de Uso

---

5. Antigüedad de Vehículo

*Marca solo un óvalo.*

Nuevo (0 km)

Usado

Intención de compra

Valores Funcionales



6. Su taxi o camión...

Marca solo un óvalo por fila.

|                                  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es un modelo moderno atractivo   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Necesita reparaciones constantes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es seguro                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene buen servicio post-venta   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene la mejor calidad           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene la última tecnología       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es espacioso                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es practico                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene buen precio de reventa     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiene buena potencia su motor    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es maniobrable                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es económico                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Valores Simbólicos

7. Su taxi o camión...

*Marca solo un óvalo por fila.*

|                                   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es refinado                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es atractivo                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es bien pensado                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es accesible                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es confiable                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es prestigioso                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es deportivo                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es Moderno                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Le hace sentir seguro de si mismo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La hace sentir orgulloso          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Le hace sentir optimista          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es elegante                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es diseñado para sus necesidades  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Familiaridad con la marca

8. De la marca de mi auto yo...

*Marca solo un óvalo por fila.*

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Estoy familiarizado                                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Le he usado mucho tiempo                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La conozco bien                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Necesite mucha información antes de comprar        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Antes de comprar, no sabía si iba a ser bueno o no | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Preferencia de Marca

9. La marca de mi camión o Taxi...

*Marca solo un óvalo por fila.*

|                                  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Me tiene satisfecho              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Se adapta a mis necesidades      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es atractiva para mis compañeros | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Credibilidad de Marca

10. En cuanto a la marca

*Marca solo un óvalo por fila.*

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Se entrega o podría entregarte lo que se promete       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Crees en lo que te ofrece                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Se esfuerzan por entregarte lo que te ofrecieron       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Puedes confiar en el nombre de la marca                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Se que puedo confiar en la marca en el futuro          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Información de compra

11. Antes de realizar tu compra...

Marca solo un óvalo por fila.

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| El tipo de financiamiento que te ofrece la marca son importantes | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Las cuotas que te ofrece la marca son importantes                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es importante para ustedes tener buena garantía                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12. En cuanto a la marca de camión o taxi yo...

Marca solo un óvalo por fila.

|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Estoy dispuesto a comprar la marca      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Seramente consideraría comprar la marca | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Que tan probable fuera que compres la marca de tu taxi o camión

Marca solo un óvalo.

|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     | 8                     | 9                     | 10                    |         |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------|
| Nunca | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Siempre |

## Anexo 2.

### Ejemplo de Testeo de Hipótesis fallido (Simulación 1)

| Hipótesis  |                      |                        | $\beta$<br>estandarizado | Valor t |
|------------|----------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| <b>H1</b>  | Credibilidad         | → Prestigio de marca   | 0.782**                  | 8.780   |
| <b>H2</b>  | Prestigio de marca   | → Credibilidad         | -0.138                   | -1.842  |
| <b>H3</b>  | Credibilidad         | → Calidad percibida    | 0.120                    | -1.492  |
| <b>H4</b>  | Credibilidad         | → Preferencia de marca | 0.439                    | 0.395   |
| <b>H5</b>  | Credibilidad         | → Información ahorrada | 0.715**                  | 7.797   |
| <b>H6</b>  | Prestigio de marca   | → Calidad percibida    | 1.077**                  | 9.304   |
| <b>H7</b>  | Prestigio de marca   | → Preferencia de marca | 2.300                    | 0.251   |
| <b>H8</b>  | Prestigio de marca   | → Información ahorrada | -0.019                   | 0.247   |
| <b>H9</b>  | Calidad percibida    | → Preferencia de marca | -1.997                   | -0.238  |
| <b>H10</b> | Calidad percibida    | → Intención de compra  | 0.105                    | 1.393   |
| <b>H11</b> | Preferencia de marca | → Intención de compra  | 0.186*                   | 2.041   |
| <b>H12</b> | Información ahorrada | → Intención de compra  | 0.095                    | 1.209   |

$X^2$  (123df) = 382.94; ( $p < .05$ ); RMSEA (90% CI) = 0.07 (0.06,0.08); CFI=.929; NNFI=.912

\*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

\*Nota: No se acepta ya que hay valores negativos en H2, H8 y H9

## Anexo 3.

### Ejemplo de Testeo de Hipótesis fallido (Simulación 2)

| Hipótesis  |                      |                        | $\beta$<br>estandarizado | Valor t |
|------------|----------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| <b>H1</b>  | Credibilidad         | → Prestigio de marca   | 0.788**                  | 12.556  |
| <b>H3</b>  | Credibilidad         | → Calidad percibida    | -0.136                   | -1.638  |
| <b>H4</b>  | Credibilidad         | → Preferencia de marca | 0.459                    | 0.372   |
| <b>H5</b>  | Credibilidad         | → Información ahorrada | 0.770**                  | 8.889   |
| <b>H6</b>  | Prestigio de marca   | → Calidad percibida    | 1.097**                  | 9.706   |
| <b>H7</b>  | Prestigio de marca   | → Preferencia de marca | 2.237                    | 0.243   |
| <b>H8</b>  | Prestigio de marca   | → Información ahorrada | -0.014                   | -0.179  |
| <b>H9</b>  | Calidad percibida    | → Preferencia de marca | -1.902                   | -0.230  |
| <b>H10</b> | Calidad percibida    | → Intención de compra  | 0.112                    | 1.391   |
| <b>H11</b> | Preferencia de marca | → Intención de compra  | 0.206*                   | 2.100   |
| <b>H12</b> | Información ahorrada | → Intención de compra  | 0.104                    | 1.230   |

$X^2$  (125df) = 420.949; ( $p < .05$ ); RMSEA (90% CI) = 0.078 (0.07,0.086); CFI=.919; NNFI=.901

\*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

\*Nota: Se eliminó la H2, pero se sigue obteniendo valores negativos en H3, H8 y H9

#### Anexo 4.

##### Ejemplo de Testeo de Hipótesis fallido (Simulación 3)

| Hipótesis  |                      |                        | $\beta$<br>estandarizado | Valor t |
|------------|----------------------|------------------------|--------------------------|---------|
| <b>H1</b>  | Credibilidad         | → Prestigio de marca   | 1.616**                  | 10.069  |
| <b>H2</b>  | Prestigio de marca   | → Credibilidad         | 7.904**                  | ERROR   |
| <b>H4</b>  | Credibilidad         | → Preferencia de marca | 0.682**                  | 7.882   |
| <b>H5</b>  | Credibilidad         | → Información ahorrada | 0.709**                  | 7.965   |
| <b>H6</b>  | Prestigio de marca   | → Calidad percibida    | 0.974**                  | 12.335  |
| <b>H7</b>  | Prestigio de marca   | → Preferencia de marca | 0.636                    | 0.822   |
| <b>H8</b>  | Prestigio de marca   | → Información ahorrada | -0.012                   | -0.162  |
| <b>H9</b>  | Calidad percibida    | → Preferencia de marca | 0.500                    | -0.665  |
| <b>H10</b> | Calidad percibida    | → Intención de compra  | 0.103                    | 1.348   |
| <b>H11</b> | Preferencia de marca | → Intención de compra  | 0.187*                   | 2.039   |
| <b>H12</b> | Información ahorrada | → Intención de compra  | 0.094                    | 1.194   |

$\chi^2$  (124df) = 385.417; ( $p < .05$ ); RMSEA (90% CI) = 0.074 (0.065,0.082); CFI=.929; NNFI=.912

\*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

\*Nota: Se siguen obteniendo valores negativos en H8, por lo que se procedió a eliminar H2, H3, H8 y H9 obteniendo el modelo causal final.

#### Anexo 5.

##### Validez discriminante

| FACTORES  | COVARIANZA<br>ENTRE FS | ERROR | 2X<br>ERROR | INTERVALO<br>INFERIOR | INTERVALO<br>SUPERIOR |
|-----------|------------------------|-------|-------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>F1</b> | F2                     | 0,988 | 0,022       | 0,044                 | 1,032                 |
| <b>F1</b> | F3                     | 0,636 | 0,049       | 0,098                 | 0,734                 |
| <b>F1</b> | F4                     | 0,72  | 0,037       | 0,074                 | 0,794                 |
| <b>F1</b> | F5                     | 0,517 | 0,053       | 0,106                 | 0,623                 |
| <b>F1</b> | F6                     | 0,321 | 0,058       | 0,116                 | 0,437                 |
| <b>F2</b> | F3                     | 0,571 | 0,049       | 0,098                 | 0,669                 |
| <b>F2</b> | F4                     | 0,658 | 0,038       | 0,076                 | 0,734                 |
| <b>F2</b> | F5                     | 0,433 | 0,053       | 0,106                 | 0,539                 |
| <b>F2</b> | F6                     | 0,23  | 0,057       | 0,114                 | 0,344                 |
| <b>F3</b> | F4                     | 0,79  | 0,034       | 0,068                 | 0,858                 |
| <b>F3</b> | F5                     | 0,533 | 0,053       | 0,106                 | 0,639                 |
| <b>F3</b> | F6                     | 0,301 | 0,059       | 0,118                 | 0,419                 |
| <b>F4</b> | F5                     | 0,698 | 0,037       | 0,074                 | 0,772                 |
| <b>F4</b> | F6                     | 0,264 | 0,055       | 0,11                  | 0,374                 |
| <b>F5</b> | F6                     | 0,248 | 0,059       | 0,118                 | 0,366                 |

## Anexo 6.

### Varianzas Extraída

| Factores | Covarianza entre factores | Cuadrado de la Covarianza | COMPARACION DE AVE POR PAR FACTORES |            | Validez discriminante |
|----------|---------------------------|---------------------------|-------------------------------------|------------|-----------------------|
| F1 F2    | 0,988                     | 0,976144                  | 0,499169                            | 0,723944   | no                    |
| F1 F3    | 0,636                     | 0,404496                  | 0,499169                            | 0,5895185  | SI                    |
| F1 F4    | 0,72                      | 0,5184                    | 0,499169                            | 0,5775774  | SI                    |
| F1 F5    | 0,517                     | 0,267289                  | 0,499169                            | 0,55600567 | SI                    |
| F1 F6    | 0,321                     | 0,103041                  | 0,499169                            | 0,65042333 | SI                    |
| F2 F3    | 0,571                     | 0,326041                  | 0,723944                            | 0,5895185  | SI                    |
| F2 F4    | 0,658                     | 0,432964                  | 0,723944                            | 0,5775774  | SI                    |
| F2 F5    | 0,433                     | 0,187489                  | 0,723944                            | 0,55600567 | SI                    |
| F2 F6    | 0,23                      | 0,0529                    | 0,723944                            | 0,65042333 | SI                    |
| F3 F4    | 0,79                      | 0,6241                    | 0,5895185                           | 0,5775774  | no                    |
| F3 F5    | 0,533                     | 0,284089                  | 0,5895185                           | 0,55600567 | SI                    |
| F3 F6    | 0,301                     | 0,090601                  | 0,5895185                           | 0,65042333 | SI                    |
| F4 F5    | 0,698                     | 0,487204                  | 0,5775774                           | 0,55600567 | SI                    |
| F4 F6    | 0,264                     | 0,069696                  | 0,5775774                           | 0,65042333 | SI                    |
| F5 F6    | 0,248                     | 0,061504                  | 0,55600567                          | 0,65042333 | SI                    |

## Anexo 7.

### Capturas de pantalla de la programación del AFC en EQS

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
/TITLE
AFC5
/SPECIFICATIONS
DATA='c:\users\asus\desktop\tesis mateo y colo\taxis1.ess';
VARIABLES=27; CASES=390;
METHOD=ML; ANALYSIS=COVARIANCE; MATRIX=RAW;
/LABELS
V1=CUIDAD; V2=EDAD; V3=SEXO; V4=BPRES1; V5=BPRES2;
V6=BPRES3; V7=PQ1; V8=PQ2; V9=BF1; V10=BF2;
V11=BF3; V12=BF4; V13=BP1; V14=BP2; V15=BP3;
V16=BC1; V17=BC2; V18=BC3; V19=BC4; V20=BC5;
V21=BC6; V22=ICS1; V23=ICS2; V24=ICS3; V25=PI2;
V26=PI3; V27=PI1R;
/EQUATIONS
V4 = *F1 + E4;
V5 = *F1 + E5;
V6 = *F1 + E6;
V7 = *F2 + E7;
V8 = *F2 + E8;
!V13 = 1F3 + E13;
V14 = *F3 + E14;
V15 = *F3 + E15;

```



```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
V16 = *F4 + E16;
!V17 = *F4 + E17;
V18 = *F4 + E18;
V19 = *F4 + E19;
V20 = *F4 + E20;
V21 = *F4 + E21;

V22 = *F5 + E22;
V23 = *F5 + E23;
V24 = *F5 + E24;

V25 = *F6 + E25;
V26 = *F6 + E26;
V27 = *F6 + E27;

/VARIANCES

F1 = 1;
F2 = 1;
F3 = 1;
F4 = 1;
F5 = 1;
F6 = 1;

E4 = *;

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Icons] ES 15:03
```

```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
E4 = *;
E5 = *;
E6 = *;
E7 = *;
E8 = *;
!E13 = *;
E14 = *;
E15 = *;
E16 = *;
!E17 = *;
E18 = *;
E19 = *;
E20 = *;
E21 = *;
E22 = *;
E23 = *;
E24 = *;
E25 = *;
E26 = *;
E27 = *;

/COVARIANCES

F1, F2 = *;
F1, F3 = *;
F2, F3 = *;

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Icons] ES 15:04
```

```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
---
E26 = *;
E27 = *;

/COVARIANCES

F1, F2 = *;
F1, F3 = *;
F2, F3 = *;
F1, F4 = *;
F2, F4 = *;
F3, F4 = *;
F1, F5 = *;
F2, F5 = *;
F3, F5 = *;
F4, F5 = *;
F1, F6 = *;
F2, F6 = *;
F3, F6 = *;
F4, F6 = *;
F5, F6 = *;

/PRINT

!EIS;
FIT=ALL;
!TABLE=FOUNDTION.

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Icons] ES 15:04
```

```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
F1, F3 = *;
F2, F3 = *;
F1, F4 = *;
F2, F4 = *;
F3, F4 = *;
F1, F5 = *;
F2, F5 = *;
F3, F5 = *;
F4, F5 = *;
F1, F6 = *;
F2, F6 = *;
F3, F6 = *;
F4, F6 = *;
F5, F6 = *;

/PRINT

!EIS;
FIT=ALL;
!TABLE=EQUATION;

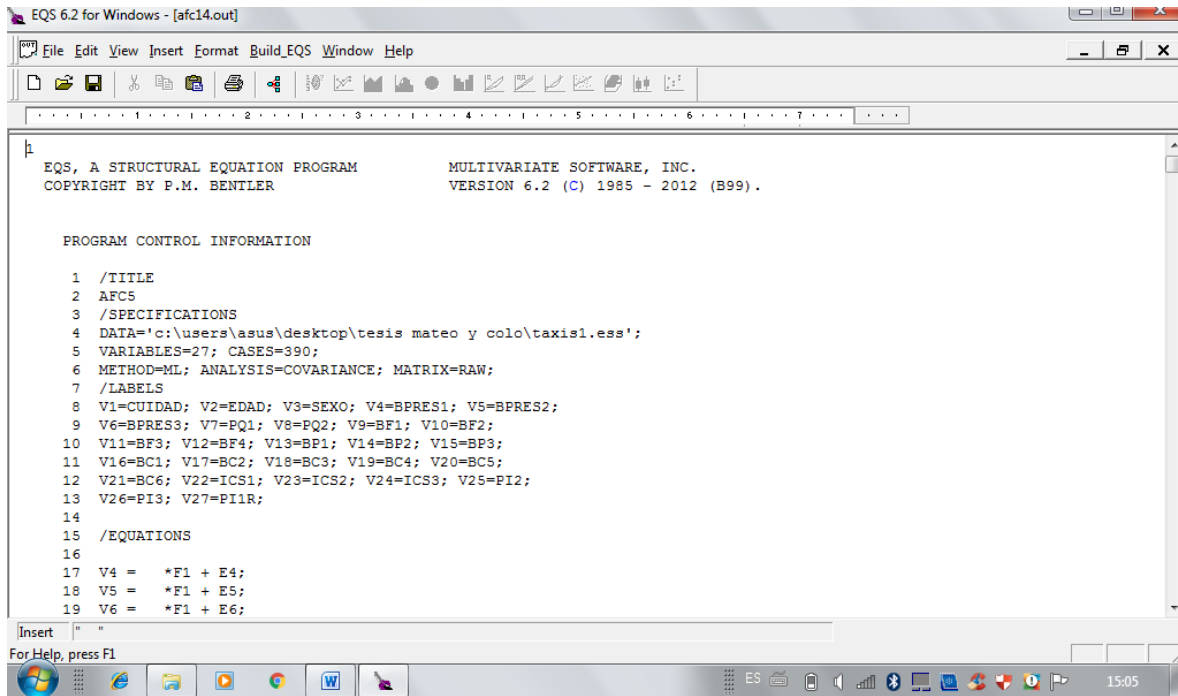
/LMTEST
/WTEST

/END

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Icons] ES 15:04
```

## Anexo 8.

### Captura de pantalla de los resultados del AFC en EQS



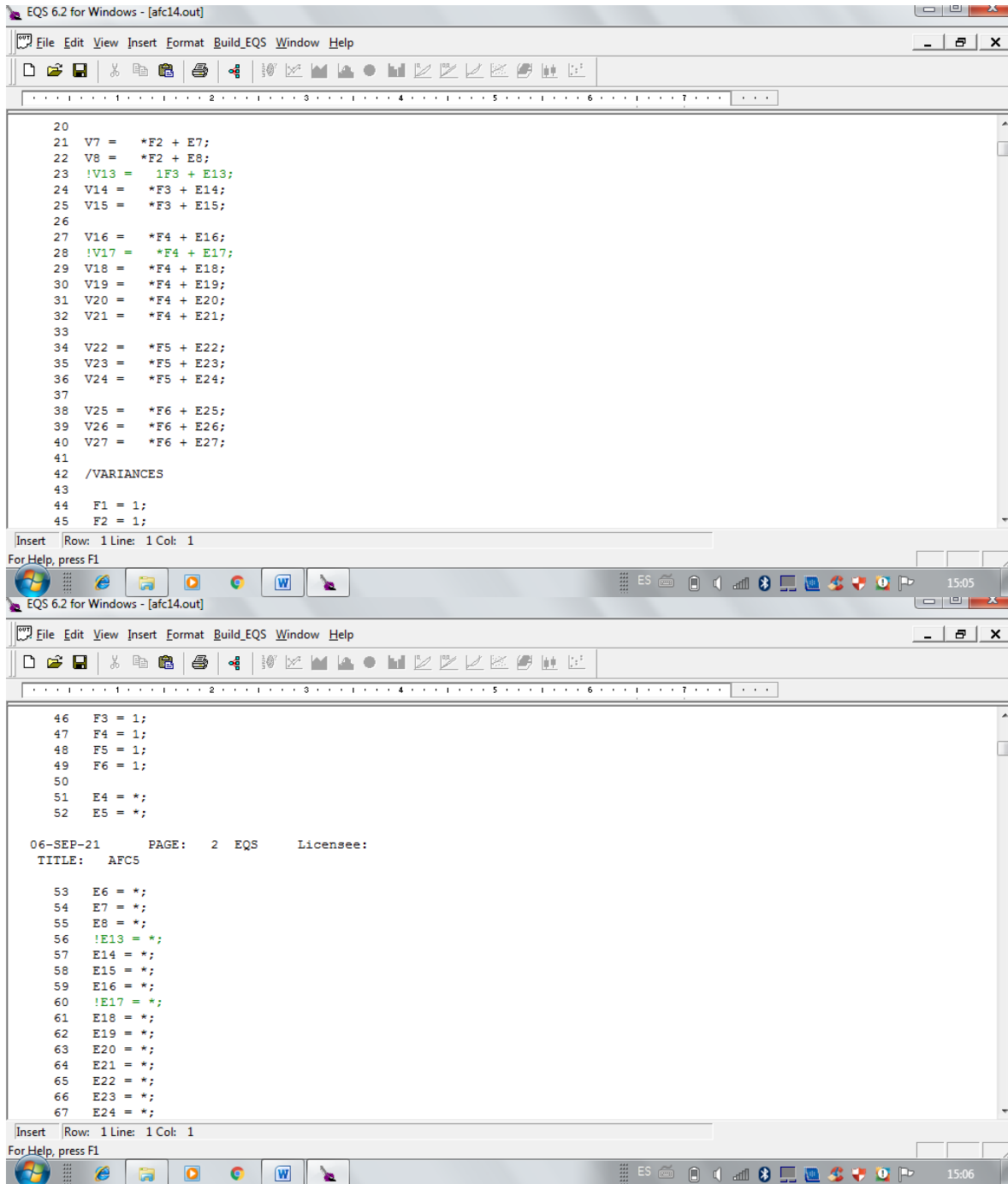
The screenshot shows the EQS 6.2 for Windows interface. The window title is "EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]". The menu bar includes "File", "Edit", "View", "Insert", "Format", "Build\_EQS", "Window", and "Help". The toolbar contains various icons for file operations and analysis. The main text area displays the following program control information:

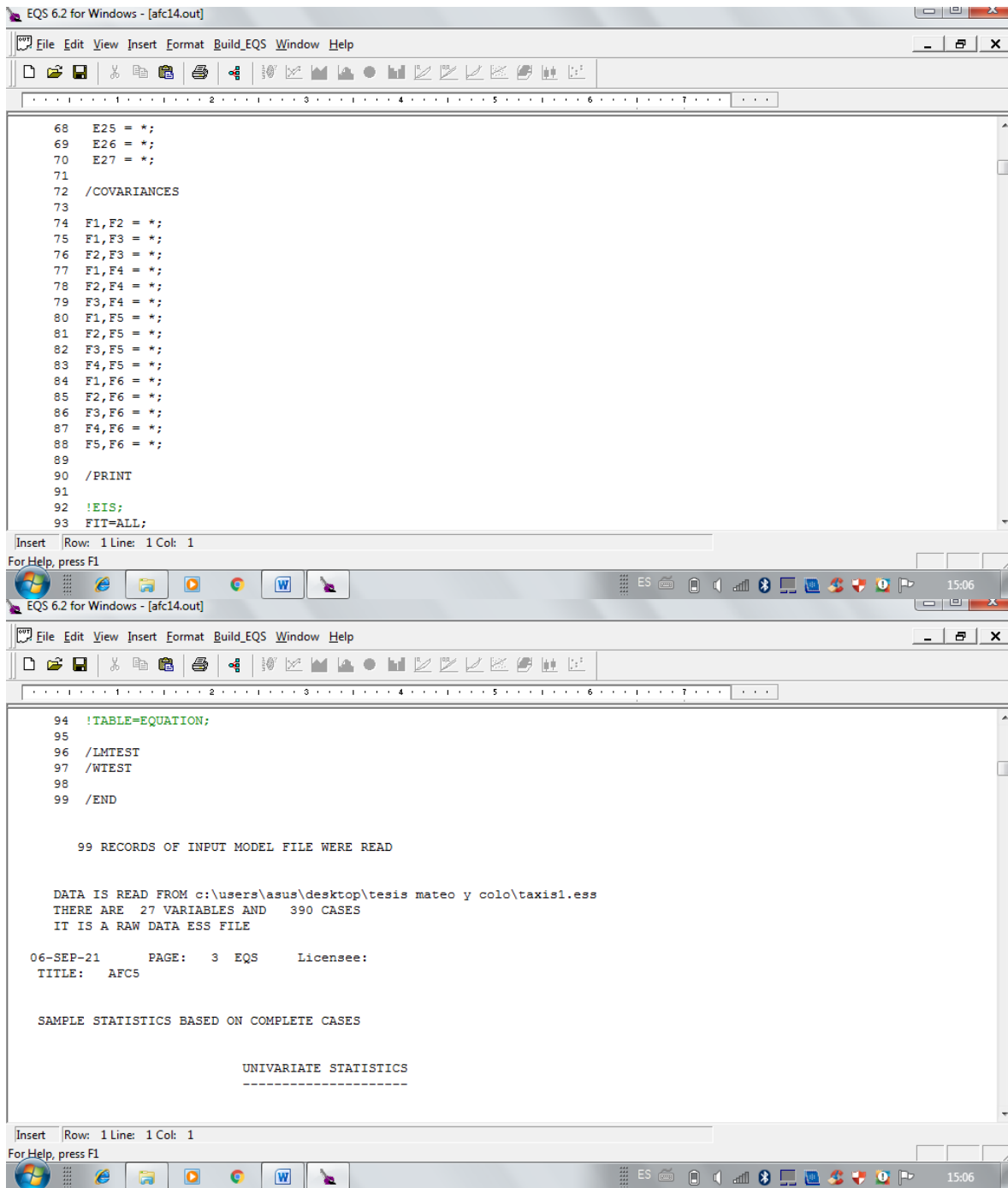
```
EQS, A STRUCTURAL EQUATION PROGRAM          MULTIVARIATE SOFTWARE, INC.
COPYRIGHT BY P.M. BENTLER                   VERSION 6.2 (C) 1985 - 2012 (B99).

PROGRAM CONTROL INFORMATION

1  /TITLE
2  AFC5
3  /SPECIFICATIONS
4  DATA='c:\users\asus\desktop\tesis mateo y colc\taxis1.ess';
5  VARIABLES=27; CASES=390;
6  METHOD=ML; ANALYSIS=COVARIANCE; MATRIX=RAW;
7  /LABELS
8  V1=CUIDAD; V2=EDAD; V3=SEXO; V4=BPRES1; V5=BPRES2;
9  V6=BPRES3; V7=PQ1; V8=PQ2; V9=BF1; V10=BF2;
10 V11=BF3; V12=BF4; V13=BP1; V14=BP2; V15=BP3;
11 V16=BC1; V17=BC2; V18=BC3; V19=BC4; V20=BC5;
12 V21=BC6; V22=ICS1; V23=ICS2; V24=ICS3; V25=PI2;
13 V26=PI3; V27=PI1R;
14
15 /EQUATIONS
16
17 V4 = *F1 + E4;
18 V5 = *F1 + E5;
19 V6 = *F1 + E6;
```

At the bottom of the window, there is an "Insert" field and a status bar that reads "For Help, press F1". The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with icons for network, volume, and power, and the time is 15:05.





EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

UNIVARIATE STATISTICS

| VARIABLE      | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| MEAN          | 5.9282       | 5.9410       | 5.8590       | 6.0000    | 6.2333    |
| SKEWNESS (G1) | -1.6631      | -1.5459      | -1.5798      | -1.3746   | -2.1369   |
| KURTOSIS (G2) | 2.9242       | 3.4245       | 2.7889       | 2.9312    | 6.5765    |
| STANDARD DEV. | 1.2887       | 1.0941       | 1.2597       | 1.1108    | 1.0112    |

| VARIABLE      | BP2<br>V14 | BP3<br>V15 | BC1<br>V16 | BC3<br>V18 | BC4<br>V19 |
|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| MEAN          | 5.8872     | 6.2077     | 5.6179     | 5.6513     | 5.6821     |
| SKEWNESS (G1) | -1.1636    | -2.0644    | -1.9000    | -1.2444    | -1.3914    |
| KURTOSIS (G2) | 3.4764     | 5.5541     | 6.3646     | 3.5858     | 3.3686     |
| STANDARD DEV. | 0.9113     | 1.1271     | 0.9099     | 1.0545     | 1.0618     |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

ES 15:06

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

| VARIABLE      | BC5<br>V20 | BC6<br>V21 | ICS1<br>V22 | ICS2<br>V23 | ICS3<br>V24 |
|---------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| MEAN          | 5.9282     | 6.0949     | 5.3282      | 5.5641      | 5.7256      |
| SKENNESS (G1) | -1.6299    | -1.8455    | -1.3545     | -1.9996     | -1.4479     |
| KURTOSIS (G2) | 4.2480     | 5.2539     | 5.3392      | 6.2048      | 4.0889      |
| STANDARD DEV. | 1.0341     | 1.0581     | 0.9266      | 0.9430      | 1.0237      |

| VARIABLE      | PI2<br>V25 | PI3<br>V26 | PI1R<br>V27 |
|---------------|------------|------------|-------------|
| MEAN          | 5.4256     | 5.7000     | 5.5385      |
| SKENNESS (G1) | -1.1352    | -1.6440    | -1.3977     |
| KURTOSIS (G2) | 1.0982     | 2.5815     | 1.2051      |
| STANDARD DEV. | 1.4045     | 1.4483     | 1.6468      |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MULTIVARIATE KURTOSIS

MARDIA'S COEFFICIENT (G2,P) = 195.7006  
NORMALIZED ESTIMATE = 72.0159

ELLIPTICAL THEORY KURTOSIS ESTIMATES

MARDIA-BASED KAPPA = 0.5436 MEAN SCALED UNIVARIATE KURTOSIS = 1.3151  
MARDIA-BASED KAPPA IS USED IN COMPUTATION. KAPPA= 0.5436

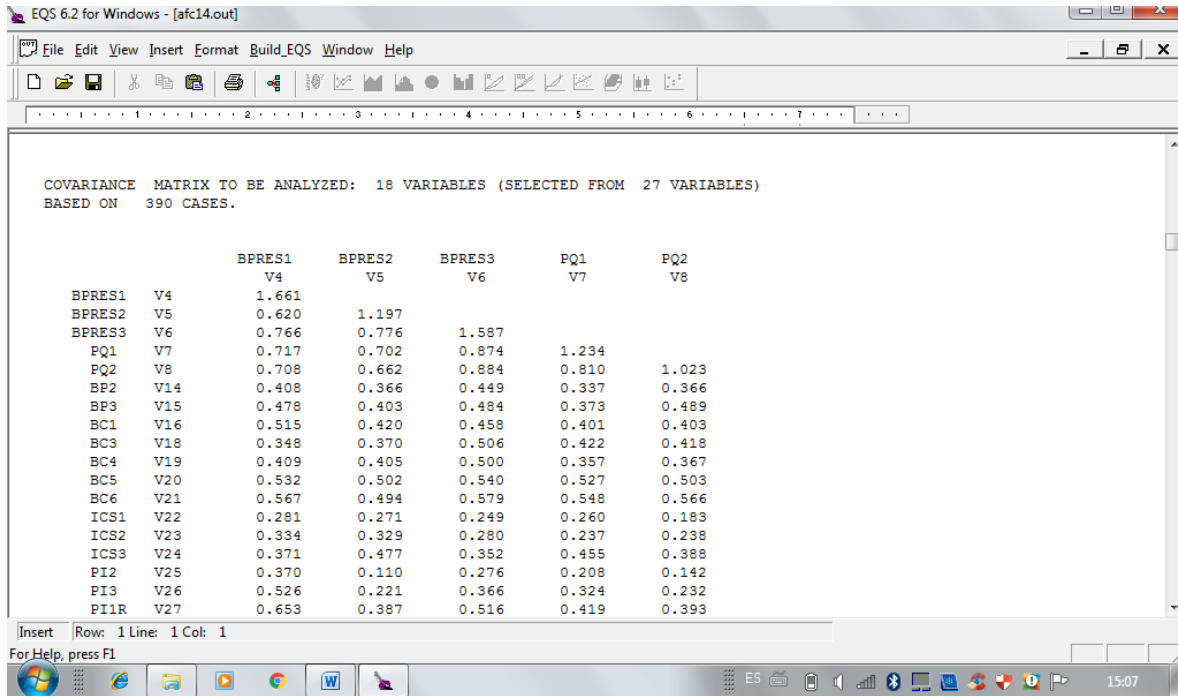
CASE NUMBERS WITH LARGEST CONTRIBUTION TO NORMALIZED MULTIVARIATE KURTOSIS:

| CASE NUMBER | 3         | 17        | 32        | 33        | 371       |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ESTIMATE    | 4551.9765 | 2600.6872 | 3851.7693 | 2516.7449 | 2431.1920 |

06-SEP-21 PAGE: 4 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]





EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     |       |       |       |       |       |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
|      |     | BP2   | BP3   | BC1   | BC3   | BC4   |
|      |     | V14   | V15   | V16   | V18   | V19   |
| BP2  | V14 | 0.830 |       |       |       |       |
| BP3  | V15 | 0.604 | 1.270 |       |       |       |
| BC1  | V16 | 0.384 | 0.527 | 0.828 |       |       |
| BC3  | V18 | 0.364 | 0.502 | 0.501 | 1.112 |       |
| BC4  | V19 | 0.409 | 0.444 | 0.585 | 0.711 | 1.127 |
| BC5  | V20 | 0.431 | 0.578 | 0.574 | 0.533 | 0.592 |
| BC6  | V21 | 0.435 | 0.679 | 0.610 | 0.596 | 0.601 |
| ICS1 | V22 | 0.271 | 0.135 | 0.329 | 0.308 | 0.341 |
| ICS2 | V23 | 0.285 | 0.284 | 0.347 | 0.369 | 0.357 |
| ICS3 | V24 | 0.367 | 0.479 | 0.424 | 0.552 | 0.355 |
| PI2  | V25 | 0.259 | 0.220 | 0.204 | 0.123 | 0.149 |
| PI3  | V26 | 0.233 | 0.332 | 0.294 | 0.114 | 0.192 |
| PI1R | V27 | 0.367 | 0.392 | 0.381 | 0.188 | 0.328 |

|      |     |       |       |       |       |       |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
|      |     | BC5   | BC6   | ICS1  | ICS2  | ICS3  |
|      |     | V20   | V21   | V22   | V23   | V24   |
| BC5  | V20 | 1.069 |       |       |       |       |
| BC6  | V21 | 0.752 | 1.120 |       |       |       |
| ICS1 | V22 | 0.276 | 0.352 | 0.859 |       |       |
| ICS2 | V23 | 0.367 | 0.414 | 0.539 | 0.889 |       |
| ICS3 | V24 | 0.536 | 0.579 | 0.458 | 0.538 | 1.048 |
| PI2  | V25 | 0.195 | 0.268 | 0.210 | 0.137 | 0.238 |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     |       |       |       |       |       |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| PI2  | V25 | 0.195 | 0.268 | 0.210 | 0.137 | 0.238 |
| PI3  | V26 | 0.287 | 0.304 | 0.212 | 0.206 | 0.180 |
| PI1R | V27 | 0.365 | 0.350 | 0.332 | 0.246 | 0.325 |

|      |     |       |       |       |
|------|-----|-------|-------|-------|
|      |     | PI2   | PI3   | PI1R  |
|      |     | V25   | V26   | V27   |
| PI2  | V25 | 1.973 |       |       |
| PI3  | V26 | 1.431 | 2.097 |       |
| PI1R | V27 | 1.472 | 1.424 | 2.712 |

BENTLER-WEEKS STRUCTURAL REPRESENTATION:

NUMBER OF DEPENDENT VARIABLES = 18  
 DEPENDENT V'S : 4 5 6 7 8 14 15 16 18 19  
 DEPENDENT V'S : 20 21 22 23 24 25 26 27

NUMBER OF INDEPENDENT VARIABLES = 24  
 INDEPENDENT F'S : 1 2 3 4 5 6  
 INDEPENDENT E'S : 4 5 6 7 8 14 15 16 18 19  
 INDEPENDENT E'S : 20 21 22 23 24 25 26 27

NUMBER OF FREE PARAMETERS = 51  
 NUMBER OF FIXED NONZERO PARAMETERS = 24

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

NUMBER OF FIXED NONZERO PARAMETERS = 24

\*\*\* WARNING MESSAGES ABOVE, IF ANY, REFER TO THE MODEL PROVIDED.  
CALCULATIONS FOR INDEPENDENCE MODEL NOW BEGIN.

\*\*\* WARNING MESSAGES ABOVE, IF ANY, REFER TO INDEPENDENCE MODEL.  
CALCULATIONS FOR USER'S MODEL NOW BEGIN.

3RD STAGE OF COMPUTATION REQUIRED 60128 WORDS OF MEMORY.  
PROGRAM ALLOCATED 2000000 WORDS

DETERMINANT OF INPUT MATRIX IS 0.26153D-02

PARAMETER ESTIMATES APPEAR IN ORDER,  
NO SPECIAL PROBLEMS WERE ENCOUNTERED DURING OPTIMIZATION.

RESIDUAL COVARIANCE MATRIX (S-SIGMA) :

|        |    | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|--------|----|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| BPRES1 | V4 | 0.000        |              |              |           |           |
| BPRES2 | V5 | -0.010       | 0.000        |              |           |           |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

ES 15:07

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

RESIDUAL COVARIANCE MATRIX (S-SIGMA) :

|        |     | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|--------|-----|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| BPRES1 | V4  | 0.000        |              |              |           |           |
| BPRES2 | V5  | -0.010       | 0.000        |              |           |           |
| BPRES3 | V6  | -0.033       | 0.027        | 0.000        |           |           |
| PQ1    | V7  | -0.013       | 0.017        | 0.007        | 0.000     |           |
| PQ2    | V8  | -0.019       | -0.020       | 0.020        | 0.000     | 0.000     |
| BP2    | V14 | 0.054        | 0.034        | 0.028        | -0.013    | 0.017     |
| BP3    | V15 | 0.014        | -0.032       | -0.066       | -0.085    | 0.033     |
| BC1    | V16 | 0.092        | 0.023        | -0.045       | -0.024    | -0.021    |
| BC3    | V18 | -0.080       | -0.030       | -0.001       | -0.008    | -0.009    |
| BC4    | V19 | -0.034       | -0.010       | -0.026       | -0.088    | -0.076    |
| BC5    | V20 | 0.052        | 0.053        | -0.029       | 0.045     | 0.023     |
| BC6    | V21 | 0.053        | 0.012        | -0.032       | 0.031     | 0.052     |
| ICS1   | V22 | 0.002        | 0.010        | -0.082       | 0.003     | -0.073    |
| ICS2   | V23 | 0.019        | 0.034        | -0.093       | -0.053    | -0.050    |
| ICS3   | V24 | 0.050        | 0.176        | -0.029       | 0.160     | 0.094     |
| PI2    | V25 | 0.056        | -0.184       | -0.097       | -0.040    | -0.105    |
| PI3    | V26 | 0.214        | -0.071       | -0.004       | 0.078     | -0.013    |
| PI1R   | V27 | 0.330        | 0.083        | 0.131        | 0.163     | 0.139     |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

ES 15:08

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     | BP2    | BP3    | BC1    | BC3    | BC4    |
|------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
|      |     | V14    | V15    | V16    | V18    | V19    |
| BP2  | V14 | 0.000  |        |        |        |        |
| BP3  | V15 | 0.000  | 0.000  |        |        |        |
| BC1  | V16 | -0.001 | 0.023  | 0.000  |        |        |
| BC3  | V18 | -0.024 | -0.006 | -0.018 | 0.000  |        |
| BC4  | V19 | 0.006  | -0.083 | 0.047  | 0.168  | 0.000  |
| BC5  | V20 | -0.005 | 0.007  | -0.008 | -0.055 | -0.019 |
| BC6  | V21 | -0.033 | 0.068  | -0.015 | -0.035 | -0.053 |
| ICS1 | V22 | 0.033  | -0.177 | -0.001 | -0.025 | -0.004 |
| ICS2 | V23 | 0.017  | -0.068 | -0.024 | -0.005 | -0.031 |
| ICS3 | V24 | 0.093  | 0.120  | 0.046  | 0.169  | -0.042 |
| PI2  | V25 | 0.014  | -0.100 | -0.022 | -0.105 | -0.088 |
| PI3  | V26 | -0.010 | 0.014  | 0.069  | -0.113 | -0.043 |
| PI1R | V27 | 0.115  | 0.062  | 0.148  | -0.047 | 0.085  |

|      |     | BC5    | BC6    | ICS1   | ICS2   | ICS3   |
|------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
|      |     | V20    | V21    | V22    | V23    | V24    |
| BC5  | V20 | 0.000  |        |        |        |        |
| BC6  | V21 | 0.044  | 0.000  |        |        |        |
| ICS1 | V22 | -0.098 | -0.048 | 0.000  |        |        |
| ICS2 | V23 | -0.053 | -0.037 | 0.052  | 0.000  |        |
| ICS3 | V24 | 0.106  | 0.118  | -0.040 | -0.023 | 0.000  |
| PI2  | V25 | -0.061 | -0.007 | 0.015  | -0.082 | 0.014  |
| PI3  | V26 | 0.033  | 0.031  | 0.019  | -0.012 | -0.043 |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     | BP2    | BP3    | BC1    | BC3    | BC4    |
|------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
|      |     | V14    | V15    | V16    | V18    | V19    |
| BP2  | V14 | 0.000  |        |        |        |        |
| BP3  | V15 | 0.000  | 0.000  |        |        |        |
| BC1  | V16 | -0.001 | 0.023  | 0.000  |        |        |
| BC3  | V18 | -0.024 | -0.006 | -0.018 | 0.000  |        |
| BC4  | V19 | 0.006  | -0.083 | 0.047  | 0.168  | 0.000  |
| BC5  | V20 | -0.005 | 0.007  | -0.008 | -0.055 | -0.019 |
| BC6  | V21 | -0.033 | 0.068  | -0.015 | -0.035 | -0.053 |
| ICS1 | V22 | 0.033  | -0.177 | -0.001 | -0.025 | -0.004 |
| ICS2 | V23 | 0.017  | -0.068 | -0.024 | -0.005 | -0.031 |
| ICS3 | V24 | 0.093  | 0.120  | 0.046  | 0.169  | -0.042 |
| PI2  | V25 | 0.014  | -0.100 | -0.022 | -0.105 | -0.088 |
| PI3  | V26 | -0.010 | 0.014  | 0.069  | -0.113 | -0.043 |
| PI1R | V27 | 0.115  | 0.062  | 0.148  | -0.047 | 0.085  |

|      |     | BC5    | BC6    | ICS1   | ICS2   | ICS3   |
|------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
|      |     | V20    | V21    | V22    | V23    | V24    |
| BC5  | V20 | 0.000  |        |        |        |        |
| BC6  | V21 | 0.044  | 0.000  |        |        |        |
| ICS1 | V22 | -0.098 | -0.048 | 0.000  |        |        |
| ICS2 | V23 | -0.053 | -0.037 | 0.052  | 0.000  |        |
| ICS3 | V24 | 0.106  | 0.118  | -0.040 | -0.023 | 0.000  |
| PI2  | V25 | -0.061 | -0.007 | 0.015  | -0.082 | 0.014  |
| PI3  | V26 | 0.033  | 0.031  | 0.019  | -0.012 | -0.043 |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

STANDARDIZED RESIDUAL MATRIX:

|        |     | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|--------|-----|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| BPRES1 | V4  | 0.000        |              |              |           |           |
| BPRES2 | V5  | -0.007       | 0.000        |              |           |           |
| BPRES3 | V6  | -0.020       | 0.020        | 0.000        |           |           |
| PQ1    | V7  | -0.009       | 0.014        | 0.005        | 0.000     |           |
| PQ2    | V8  | -0.015       | -0.018       | 0.016        | 0.000     | 0.000     |
| BP2    | V14 | 0.046        | 0.034        | 0.025        | -0.013    | 0.019     |
| BP3    | V15 | 0.010        | -0.026       | -0.047       | -0.068    | 0.029     |
| BC1    | V16 | 0.078        | 0.023        | -0.039       | -0.024    | -0.022    |
| BC3    | V18 | -0.059       | -0.026       | -0.001       | -0.007    | -0.009    |
| BC4    | V19 | -0.025       | -0.009       | -0.020       | -0.075    | -0.071    |
| BC5    | V20 | 0.039        | 0.047        | -0.023       | 0.039     | 0.022     |
| BC6    | V21 | 0.039        | 0.010        | -0.024       | 0.026     | 0.048     |
| ICS1   | V22 | 0.001        | 0.010        | -0.070       | 0.003     | -0.078    |
| ICS2   | V23 | 0.016        | 0.033        | -0.078       | -0.050    | -0.052    |
| ICS3   | V24 | 0.038        | 0.158        | -0.023       | 0.140     | 0.091     |
| PI2    | V25 | 0.031        | -0.120       | -0.055       | -0.026    | -0.074    |
| PI3    | V26 | 0.115        | -0.045       | -0.002       | 0.048     | -0.009    |

To Row: 1 Line: 1 Col: 1

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     |       |        |        |        |        |
|------|-----|-------|--------|--------|--------|--------|
| ICS1 | V22 | 0.001 | 0.010  | -0.070 | 0.003  | -0.078 |
| ICS2 | V23 | 0.016 | 0.033  | -0.078 | -0.050 | -0.052 |
| ICS3 | V24 | 0.038 | 0.158  | -0.023 | 0.140  | 0.091  |
| PI2  | V25 | 0.031 | -0.120 | -0.055 | -0.026 | -0.074 |
| PI3  | V26 | 0.115 | -0.045 | -0.002 | 0.048  | -0.009 |
| PI1R | V27 | 0.155 | 0.046  | 0.063  | 0.089  | 0.083  |

|      |     | BP2<br>V14 | BP3<br>V15 | BC1<br>V16 | BC3<br>V18 | BC4<br>V19 |
|------|-----|------------|------------|------------|------------|------------|
| BP2  | V14 | 0.000      |            |            |            |            |
| BP3  | V15 | 0.000      | 0.000      |            |            |            |
| BC1  | V16 | -0.002     | 0.023      | 0.000      |            |            |
| BC3  | V18 | -0.025     | -0.005     | -0.018     | 0.000      |            |
| BC4  | V19 | 0.006      | -0.070     | 0.048      | 0.150      | 0.000      |
| BC5  | V20 | -0.005     | 0.006      | -0.009     | -0.051     | -0.017     |
| BC6  | V21 | -0.034     | 0.057      | -0.016     | -0.031     | -0.048     |
| ICS1 | V22 | 0.039      | -0.169     | -0.001     | -0.026     | -0.004     |
| ICS2 | V23 | 0.019      | -0.064     | -0.028     | -0.005     | -0.031     |
| ICS3 | V24 | 0.100      | 0.104      | 0.049      | 0.157      | -0.039     |
| PI2  | V25 | 0.011      | -0.063     | -0.017     | -0.071     | -0.059     |
| PI3  | V26 | -0.007     | 0.009      | 0.053      | -0.074     | -0.028     |
| PI1R | V27 | 0.076      | 0.033      | 0.099      | -0.027     | 0.048      |

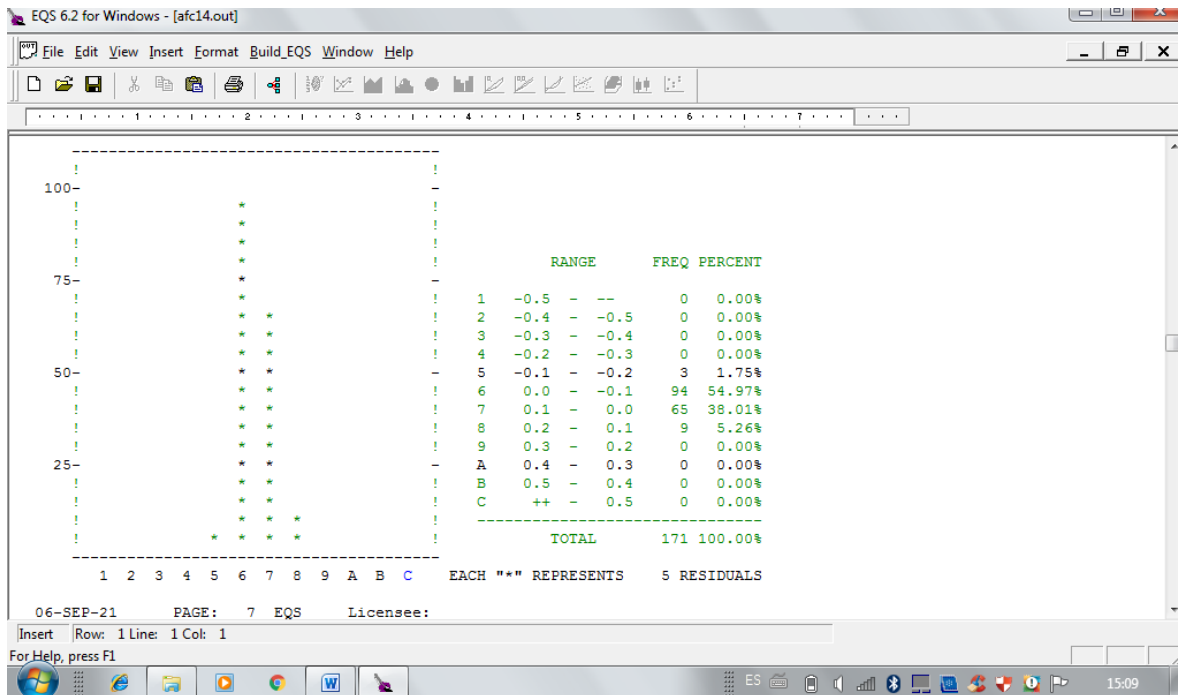
  

|      |     | BC5 | BC6 | ICS1 | ICS2 | ICS3 |
|------|-----|-----|-----|------|------|------|
| BC5  | V20 |     |     |      |      |      |
| BC6  | V21 |     |     |      |      |      |
| ICS1 | V22 |     |     |      |      |      |
| ICS2 | V23 |     |     |      |      |      |
| ICS3 | V24 |     |     |      |      |      |

To Row: 1 Line: 1 Col: 1

For Help, press F1





EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

1 2 3 4 5 6 7 8 9 A B C EACH \*\*\* REPRESENTS 5 RESIDUALS

06-SEP-21 PAGE: 7 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

GOODNESS OF FIT SUMMARY FOR METHOD = ML

INDEPENDENCE MODEL CHI-SQUARE = 3809.478 ON 153 DEGREES OF FREEDOM

INDEPENDENCE AIC = 3503.478 INDEPENDENCE CAIC = 2743.658  
MODEL AIC = 137.393 MODEL CAIC = -458.545

CHI-SQUARE = 377.393 BASED ON 120 DEGREES OF FREEDOM  
PROBABILITY VALUE FOR THE CHI-SQUARE STATISTIC IS 0.00000

THE NORMAL THEORY RLS CHI-SQUARE FOR THIS ML SOLUTION IS 363.564.

FIT INDICES

BENTLER-BONETT NORMED FIT INDEX = 0.901  
BENTLER-BONETT NON-NORMED FIT INDEX = 0.910

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
PROBABILITY VALUE FOR THE CHI-SQUARE STATISTIC IS      0.00000
THE NORMAL THEORY RLS CHI-SQUARE FOR THIS ML SOLUTION IS      363.564.

FIT INDICES
-----
BENTLER-BONETT      NORMED FIT INDEX =      0.901
BENTLER-BONETT NON-NORMED FIT INDEX =      0.910
COMPARATIVE FIT INDEX (CFI) =      0.930
BOLLEN'S          (IFI) FIT INDEX =      0.930
MCDONALD'S        (MFI) FIT INDEX =      0.719
JORESKOG-SORBOM'S GFI FIT INDEX =      0.906
JORESKOG-SORBOM'S AGFI FIT INDEX =      0.866
ROOT MEAN-SQUARE RESIDUAL (RMR) =      0.069
STANDARDIZED RMR =      0.052
ROOT MEAN-SQUARE ERROR OF APPROXIMATION (RMSEA) =      0.074
90% CONFIDENCE INTERVAL OF RMSEA ( 0.066, 0.083)

RELIABILITY COEFFICIENTS
-----
CRONBACH'S ALPHA =      0.898
RELIABILITY COEFFICIENT RHO =      0.937

STANDARDIZED FACTOR LOADINGS FOR THE FACTOR THAT GENERATES
MAXIMAL RELIABILITY FOR THE UNIT-WEIGHT COMPOSITE
BASED ON THE MODEL (RHO) :
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
STANDARDIZED FACTOR LOADINGS FOR THE FACTOR THAT GENERATES
MAXIMAL RELIABILITY FOR THE UNIT-WEIGHT COMPOSITE
BASED ON THE MODEL (RHO) :
BPRES1  BPRES2  BPRES3  PQ1    PQ2    BP2
0.553   0.610   0.671   0.647  0.707  0.593
BP3     BC1     BC3     BC4     BC5     BC6
0.627   0.697   0.608   0.626  0.696  0.729
ICS1    ICS2    ICS3    PI2     PI3     PI1R
0.516   0.571   0.537   0.488  0.470  0.429

ITERATIVE SUMMARY

ITERATION  PARAMETER  ABS CHANGE  ALPHA  FUNCTION
1          0.410382  1.00000    2.21873
2          0.084139  1.00000    1.00052
3          0.016231  1.00000    0.97155
4          0.003890  1.00000    0.97034
5          0.001155  1.00000    0.97019
6          0.000484  1.00000    0.97016

06-SEP-21  PAGE: 8 EQS  Licensee:
TITLE: AFCS
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
6          0.000484      1.00000      0.97016

06-SEP-21    PAGE:   8  EQS    Licensee:
TITLE:   AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

MEASUREMENT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

BPRES1 =V4 =  .820*F1  + 1.000 E4
              .061
              13.410@

BPRES2 =V5 =  .769*F1  + 1.000 E5
              .051
              15.199@

BPRES3 =V6 =  .974*F1  + 1.000 E6
              .057
              17.220@

PQ1    =V7 =  .902*F2  + 1.000 E7
              .048
              18.690@

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
PQ1    =V7 =  .902*F2  + 1.000 E7
              .048
              18.690@

PQ2    =V8 =  .898*F2  + 1.000 E8
              .042
              21.210@

BP2    =V14 = .680*F3  + 1.000 E14
              .045
              15.255@

BP3    =V15 = .889*F3  + 1.000 E15
              .055
              16.206@

BC1    =V16 = .717*F4  + 1.000 E16
              .040
              18.000@

BC3    =V18 = .724*F4  + 1.000 E18
              .049
              14.858@

BC4    =V19 = .751*F4  + 1.000 E19
              .049

Insert Row: 594 Line: 594 Col: 42
For Help, press F1

```



```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
BC4 =V19 = .751*F4 + 1.000 E19
      .049
      15.464@
BC5 =V20 = .812*F4 + 1.000 E20
      .045
      17.928@
BC6 =V21 = .871*F4 + 1.000 E21
      .045
      19.229@

MEASUREMENT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS (CONTINUED)
06-SEP-21 PAGE: 9 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

ICS1 =V22 = .658*F5 + 1.000 E22
      .045
      14.625@
ICS2 =V23 = .741*F5 + 1.000 E23
      .045
      16.608@

Insert Row: 618 Line: 618 Col: 0
For Help, press F1
```

```
EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
ICS2 =V23 = .741*F5 + 1.000 E23
      .045
      16.608@
ICS3 =V24 = .757*F5 + 1.000 E24
      .049
      15.390@
PI2 =V25 = 1.194*F6 + 1.000 E25
      .063
      18.927@
PI3 =V26 = 1.186*F6 + 1.000 E26
      .066
      18.036@
PI1R =V27 = 1.230*F6 + 1.000 E27
      .076
      16.089@

06-SEP-21 PAGE: 10 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

Insert Row: 643 Line: 643 Col: 58
For Help, press F1
```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES

-----

STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

| V   |           | F     |   |
|-----|-----------|-------|---|
| --- |           | ---   |   |
|     | I F1 - F1 | 1.000 | I |
|     | I         |       | I |
|     | I         |       | I |
|     | I F2 - F2 | 1.000 | I |
|     | I         |       | I |
|     | I         |       | I |
|     | I F3 - F3 | 1.000 | I |
|     | I         |       | I |
|     | I         |       | I |
|     | I F4 - F4 | 1.000 | I |
|     | I         |       | I |
|     | I         |       | I |
|     | I F5 - F5 | 1.000 | I |
|     | I         |       | I |

Insert Row: 667 Line: 667 Col: 80

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|  |           |       |   |
|--|-----------|-------|---|
|  | I F5 - F5 | 1.000 | I |
|  | I         |       | I |
|  | I         |       | I |
|  | I F6 - F6 | 1.000 | I |
|  | I         |       | I |
|  | I         |       | I |

06-SEP-21 PAGE: 11 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES

-----

STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

| E          |          | D   |   |
|------------|----------|-----|---|
| ---        |          | --- |   |
| E4 -BPRES1 | .988*I   |     | I |
|            | .077 I   |     | I |
|            | 12.833@I |     | I |
|            | I        |     | I |
| E5 -BPRES2 | .606*I   |     | I |
|            | .050 I   |     | I |

Insert Row: 691 Line: 691 Col: 80

For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
. . . . . 1 . . . . . 2 . . . . . 3 . . . . . 4 . . . . . 5 . . . . . 6 . . . . . 7 . . . . .
E5 -BPRES2      .606*I          I
                .050 I          I
                12.222@I      I
                I          I
E6 -BPRES3      .638*I          I
                .058 I          I
                10.976@I      I
                I          I
E7 - PQ1        .421*I          I
                .040 I          I
                10.631@I      I
                I          I
E8 - PQ2        .216*I          I
                .030 I          I
                7.270@I      I
                I          I
E14 - BP2       .368*I          I
                .039 I          I
                9.449@I      I
                I          I
E15 - BP3       .480*I          I
                .060 I          I
                8.005@I      I
                I          I
E16 - BC1       .314*I          I
                .027 I          I
                I          I
Insert | Row: 715 Line: 715 Col: 80
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
. . . . . 1 . . . . . 2 . . . . . 3 . . . . . 4 . . . . . 5 . . . . . 6 . . . . . 7 . . . . .
                .060 I          I
                8.005@I      I
                I          I
E16 - BC1       .314*I          I
                .027 I          I
                11.466@I      I
                I          I
E18 - BC3       .588*I          I
                .047 I          I
                12.608@I      I
                I          I
E19 - BC4       .563*I          I
                .045 I          I
                12.441@I      I
                I          I
E20 - BC5       .409*I          I
                .036 I          I
                11.503@I      I
                I          I
E21 - BC6       .360*I          I
                .034 I          I
                10.742@I      I
                I          I
| 06-SEP-21      PAGE: 12 EQS      Licensee:
  TITLE:  AFC5
Insert | Row: 736 Line: 736 Col: 75
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
TITLE: AFC5
MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)
VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES (CONTINUED)
-----
E22 - ICS1      .426*I          I
                .040 I          I
                10.723@I      I
                I          I
E23 - ICS2      .340*I          I
                .039 I          I
                8.804@I      I
                I          I
E24 - ICS3      .475*I          I
                .047 I          I
                10.086@I      I
                I          I
E25 - PI2       .546*I          I
                .076 I          I
                7.185@I      I
                I          I
E26 - PI3       .691*I          I
                .081 I          I
                8.493@I      I
                I          I
Insert Row: 761 Line: 761 Col: 80
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
8.493@I          I
I          I
E27 - PI1R      1.198*I          I
                .111 I          I
                10.775@I      I
                I          I
06-SEP-21 PAGE: 13 EQS Licensee:
TITLE: AFC5
MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)
COVARIANCES AMONG INDEPENDENT VARIABLES
-----
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.
      V          F
      ---          ---
      I F2 - F2          .988*I
      I F1 - F1          .022 I
      I          44.929@I
      I          I
      I F3 - F3          .636*I
      I F1 - F1          .049 I
      I          12.914@I
      I          I
Insert Row: 786 Line: 786 Col: 80
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
I F3 - F3 .636*I
I F1 - F1 .049 I
I 12.914@I
I
I F4 - F4 .720*I
I F1 - F1 .037 I
I 19.234@I
I
I F5 - F5 .517*I
I F1 - F1 .053 I
I 9.814@I
I
I F6 - F6 .321*I
I F1 - F1 .058 I
I 5.532@I
I
I F3 - F3 .571*I
I F2 - F2 .049 I
I 11.727@I
I
I F4 - F4 .658*I
I F2 - F2 .038 I
I 17.539@I
I
I F5 - F5 .433*I
I F2 - F2 .053 I
Insert | Row: 808 Line: 808 Col: 80
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
I F5 - F5 .433*I
I F2 - F2 .053 I
I 8.213@I
I
I F6 - F6 .230*I
I F2 - F2 .057 I
I 4.051@I
I
I F4 - F4 .790*I
I F3 - F3 .034 I
I 23.044@I
I
I F5 - F5 .533*I
I F3 - F3 .053 I
I 10.083@I
I
I F6 - F6 .301*I
I F3 - F3 .059 I
I 5.088@I
I
06-SEP-21 PAGE: 14 EQS Licensee:
TITLE: AFC5
MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)
Insert | Row: 832 Line: 832 Col: 58
For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

COVARIANCES AMONG INDEPENDENT VARIABLES (CONTINUED)

```

-----
          I F5 -   F5          .698*I
          I F4 -   F4          .037 I
          I          18.8370I
          I
          I F6 -   F6          .264*I
          I F4 -   F4          .055 I
          I          4.7990I
          I
          I F6 -   F6          .248*I
          I F5 -   F5          .059 I
          I          4.2310I
          I
  
```

06-SEP-21 PAGE: 15 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

STANDARDIZED SOLUTION: R-SQUARED

Insert Row: 856 Line: 856 Col: 79  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

STANDARDIZED SOLUTION: R-SQUARED

```

BPRES1 =V4 = .637*F1 + .771 E4 .405
BPRES2 =V5 = .703*F1 + .711 E5 .494
BPRES3 =V6 = .773*F1 + .634 E6 .598
PQ1 =V7 = .812*F2 + .584 E7 .659
PQ2 =V8 = .888*F2 + .460 E8 .788
BP2 =V14 = .746*F3 + .666 E14 .556
BP3 =V15 = .789*F3 + .614 E15 .622
BC1 =V16 = .788*F4 + .616 E16 .621
BC3 =V18 = .687*F4 + .727 E18 .471
BC4 =V19 = .707*F4 + .707 E19 .500
BC5 =V20 = .786*F4 + .619 E20 .617
BC6 =V21 = .823*F4 + .567 E21 .678
ICS1 =V22 = .710*F5 + .704 E22 .504
ICS2 =V23 = .786*F5 + .619 E23 .617
ICS3 =V24 = .739*F5 + .673 E24 .547
PI2 =V25 = .850*F6 + .526 E25 .723
PI3 =V26 = .819*F6 + .574 E26 .671
PI1R =V27 = .747*F6 + .665 E27 .558
  
```

06-SEP-21 PAGE: 16 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

Insert Row: 880 Line: 880 Col: 71  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

CORRELATIONS AMONG INDEPENDENT VARIABLES

-----

| V   |           | F   |        |
|-----|-----------|-----|--------|
| --- |           | --- |        |
|     | I F2 - F2 |     | .988*I |
|     | I F1 - F1 |     | I      |
|     | I         |     | I      |
|     | I F3 - F3 |     | .636*I |
|     | I F1 - F1 |     | I      |
|     | I         |     | I      |
|     | I F4 - F4 |     | .720*I |
|     | I F1 - F1 |     | I      |
|     | I         |     | I      |
|     | I F5 - F5 |     | .517*I |
|     | I F1 - F1 |     | I      |
|     | I         |     | I      |
|     | I F6 - F6 |     | .321*I |
|     | I F1 - F1 |     | I      |
|     | I         |     | I      |
|     | I F3 - F3 |     | .571*I |
|     | I F2 - F2 |     | I      |

Insert Row: 880 Line: 880 Col: 71

For Help, press F1

ES 15:13

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|  |           |  |        |
|--|-----------|--|--------|
|  | I F2 - F2 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F4 - F4 |  | .658*I |
|  | I F2 - F2 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F5 - F5 |  | .433*I |
|  | I F2 - F2 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F6 - F6 |  | .230*I |
|  | I F2 - F2 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F4 - F4 |  | .790*I |
|  | I F3 - F3 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F5 - F5 |  | .533*I |
|  | I F3 - F3 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F6 - F6 |  | .301*I |
|  | I F3 - F3 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F5 - F5 |  | .698*I |
|  | I F4 - F4 |  | I      |
|  | I         |  | I      |
|  | I F6 - F6 |  | .264*I |
|  | I F4 - F4 |  | I      |
|  | I         |  | I      |

Insert Row: 929 Line: 929 Col: 80

For Help, press F1

ES 15:13

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
I F6 - F6 .264*I
I F4 - F4 I
I I
I F6 - F6 .248*I
I F5 - F5 I
I I

-----
E N D O F M E T H O D
-----

06-SEP-21 PAGE: 17 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

WALD TEST (FOR DROPPING PARAMETERS)
MULTIVARIATE WALD TEST BY SIMULTANEOUS PROCESS

Insert Row: 952 Line: 952 Col: 37
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
06-SEP-21 PAGE: 17 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

WALD TEST (FOR DROPPING PARAMETERS)
MULTIVARIATE WALD TEST BY SIMULTANEOUS PROCESS

CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS          UNIVARIATE INCREMENT
-----
STEP PARAMETER  CHI-SQUARE  D.F.  PROBABILITY  CHI-SQUARE  PROBABILITY
-----

*****
      NONE OF THE FREE PARAMETERS IS DROPPED IN THIS PROCESS.

06-SEP-21 PAGE: 18 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

Insert Row: 969 Line: 969 Col: 0
For Help, press F1

```



EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

LAGRANGE MULTIPLIER TEST (FOR ADDING PARAMETERS)

ORDERED UNIVARIATE TEST STATISTICS:

| NO | CODE | PARAMETER | CHI-SQUARE | PROB. | HANCOCK 120 DF PROB. | PARAM. CHANGE | STANDARDIZED CHANGE | PREDICTED RMSEA | CFI   |
|----|------|-----------|------------|-------|----------------------|---------------|---------------------|-----------------|-------|
| 1  | 2 12 | V24, F4   | 38.720     | 0.000 | 1.000                | 0.513         | 0.501               | 0.069           | 0.940 |
| 2  | 2 12 | V24, F3   | 33.699     | 0.000 | 1.000                | 0.387         | 0.378               | 0.070           | 0.939 |
| 3  | 2 12 | V24, F1   | 21.768     | 0.000 | 1.000                | 0.267         | 0.261               | 0.071           | 0.935 |
| 4  | 2 12 | V24, F2   | 20.517     | 0.000 | 1.000                | 0.244         | 0.239               | 0.072           | 0.935 |
| 5  | 2 12 | V22, F3   | 12.360     | 0.000 | 1.000                | -0.210        | -0.227              | 0.073           | 0.933 |
| 6  | 2 12 | V25, F1   | 12.186     | 0.000 | 1.000                | -0.200        | -0.143              | 0.073           | 0.933 |
| 7  | 2 12 | V25, F2   | 12.179     | 0.000 | 1.000                | -0.195        | -0.139              | 0.073           | 0.933 |
| 8  | 2 12 | V27, F1   | 12.143     | 0.000 | 1.000                | 0.246         | 0.149               | 0.073           | 0.933 |
| 9  | 2 12 | V27, F2   | 11.810     | 0.001 | 1.000                | 0.237         | 0.144               | 0.073           | 0.933 |
| 10 | 2 12 | V6, F5    | 11.799     | 0.001 | 1.000                | -0.262        | -0.208              | 0.073           | 0.933 |
| 11 | 2 12 | V23, F4   | 10.205     | 0.001 | 1.000                | -0.255        | -0.270              | 0.073           | 0.932 |
| 12 | 2 12 | V4, F6    | 9.414      | 0.002 | 1.000                | 0.202         | 0.156               | 0.073           | 0.932 |
| 13 | 2 12 | V22, F4   | 9.251      | 0.002 | 1.000                | -0.222        | -0.239              | 0.073           | 0.932 |
| 14 | 2 12 | V15, F5   | 8.603      | 0.003 | 1.000                | -0.264        | -0.235              | 0.073           | 0.932 |
| 15 | 2 12 | V14, F5   | 8.603      | 0.003 | 1.000                | 0.202         | 0.222               | 0.073           | 0.932 |

Insert Row: 993 Line: 993 Col: 79  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |      |         |       |       |       |        |        |       |       |
|----|------|---------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 16 | 2 12 | V5, F5  | 8.020 | 0.005 | 1.000 | 0.184  | 0.168  | 0.074 | 0.932 |
| 17 | 2 12 | V4, F2  | 7.735 | 0.005 | 1.000 | -1.311 | -1.018 | 0.074 | 0.931 |
| 18 | 2 12 | V19, F1 | 7.114 | 0.008 | 1.000 | -0.185 | -0.174 | 0.074 | 0.931 |
| 19 | 2 12 | V23, F1 | 6.838 | 0.009 | 1.000 | -0.140 | -0.149 | 0.074 | 0.931 |
| 20 | 2 12 | V6, F2  | 6.377 | 0.012 | 1.000 | 1.167  | 0.927  | 0.074 | 0.931 |
| 21 | 2 12 | V19, F2 | 6.262 | 0.012 | 1.000 | -0.158 | -0.149 | 0.074 | 0.931 |
| 22 | 2 12 | V27, F3 | 6.144 | 0.013 | 1.000 | 0.186  | 0.113  | 0.074 | 0.931 |
| 23 | 2 12 | V23, F2 | 6.123 | 0.013 | 1.000 | -0.124 | -0.132 | 0.074 | 0.931 |
| 24 | 2 12 | V27, F4 | 6.117 | 0.013 | 1.000 | 0.172  | 0.104  | 0.074 | 0.931 |
| 25 | 2 12 | V25, F4 | 5.801 | 0.016 | 1.000 | -0.136 | -0.097 | 0.074 | 0.931 |
| 26 | 2 12 | V23, F3 | 5.374 | 0.020 | 1.000 | -0.146 | -0.155 | 0.074 | 0.931 |
| 27 | 2 12 | V25, F3 | 5.309 | 0.021 | 1.000 | -0.141 | -0.100 | 0.074 | 0.931 |
| 28 | 2 12 | V27, F5 | 4.794 | 0.029 | 1.000 | 0.159  | 0.097  | 0.074 | 0.931 |
| 29 | 2 12 | V5, F6  | 4.603 | 0.032 | 1.000 | -0.118 | -0.108 | 0.074 | 0.931 |
| 30 | 2 12 | V6, F4  | 4.453 | 0.035 | 1.000 | -0.200 | -0.158 | 0.074 | 0.931 |
| 31 | 2 12 | V18, F6 | 4.449 | 0.035 | 1.000 | -0.099 | -0.094 | 0.074 | 0.931 |
| 32 | 2 12 | V22, F2 | 4.058 | 0.044 | 1.000 | -0.098 | -0.106 | 0.074 | 0.930 |
| 33 | 2 12 | V22, F1 | 4.024 | 0.045 | 1.000 | -0.104 | -0.112 | 0.074 | 0.930 |
| 34 | 2 12 | V7, F3  | 3.737 | 0.053 | 1.000 | -0.124 | -0.111 | 0.074 | 0.930 |
| 35 | 2 12 | V8, F3  | 3.737 | 0.053 | 1.000 | 0.123  | 0.122  | 0.074 | 0.930 |
| 36 | 2 12 | V19, F3 | 3.554 | 0.059 | 1.000 | -0.186 | -0.175 | 0.074 | 0.930 |
| 37 | 2 12 | V21, F1 | 3.443 | 0.064 | 1.000 | 0.116  | 0.109  | 0.074 | 0.930 |
| 38 | 2 12 | V21, F2 | 3.135 | 0.077 | 1.000 | 0.100  | 0.095  | 0.074 | 0.930 |
| 39 | 2 12 | V18, F5 | 3.077 | 0.079 | 1.000 | 0.130  | 0.124  | 0.074 | 0.930 |
| 40 | 2 12 | V25, F5 | 2.369 | 0.124 | 1.000 | -0.091 | -0.065 | 0.074 | 0.930 |
| 41 | 2 12 | V16, F6 | 2.204 | 0.138 | 1.000 | 0.054  | 0.060  | 0.074 | 0.930 |

Insert Row: 1020 Line: 1020 Col: 79  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |   |    |        |       |       |       |        |        |       |       |
|----|---|----|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 41 | 2 | 12 | V16,F6 | 2.204 | 0.138 | 1.000 | 0.054  | 0.060  | 0.074 | 0.930 |
| 42 | 2 | 12 | V15,F1 | 2.022 | 0.155 | 1.000 | -0.143 | -0.127 | 0.074 | 0.930 |
| 43 | 2 | 12 | V14,F1 | 2.022 | 0.155 | 1.000 | 0.110  | 0.120  | 0.074 | 0.930 |
| 44 | 2 | 12 | V4,F3  | 1.937 | 0.164 | 1.000 | 0.128  | 0.099  | 0.074 | 0.930 |
| 45 | 2 | 12 | V20,F2 | 1.907 | 0.167 | 1.000 | 0.079  | 0.076  | 0.074 | 0.930 |
| 46 | 2 | 12 | V6,F3  | 1.811 | 0.178 | 1.000 | -0.122 | -0.097 | 0.074 | 0.930 |
| 47 | 2 | 12 | V23,F6 | 1.798 | 0.180 | 1.000 | -0.060 | -0.063 | 0.074 | 0.930 |
| 48 | 2 | 12 | V20,F1 | 1.735 | 0.188 | 1.000 | 0.083  | 0.080  | 0.074 | 0.930 |
| 49 | 2 | 12 | V4,F4  | 1.676 | 0.195 | 1.000 | 0.124  | 0.096  | 0.074 | 0.930 |
| 50 | 2 | 12 | V8,F6  | 1.589 | 0.207 | 1.000 | -0.057 | -0.057 | 0.074 | 0.930 |
| 51 | 2 | 12 | V7,F6  | 1.589 | 0.207 | 1.000 | 0.058  | 0.052  | 0.074 | 0.930 |
| 52 | 2 | 12 | V7,F5  | 1.526 | 0.217 | 1.000 | 0.066  | 0.060  | 0.074 | 0.930 |
| 53 | 2 | 12 | V8,F5  | 1.526 | 0.217 | 1.000 | -0.066 | -0.065 | 0.074 | 0.930 |
| 54 | 2 | 12 | V21,F3 | 1.482 | 0.223 | 1.000 | 0.108  | 0.102  | 0.074 | 0.930 |
| 55 | 2 | 12 | V19,F5 | 1.332 | 0.248 | 1.000 | -0.085 | -0.080 | 0.075 | 0.930 |
| 56 | 2 | 12 | V5,F4  | 1.245 | 0.264 | 1.000 | 0.090  | 0.082  | 0.075 | 0.930 |
| 57 | 2 | 12 | V20,F5 | 1.228 | 0.268 | 1.000 | -0.074 | -0.071 | 0.075 | 0.930 |
| 58 | 2 | 12 | V15,F6 | 1.110 | 0.292 | 1.000 | -0.067 | -0.059 | 0.075 | 0.930 |
| 59 | 2 | 12 | V14,F6 | 1.110 | 0.292 | 1.000 | 0.051  | 0.056  | 0.075 | 0.930 |
| 60 | 2 | 12 | V22,F6 | 1.094 | 0.296 | 1.000 | 0.046  | 0.050  | 0.075 | 0.930 |
| 61 | 2 | 12 | V14,F4 | 1.082 | 0.298 | 1.000 | -0.305 | -0.335 | 0.075 | 0.930 |
| 62 | 2 | 12 | V15,F4 | 1.082 | 0.298 | 1.000 | 0.399  | 0.354  | 0.075 | 0.930 |
| 63 | 2 | 12 | V14,F2 | 1.049 | 0.306 | 1.000 | 0.070  | 0.077  | 0.075 | 0.930 |
| 64 | 2 | 12 | V15,F2 | 1.049 | 0.306 | 1.000 | -0.091 | -0.081 | 0.075 | 0.930 |
| 65 | 2 | 12 | V18,F3 | 0.985 | 0.321 | 1.000 | -0.099 | -0.094 | 0.075 | 0.930 |
| 66 | 2 | 12 | V4,F5  | 0.957 | 0.328 | 1.000 | 0.076  | 0.059  | 0.075 | 0.930 |

Insert Row: 1045 Line: 1045 Col: 79  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |   |    |        |       |       |       |        |        |       |       |
|----|---|----|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 66 | 2 | 12 | V4,F5  | 0.957 | 0.328 | 1.000 | 0.076  | 0.059  | 0.075 | 0.930 |
| 67 | 2 | 12 | V19,F6 | 0.745 | 0.388 | 1.000 | -0.040 | -0.038 | 0.075 | 0.930 |
| 68 | 2 | 12 | V8,F1  | 0.733 | 0.392 | 1.000 | -0.308 | -0.305 | 0.075 | 0.930 |
| 69 | 2 | 12 | V7,F1  | 0.733 | 0.392 | 1.000 | 0.309  | 0.279  | 0.075 | 0.930 |
| 70 | 2 | 12 | V16,F3 | 0.726 | 0.394 | 1.000 | 0.067  | 0.074  | 0.075 | 0.930 |
| 71 | 2 | 12 | V18,F1 | 0.674 | 0.412 | 1.000 | -0.057 | -0.055 | 0.075 | 0.930 |
| 72 | 2 | 12 | V16,F2 | 0.464 | 0.496 | 1.000 | -0.034 | -0.038 | 0.075 | 0.929 |
| 73 | 2 | 12 | V21,F6 | 0.463 | 0.496 | 1.000 | 0.028  | 0.026  | 0.075 | 0.929 |
| 74 | 2 | 12 | V18,F2 | 0.428 | 0.513 | 1.000 | -0.042 | -0.040 | 0.075 | 0.929 |
| 75 | 2 | 12 | V26,F2 | 0.411 | 0.521 | 1.000 | 0.037  | 0.026  | 0.075 | 0.929 |
| 76 | 2 | 12 | V26,F1 | 0.354 | 0.552 | 1.000 | 0.035  | 0.024  | 0.075 | 0.929 |
| 77 | 2 | 12 | V6,F6  | 0.296 | 0.586 | 1.000 | -0.035 | -0.028 | 0.075 | 0.929 |
| 78 | 2 | 12 | V16,F1 | 0.185 | 0.668 | 1.000 | -0.024 | -0.026 | 0.075 | 0.929 |
| 79 | 2 | 12 | V24,F6 | 0.181 | 0.670 | 1.000 | 0.020  | 0.020  | 0.075 | 0.929 |
| 80 | 2 | 12 | V26,F4 | 0.122 | 0.727 | 1.000 | 0.020  | 0.014  | 0.075 | 0.929 |
| 81 | 2 | 12 | V16,F5 | 0.116 | 0.733 | 1.000 | 0.020  | 0.022  | 0.075 | 0.929 |
| 82 | 2 | 12 | V21,F5 | 0.094 | 0.759 | 1.000 | 0.020  | 0.019  | 0.075 | 0.929 |
| 83 | 2 | 12 | V26,F5 | 0.092 | 0.762 | 1.000 | -0.018 | -0.013 | 0.075 | 0.929 |
| 84 | 2 | 12 | V8,F4  | 0.075 | 0.784 | 1.000 | 0.018  | 0.018  | 0.075 | 0.929 |
| 85 | 2 | 12 | V7,F4  | 0.075 | 0.784 | 1.000 | -0.018 | -0.016 | 0.075 | 0.929 |
| 86 | 2 | 12 | V5,F2  | 0.061 | 0.805 | 1.000 | -0.097 | -0.089 | 0.075 | 0.929 |
| 87 | 2 | 12 | V26,F3 | 0.054 | 0.817 | 1.000 | 0.015  | 0.010  | 0.075 | 0.929 |
| 88 | 2 | 12 | V5,F3  | 0.043 | 0.835 | 1.000 | 0.016  | 0.015  | 0.075 | 0.929 |
| 89 | 2 | 12 | V20,F3 | 0.043 | 0.836 | 1.000 | 0.019  | 0.018  | 0.075 | 0.929 |
| 90 | 2 | 12 | V20,F6 | 0.023 | 0.881 | 1.000 | 0.006  | 0.006  | 0.075 | 0.929 |
| 91 | 2 | 0  | F6,F6  | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000  | 0.000  | 0.075 | 0.929 |

Insert Row: 1070 Line: 1070 Col: 79  
For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
-----
91 2 0      F6,F6      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929
92 2 0      F5,F5      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929
93 2 0      F4,F4      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929
94 2 0      F3,F3      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929
95 2 0      F2,F2      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929
96 2 0      F1,F1      0.000 1.000 1.000 0.000 0.000 0.075 0.929

*** NOTE *** IF PREDICTED RMSEA COULD NOT BE CALCULATED, 99.999 IS PRINTED.
              IF PREDICTED CFI COULD NOT BE CALCULATED, 9.999 IS PRINTED.

06-SEP-21   PAGE: 19 EQS   Licensee:
TITLE:      AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

MULTIVARIATE LAGRANGE MULTIPLIER TEST BY SIMULTANEOUS PROCESS IN STAGE 1

PARAMETER SETS (SUBMATRICES) ACTIVE AT THIS STAGE ARE:

    PVV PFV PFF PDD GVV GVF GFV GFF BVF BFF

|  CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS      UNIVARIATE INCREMENT
|-----|-----
Insert Row:1095 Line:1095 Col: 66
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [afc14.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
-----
CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS      UNIVARIATE INCREMENT
|-----|-----
STEP  PARAMETER      CHI-      D.F.  PROB.      CHI-      HANCOCK'S      PREDICTED
      SQUARE  D.F.  PROB.      SQUARE  PROB.  D.F.  PROB.  RMSEA  CFI
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
1      V24,F4      38.720  1 0.000  38.720 0.000  120 1.000 0.069 0.940
2      V25,F1      50.905  2 0.000  12.186 0.000  119 1.000 0.067 0.943
3      V6,F5       62.704  3 0.000  11.799 0.001  118 1.000 0.066 0.946
4      V15,F5     71.308  4 0.000   8.603 0.003  117 1.000 0.065 0.948
5      V4,F6      79.630  5 0.000   8.323 0.004  116 1.000 0.064 0.950
6      V19,F1     86.744  6 0.000   7.114 0.008  115 1.000 0.063 0.952
7      V18,F6     91.543  7 0.000   4.800 0.028  114 1.000 0.063 0.953
8      V27,F1     95.965  8 0.000   4.422 0.035  113 1.000 0.062 0.954

*** NOTE *** IF PREDICTED RMSEA COULD NOT BE CALCULATED, 99.999 IS PRINTED.
              IF PREDICTED CFI COULD NOT BE CALCULATED, 9.999 IS PRINTED.

LAGRANGIAN MULTIPLIER TEST REQUIRED      40473 WORDS OF MEMORY.
PROGRAM ALLOCATES 2000000 WORDS.

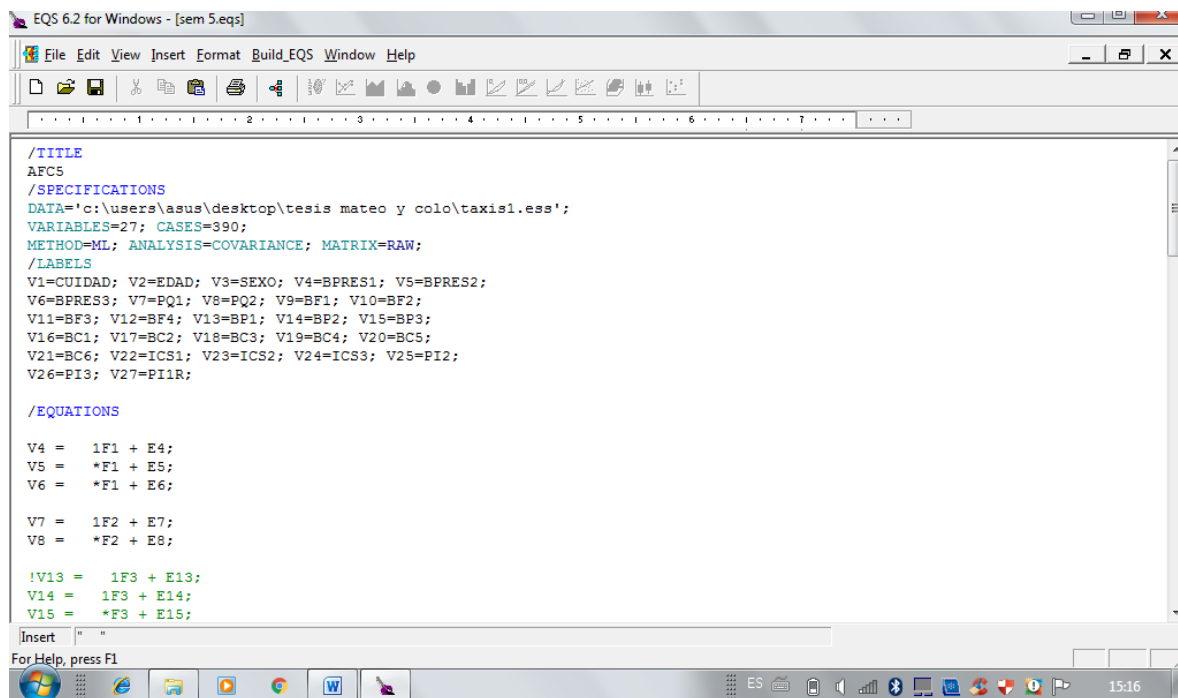
1
today is 2021/09/06
Execution begins at 15:05:35
Execution ends   at 15:05:37
Elapsed time =   2.00 seconds

Insert Row:1119 Line:1119 Col: 33
For Help, press F1

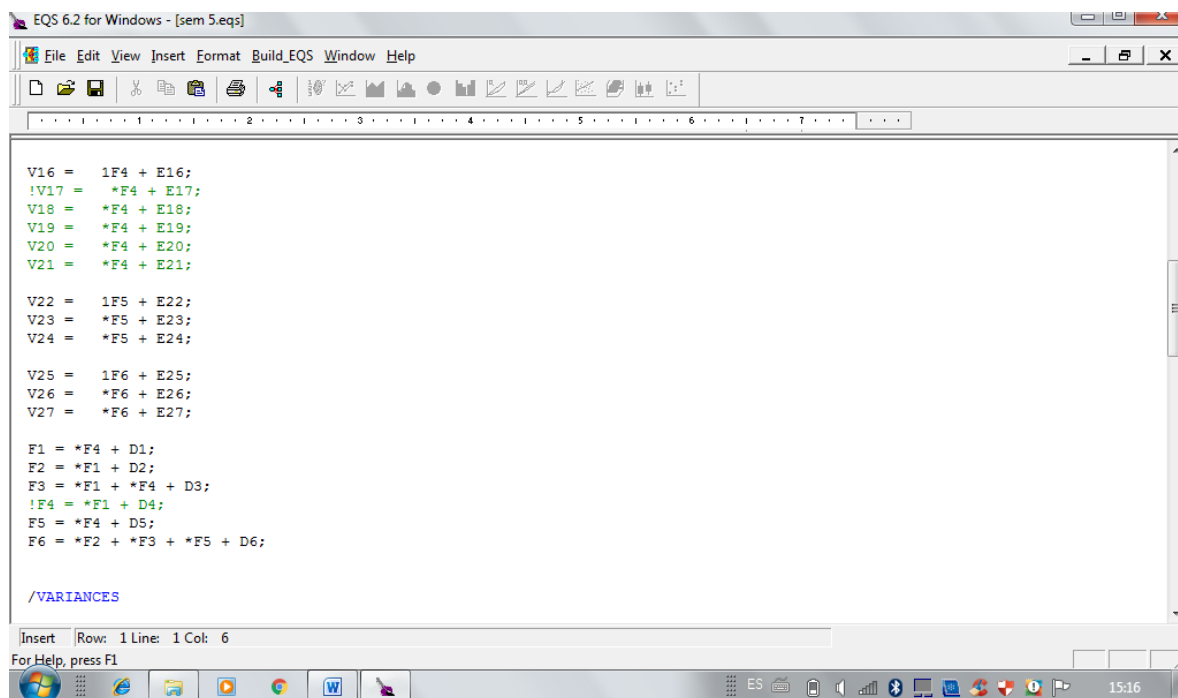
```

## Anexo 9.

### Capturas de pantalla de la programación del SEM en EQS



```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
/VARIABLES
/TITLE
AFC5
/SPECIFICATIONS
DATA='c:\users\asus\desktop\tesis mateo y colo\taxis1.ess';
VARIABLES=27; CASES=390;
METHOD=ML; ANALYSIS=COVARIANCE; MATRIX=RAW;
/LABELS
V1=CUIDAD; V2=EDAD; V3=SEXO; V4=BPRES1; V5=BPRES2;
V6=BPRES3; V7=PQ1; V8=PQ2; V9=BF1; V10=BF2;
V11=BF3; V12=BF4; V13=BP1; V14=BP2; V15=BP3;
V16=BC1; V17=BC2; V18=BC3; V19=BC4; V20=BC5;
V21=BC6; V22=ICS1; V23=ICS2; V24=ICS3; V25=PI2;
V26=PI3; V27=PI1R;
/EQUATIONS
V4 = 1F1 + E4;
V5 = *F1 + E5;
V6 = *F1 + E6;
V7 = 1F2 + E7;
V8 = *F2 + E8;
!V13 = 1F3 + E13;
V14 = 1F3 + E14;
V15 = *F3 + E15;
```



```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
V16 = 1F4 + E16;
!V17 = *F4 + E17;
V18 = *F4 + E18;
V19 = *F4 + E19;
V20 = *F4 + E20;
V21 = *F4 + E21;
V22 = 1F5 + E22;
V23 = *F5 + E23;
V24 = *F5 + E24;
V25 = 1F6 + E25;
V26 = *F6 + E26;
V27 = *F6 + E27;
F1 = *F4 + D1;
F2 = *F1 + D2;
F3 = *F1 + *F4 + D3;
!F4 = *F1 + D4;
F5 = *F4 + D5;
F6 = *F2 + *F3 + *F5 + D6;
/VARIANCES
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
/VARIANCES
!F1 = 1;
!F2 = 1;
!F3 = 1;
F4 = 1;
!F5 = 1;
!F6 = 1;
D1 = *;
D2 = *;
D3 = *;
!D4 = *;
D5 = *;
D6 = *;
E4 = *;
E5 = *;
E6 = *;
E7 = *;
E8 = *;
!E13 = *;
E14 = *;
E15 = *;
E16 = *;
!E17 = *;
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Taskbar: ES, 15:16]
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
!E17 = *;
E18 = *;
E19 = *;
E20 = *;
E21 = *;
E22 = *;
E23 = *;
E24 = *;
E25 = *;
E26 = *;
E27 = *;
/COVARIANCES
!F1, F2 = *;
!F1, F3 = *;
!F2, F3 = *;
!F1, F4 = *;
!F2, F4 = *;
!F3, F4 = *;
!F1, F5 = *;
!F2, F5 = *;
!F3, F5 = *;
!F4, F5 = *;
!F1, F6 = *;
!F2, F6 = *;
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
[Taskbar: ES, 15:17]
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.eqs]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
!F1,F3 = *;
!F2,F3 = *;
!F1,F4 = *;
!F2,F4 = *;
!F3,F4 = *;
!F1,F5 = *;
!F2,F5 = *;
!F3,F5 = *;
!F4,F5 = *;
!F1,F6 = *;
!F2,F6 = *;
!F3,F6 = *;
!F4,F6 = *;
!F5,F6 = *;

/PRINT

!EIS;
FIT=ALL;
!TABLE=EQUATION;

/LMTEST
/WTEST

/END
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 6
For Help, press F1
```

## Anexo 10.

### Capturas de pantalla de los resultados del SEM en EQS

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
EQS, A STRUCTURAL EQUATION PROGRAM          MULTIVARIATE SOFTWARE, INC.
COPYRIGHT BY P.M. BENTLER                   VERSION 6.2 (C) 1985 - 2012 (B99).

PROGRAM CONTROL INFORMATION

1 /TITLE
2 AFCS
3 /SPECIFICATIONS
4 DATA='c:\users\asus\desktop\tesis mateo y colo\taxis1.ess';
5 VARIABLES=27; CASES=390;
6 METHOD=ML; ANALYSIS=COVARIANCE; MATRIX=RAW;
7 /LABELS
8 V1=CUIDAD; V2=EDAD; V3=SEXO; V4=BPRES1; V5=BPRES2;
9 V6=BPRES3; V7=PQ1; V8=PQ2; V9=BF1; V10=BF2;
10 V11=BF3; V12=BF4; V13=BP1; V14=BP2; V15=BP3;
11 V16=BC1; V17=BC2; V18=BC3; V19=BC4; V20=BC5;
12 V21=BC6; V22=ICS1; V23=ICS2; V24=ICS3; V25=PI2;
13 V26=PI3; V27=PI1R;
14
15 /EQUATIONS
16
17 V4 = 1F1 + E4;
18 V5 = *F1 + E5;
19 V6 = *F1 + E6;

Insert " "
For Help, press F1
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
20
21 V7 = 1F2 + E7;
22 V8 = *F2 + E8;
23
24 !V13 = 1F3 + E13;
25 V14 = 1F3 + E14;
26 V15 = *F3 + E15;
27
28 V16 = 1F4 + E16;
29 !V17 = *F4 + E17;
30 V18 = *F4 + E18;
31 V19 = *F4 + E19;
32 V20 = *F4 + E20;
33 V21 = *F4 + E21;
34
35 V22 = 1F5 + E22;
36 V23 = *F5 + E23;
37 V24 = *F5 + E24;
38
39 V25 = 1F6 + E25;
40 V26 = *F6 + E26;
41 V27 = *F6 + E27;
42
43 F1 = *F4 + D1;
44 F2 = *F1 + D2;
45 F3 = *F1 + *F4 + D3;
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
46 !F4 = *F1 + D4;
47 F5 = *F4 + D5;
48 F6 = *F2 + *F3 + *F5 + D6;
49
50
51 /VARIANCES
52
06-SEP-21 PAGE: 2 EQS Licensee:
TITLE: AFC5
53 !F1 = 1;
54 !F2 = 1;
55 !F3 = 1;
56 F4 = 1;
57 !F5 = 1;
58 !F6 = 1;
59
60 D1 = *;
61 D2 = *;
62 D3 = *;
63 !D4 = *;
64 D5 = *;
65 D6 = *;
66
67 E4 = *;
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
67 E4 = *;
68 E5 = *;
69 E6 = *;
70 E7 = *;
71 E8 = *;
72 !E13 = *;
73 E14 = *;
74 E15 = *;
75 E16 = *;
76 !E17 = *;
77 E18 = *;
78 E19 = *;
79 E20 = *;
80 E21 = *;
81 E22 = *;
82 E23 = *;
83 E24 = *;
84 E25 = *;
85 E26 = *;
86 E27 = *;
87
88 /COVARIANCES
89
90 !F1, F2 = *;
91 !F1, F3 = *;
92 !F2, F3 = *;
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1
```

```
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
93 !F1, F4 = *;
94 !F2, F4 = *;
95 !F3, F4 = *;
96 !F1, F5 = *;
97 !F2, F5 = *;
98 !F3, F5 = *;
99 !F4, F5 = *;
100 !F1, F6 = *;
101 !F2, F6 = *;
102 !F3, F6 = *;
103 !F4, F6 = *;
104 !F5, F6 = *;
105
106 /PRINT
107
108 !EIS;
109 FIT=ALL;

06-SEP-21 PAGE: 3 EQS Licensee:
TITLE: AFCS

110 !TABLE=EQUATION;
111
112 /LMTEST
113 /WTEST
114
Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1
For Help, press F1
```



EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

115 /END

115 RECORDS OF INPUT MODEL FILE WERE READ

DATA IS READ FROM c:\users\asus\desktop\tesis mateo y colo\taxis1.ess  
 THERE ARE 27 VARIABLES AND 390 CASES  
 IT IS A RAW DATA ESS FILE

06-SEP-21 PAGE: 4 EQS Licensee:  
 TITLE: AFC5

SAMPLE STATISTICS BASED ON COMPLETE CASES

UNIVARIATE STATISTICS

| VARIABLE | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|----------|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| MEAN     | 5.9282       | 5.9410       | 5.8590       | 6.0000    | 6.2333    |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
 For Help, press F1

ES 15:35

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

UNIVARIATE STATISTICS

| VARIABLE      | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| MEAN          | 5.9282       | 5.9410       | 5.8590       | 6.0000    | 6.2333    |
| SKENNESS (G1) | -1.6631      | -1.5459      | -1.5798      | -1.3746   | -2.1369   |
| KURTOSIS (G2) | 2.9242       | 3.4245       | 2.7889       | 2.9312    | 6.5765    |
| STANDARD DEV. | 1.2887       | 1.0941       | 1.2597       | 1.1108    | 1.0112    |

| VARIABLE      | BP2<br>V14 | BP3<br>V15 | BC1<br>V16 | BC3<br>V18 | BC4<br>V19 |
|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| MEAN          | 5.8872     | 6.2077     | 5.6179     | 5.6513     | 5.6821     |
| SKENNESS (G1) | -1.1636    | -2.0644    | -1.9000    | -1.2444    | -1.3914    |
| KURTOSIS (G2) | 3.4764     | 5.5541     | 6.3646     | 3.5858     | 3.3686     |

Insert Row: 1 Line: 1 Col: 1  
 For Help, press F1

ES 15:36

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

| VARIABLE      | BC5<br>V20 | BC6<br>V21 | ICS1<br>V22 | ICS2<br>V23 | ICS3<br>V24 |
|---------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| MEAN          | 5.9282     | 6.0949     | 5.3282      | 5.5641      | 5.7256      |
| SKENNESS (G1) | -1.6299    | -1.8455    | -1.3545     | -1.9996     | -1.4479     |
| KURTOSIS (G2) | 4.2480     | 5.2539     | 5.3392      | 6.2048      | 4.0889      |
| STANDARD DEV. | 1.0341     | 1.0581     | 0.9266      | 0.9430      | 1.0237      |

| VARIABLE      | PI2<br>V25 | PI3<br>V26 | PI1R<br>V27 |
|---------------|------------|------------|-------------|
| MEAN          | 5.4256     | 5.7000     | 5.5385      |
| SKENNESS (G1) | -1.1352    | -1.6440    | -1.3977     |
| KURTOSIS (G2) | 1.0982     | 2.5815     | 1.2051      |
| STANDARD DEV. | 1.4045     | 1.4483     | 1.6468      |

MULTIVARIATE KURTOSIS

Insert Row: 2 Line: 2 Col: 73  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MULTIVARIATE KURTOSIS

MARDIA'S COEFFICIENT (G2, P) = 195.7006  
NORMALIZED ESTIMATE = 72.0159

ELLIPTICAL THEORY KURTOSIS ESTIMATES

MARDIA-BASED KAPPA = 0.5436 MEAN SCALED UNIVARIATE KURTOSIS = 1.3151  
MARDIA-BASED KAPPA IS USED IN COMPUTATION. KAPPA= 0.5436

CASE NUMBERS WITH LARGEST CONTRIBUTION TO NORMALIZED MULTIVARIATE KURTOSIS:

| CASE NUMBER | 3         | 17        | 32        | 33        | 371       |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ESTIMATE    | 4551.9765 | 2600.6872 | 3851.7693 | 2516.7449 | 2431.1920 |

06-SEP-21 PAGE: 5 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

Insert Row: 223 Line: 223 Col: 0  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

COVARIANCE MATRIX TO BE ANALYZED: 18 VARIABLES (SELECTED FROM 27 VARIABLES)  
BASED ON 390 CASES.

|        |     | BPRES1<br>V4 | BPRES2<br>V5 | BPRES3<br>V6 | PQ1<br>V7 | PQ2<br>V8 |
|--------|-----|--------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| BPRES1 | V4  | 1.661        |              |              |           |           |
| BPRES2 | V5  | 0.620        | 1.197        |              |           |           |
| BPRES3 | V6  | 0.766        | 0.776        | 1.587        |           |           |
| PQ1    | V7  | 0.717        | 0.702        | 0.874        | 1.234     |           |
| PQ2    | V8  | 0.708        | 0.662        | 0.884        | 0.810     | 1.023     |
| BP2    | V14 | 0.408        | 0.366        | 0.449        | 0.337     | 0.366     |
| BP3    | V15 | 0.478        | 0.403        | 0.484        | 0.373     | 0.489     |
| BC1    | V16 | 0.515        | 0.420        | 0.458        | 0.401     | 0.403     |
| BC3    | V18 | 0.348        | 0.370        | 0.506        | 0.422     | 0.418     |
| BC4    | V19 | 0.409        | 0.405        | 0.500        | 0.357     | 0.367     |
| BC5    | V20 | 0.532        | 0.502        | 0.540        | 0.527     | 0.503     |
| BC6    | V21 | 0.567        | 0.494        | 0.579        | 0.548     | 0.566     |
| ICS1   | V22 | 0.281        | 0.271        | 0.249        | 0.260     | 0.183     |
| ICS2   | V23 | 0.334        | 0.329        | 0.280        | 0.237     | 0.238     |
| ICS3   | V24 | 0.371        | 0.477        | 0.352        | 0.455     | 0.388     |
| PI2    | V25 | 0.370        | 0.110        | 0.276        | 0.208     | 0.142     |
| PI3    | V26 | 0.526        | 0.221        | 0.366        | 0.324     | 0.232     |
| PI1R   | V27 | 0.653        | 0.387        | 0.516        | 0.419     | 0.393     |

Insert Row: 248 Line: 248 Col: 74  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     | BP2<br>V14 | BP3<br>V15 | BC1<br>V16 | BC3<br>V18 | BC4<br>V19 |
|------|-----|------------|------------|------------|------------|------------|
| BP2  | V14 | 0.830      |            |            |            |            |
| BP3  | V15 | 0.604      | 1.270      |            |            |            |
| BC1  | V16 | 0.384      | 0.527      | 0.828      |            |            |
| BC3  | V18 | 0.364      | 0.502      | 0.501      | 1.112      |            |
| BC4  | V19 | 0.409      | 0.444      | 0.585      | 0.711      | 1.127      |
| BC5  | V20 | 0.431      | 0.578      | 0.574      | 0.533      | 0.592      |
| BC6  | V21 | 0.435      | 0.679      | 0.610      | 0.596      | 0.601      |
| ICS1 | V22 | 0.271      | 0.135      | 0.329      | 0.308      | 0.341      |
| ICS2 | V23 | 0.285      | 0.284      | 0.347      | 0.369      | 0.357      |
| ICS3 | V24 | 0.367      | 0.479      | 0.424      | 0.552      | 0.355      |
| PI2  | V25 | 0.259      | 0.220      | 0.204      | 0.123      | 0.149      |
| PI3  | V26 | 0.233      | 0.332      | 0.294      | 0.114      | 0.192      |
| PI1R | V27 | 0.367      | 0.392      | 0.381      | 0.188      | 0.328      |

|      |     | BC5<br>V20 | BC6<br>V21 | ICS1<br>V22 | ICS2<br>V23 | ICS3<br>V24 |
|------|-----|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| BC5  | V20 | 1.069      |            |             |             |             |
| BC6  | V21 | 0.752      | 1.120      |             |             |             |
| ICS1 | V22 | 0.276      | 0.352      | 0.859       |             |             |
| ICS2 | V23 | 0.367      | 0.414      | 0.539       | 0.889       |             |
| ICS3 | V24 | 0.536      | 0.579      | 0.458       | 0.538       | 1.048       |
| PI2  | V25 | 0.195      | 0.268      | 0.210       | 0.137       | 0.238       |
| PI3  | V26 | 0.287      | 0.304      | 0.212       | 0.206       | 0.180       |

Insert Row: 275 Line: 275 Col: 74  
For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     | BC5   | BC6   | ICS1  | ICS2  | ICS3  |
|------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
|      |     | V20   | V21   | V22   | V23   | V24   |
| BC5  | V20 | 1.069 |       |       |       |       |
| BC6  | V21 | 0.752 | 1.120 |       |       |       |
| ICS1 | V22 | 0.276 | 0.352 | 0.859 |       |       |
| ICS2 | V23 | 0.367 | 0.414 | 0.539 | 0.889 |       |
| ICS3 | V24 | 0.536 | 0.579 | 0.458 | 0.538 | 1.048 |
| PI2  | V25 | 0.195 | 0.268 | 0.210 | 0.137 | 0.238 |
| PI3  | V26 | 0.287 | 0.304 | 0.212 | 0.206 | 0.180 |
| PI1R | V27 | 0.365 | 0.350 | 0.332 | 0.246 | 0.325 |

|      |     | PI2   | PI3   | PI1R  |
|------|-----|-------|-------|-------|
|      |     | V25   | V26   | V27   |
| PI2  | V25 | 1.973 |       |       |
| PI3  | V26 | 1.431 | 2.097 |       |
| PI1R | V27 | 1.472 | 1.424 | 2.712 |

BENTLER-WEEKS STRUCTURAL REPRESENTATION:

NUMBER OF DEPENDENT VARIABLES = 23

DEPENDENT V'S : 4 5 6 7 8 14 15 16 18 19

DEPENDENT V'S : 20 21 22 23 24 25 26 27

Insert Row: 268 Line: 268 Col: 75

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

BENTLER-WEEKS STRUCTURAL REPRESENTATION:

NUMBER OF DEPENDENT VARIABLES = 23

DEPENDENT V'S : 4 5 6 7 8 14 15 16 18 19

DEPENDENT V'S : 20 21 22 23 24 25 26 27

DEPENDENT F'S : 1 2 3 5 6

NUMBER OF INDEPENDENT VARIABLES = 24

INDEPENDENT F'S : 4

INDEPENDENT E'S : 4 5 6 7 8 14 15 16 18 19

INDEPENDENT E'S : 20 21 22 23 24 25 26 27

INDEPENDENT D'S : 1 2 3 5 6

NUMBER OF FREE PARAMETERS = 43

NUMBER OF FIXED NONZERO PARAMETERS = 30

\*\*\* WARNING MESSAGES ABOVE, IF ANY, REFER TO THE MODEL PROVIDED.  
CALCULATIONS FOR INDEPENDENCE MODEL NOW BEGIN.

\*\*\* WARNING MESSAGES ABOVE, IF ANY, REFER TO INDEPENDENCE MODEL.  
CALCULATIONS FOR USER'S MODEL NOW BEGIN.

3RD STAGE OF COMPUTATION REQUIRED 63509 WORDS OF MEMORY.  
PROGRAM ALLOCATED 2000000 WORDS

Insert Row: 311 Line: 311 Col: 62

For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
3RD STAGE OF COMPUTATION REQUIRED      63509 WORDS OF MEMORY.
PROGRAM ALLOCATED  2000000 WORDS

DETERMINANT OF INPUT MATRIX IS  0.26153D-02

PARAMETER ESTIMATES APPEAR IN ORDER,
NO SPECIAL PROBLEMS WERE ENCOUNTERED DURING OPTIMIZATION.

RESIDUAL COVARIANCE MATRIX (S-SIGMA) :

          BPRES1  BPRES2  BPRES3  PQ1  PQ2
          V4      V5      V6      V7   V8
BPRES1  V4      -0.194
BPRES2  V5      -0.145      -0.122
BPRES3  V6      -0.208      -0.156      -0.198
PQ1     V7      -0.143      -0.121      -0.173      -0.154
PQ2     V8      -0.143      -0.153      -0.153      -0.151      -0.151
BP2     V14     -0.056      -0.079      -0.116      -0.163      -0.129
BP3     V15     -0.127      -0.175      -0.251      -0.276      -0.154
BC1     V16     -0.156      -0.222      -0.359      -0.320      -0.311
BC3     V18     -0.230      -0.183      -0.198      -0.199      -0.197
BC4     V19     -0.194      -0.172      -0.234      -0.291      -0.274
BC5     V20     -0.116      -0.118      -0.249      -0.169      -0.187

Insert Row: 335 Line: 335 Col: 74
For Help, press F1

```

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
          BC3  V18     -0.230      -0.183      -0.198      -0.199      -0.197
          BC4  V19     -0.194      -0.172      -0.234      -0.291      -0.274
          BC5  V20     -0.116      -0.118      -0.249      -0.169      -0.187
          BC6  V21     -0.127      -0.170      -0.266      -0.198      -0.172
          ICS1 V22     -0.085      -0.078      -0.195      -0.133      -0.206
          ICS2 V23     -0.078      -0.064      -0.220      -0.205      -0.199
          ICS3 V24     -0.055       0.070      -0.167      -0.003      -0.065
          PI2  V25     0.037      -0.208      -0.129      -0.156      -0.218
          PI3  V26     0.196      -0.094      -0.035      -0.037      -0.125
          PI1R V27     0.311       0.060       0.100       0.045       0.023

          BP2     BP3     BC1     BC3     BC4
          V14     V15     V16     V18     V19
BP2     V14     -0.121
BP3     V15     -0.158      -0.203
BC1     V16     -0.255      -0.303      -0.480
BC3     V18     -0.186      -0.213      -0.360      -0.221
BC4     V19     -0.165      -0.302      -0.314      -0.063      -0.241
BC5     V20     -0.185      -0.224      -0.392      -0.300      -0.277
BC6     V21     -0.225      -0.179      -0.425      -0.295      -0.329
ICS1    V22     -0.077      -0.317      -0.216      -0.162      -0.149
ICS2    V23     -0.107      -0.225      -0.266      -0.159      -0.194
ICS3    V24     -0.038      -0.049      -0.211      0.005      -0.216
PI2     V25     -0.060      -0.195      -0.197      -0.223      -0.212
PI3     V26     -0.082      -0.078      -0.104      -0.229      -0.165

Insert Row: 358 Line: 358 Col: 74
For Help, press F1

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|  |     |        |        |        |        |        |
|--|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| ICS3                                     | V24 | -0.038 | -0.049 | -0.211 | 0.005  | -0.216 |
| PI2                                      | V25 | -0.060 | -0.195 | -0.197 | -0.223 | -0.212 |
| PI3                                      | V26 | -0.082 | -0.078 | -0.104 | -0.229 | -0.165 |
| PI1R                                     | V27 | 0.039  | -0.034 | -0.031 | -0.167 | -0.042 |
|  |     |        |        |        |        |        |
|  |     | BC5    | BC6    | ICS1   | ICS2   | ICS3   |
|  |     | V20    | V21    | V22    | V23    | V24    |
| BC5                                      | V20 | -0.277 |        |        |        |        |
| BC6                                      | V21 | -0.247 | -0.317 |        |        |        |
| ICS1                                     | V22 | -0.251 | -0.212 | -0.088 |        |        |
| ICS2                                     | V23 | -0.225 | -0.220 | -0.042 | -0.112 |        |
| ICS3                                     | V24 | -0.078 | -0.078 | -0.144 | -0.140 | -0.120 |
| PI2                                      | V25 | -0.193 | -0.147 | -0.049 | -0.153 | -0.063 |
| PI3                                      | V26 | -0.097 | -0.108 | -0.044 | -0.082 | -0.118 |
| PI1R                                     | V27 | -0.033 | -0.076 | 0.067  | -0.053 | 0.016  |
|  |     |        |        |        |        |        |
|  |     | PI2    | PI3    | PI1R   |        |        |
|  |     | V25    | V26    | V27    |        |        |
| PI2                                      | V25 | -0.049 |        |        |        |        |
| PI3                                      | V26 | -0.035 | -0.048 |        |        |        |
| PI1R                                     | V27 | -0.048 | -0.081 | -0.051 |        |        |
|  |     |        |        |        |        |        |
| AVERAGE ABSOLUTE RESIDUAL =              |     |        |        |        |        | 0.1612 |
| AVERAGE OFF-DIAGONAL ABSOLUTE RESIDUAL = |     |        |        |        |        | 0.1600 |

Insert Row: 381 Line: 381 Col: 76

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|  |     |        |        |        |        |        |
|--|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| AVERAGE ABSOLUTE RESIDUAL =                              |     |        |        |        |        | 0.1612 |
| AVERAGE OFF-DIAGONAL ABSOLUTE RESIDUAL =                 |     |        |        |        |        | 0.1600 |
|  |     |        |        |        |        |        |
| 06-SEP-21 PAGE: 6 EQS Licensee:                          |     |        |        |        |        |        |
| TITLE: AFCS  |     |        |        |        |        |        |
|  |     |        |        |        |        |        |
| MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY) |     |        |        |        |        |        |
|  |     |        |        |        |        |        |
| STANDARDIZED RESIDUAL MATRIX:                            |     |        |        |        |        |        |
|  |     |        |        |        |        |        |
|  |     | BPRES1 | BPRES2 | BPRES3 | PQ1    | PQ2    |
|  |     | V4     | V5     | V6     | V7     | V8     |
| BPRES1   | V4  | -0.081 |        |        |        |        |
| BPRES2   | V5  | -0.103 | -0.102 |        |        |        |
| BPRES3   | V6  | -0.128 | -0.114 | -0.125 |        |        |
| PQ1  | V7  | -0.100 | -0.099 | -0.123 | -0.125 |        |
| PQ2  | V8  | -0.110 | -0.138 | -0.120 | -0.135 | -0.148 |
| BP2  | V14 | -0.048 | -0.079 | -0.101 | -0.161 | -0.140 |
| BP3  | V15 | -0.087 | -0.142 | -0.177 | -0.221 | -0.135 |
| BC1  | V16 | -0.133 | -0.223 | -0.313 | -0.316 | -0.338 |
| BC3  | V18 | -0.170 | -0.158 | -0.149 | -0.170 | -0.184 |
| BC4  | V19 | -0.142 | -0.148 | -0.175 | -0.246 | -0.256 |
| BC5  | V20 | -0.087 | -0.104 | -0.191 | -0.147 | -0.179 |

To Row: 405 Line: 405 Col: 74

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|      |     |        |        |        |        |        |
|------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| BC3  | V18 | -0.170 | -0.158 | -0.149 | -0.170 | -0.184 |
| BC4  | V19 | -0.142 | -0.148 | -0.175 | -0.246 | -0.256 |
| BC5  | V20 | -0.087 | -0.104 | -0.191 | -0.147 | -0.179 |
| BC6  | V21 | -0.093 | -0.147 | -0.199 | -0.168 | -0.160 |
| ICS1 | V22 | -0.071 | -0.077 | -0.167 | -0.129 | -0.220 |
| ICS2 | V23 | -0.064 | -0.062 | -0.185 | -0.196 | -0.209 |
| ICS3 | V24 | -0.042 | 0.062  | -0.129 | -0.002 | -0.063 |
| PI2  | V25 | 0.020  | -0.136 | -0.073 | -0.100 | -0.154 |
| PI3  | V26 | 0.105  | -0.059 | -0.019 | -0.023 | -0.085 |
| PI1R | V27 | 0.147  | 0.033  | 0.048  | 0.025  | 0.014  |
|      |     |        |        |        |        |        |
|      |     | BP2    | BP3    | BC1    | BC3    | BC4    |
|      |     | V14    | V15    | V16    | V18    | V19    |
| BP2  | V14 | -0.146 |        |        |        |        |
| BP3  | V15 | -0.154 | -0.160 |        |        |        |
| BC1  | V16 | -0.308 | -0.296 | -0.580 |        |        |
| BC3  | V18 | -0.194 | -0.179 | -0.375 | -0.198 |        |
| BC4  | V19 | -0.171 | -0.253 | -0.325 | -0.056 | -0.213 |
| BC5  | V20 | -0.197 | -0.192 | -0.417 | -0.275 | -0.252 |
| BC6  | V21 | -0.234 | -0.150 | -0.441 | -0.264 | -0.293 |
| ICS1 | V22 | -0.091 | -0.304 | -0.256 | -0.166 | -0.151 |
| ICS2 | V23 | -0.124 | -0.212 | -0.310 | -0.160 | -0.194 |
| ICS3 | V24 | -0.041 | -0.042 | -0.226 | 0.004  | -0.199 |
| PI2  | V25 | -0.047 | -0.123 | -0.154 | -0.150 | -0.142 |
| PI3  | V26 | -0.062 | -0.048 | -0.079 | -0.150 | -0.107 |

To Row: 428 Line: 428 Col: 74

For Help, press F1

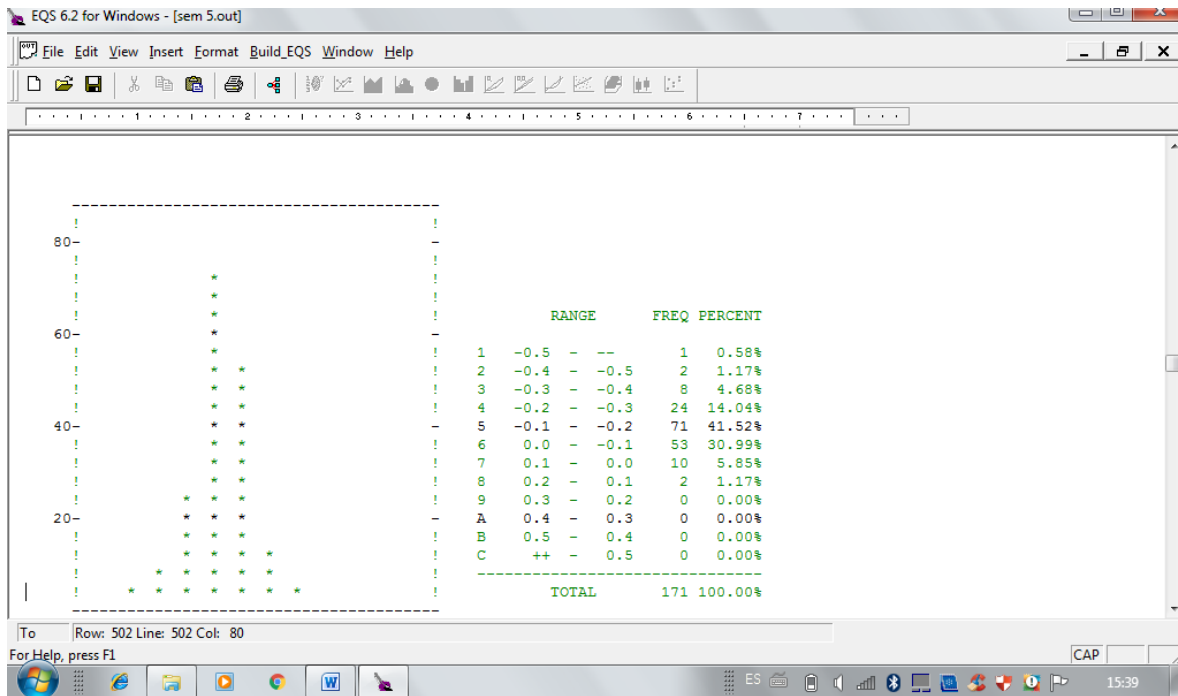
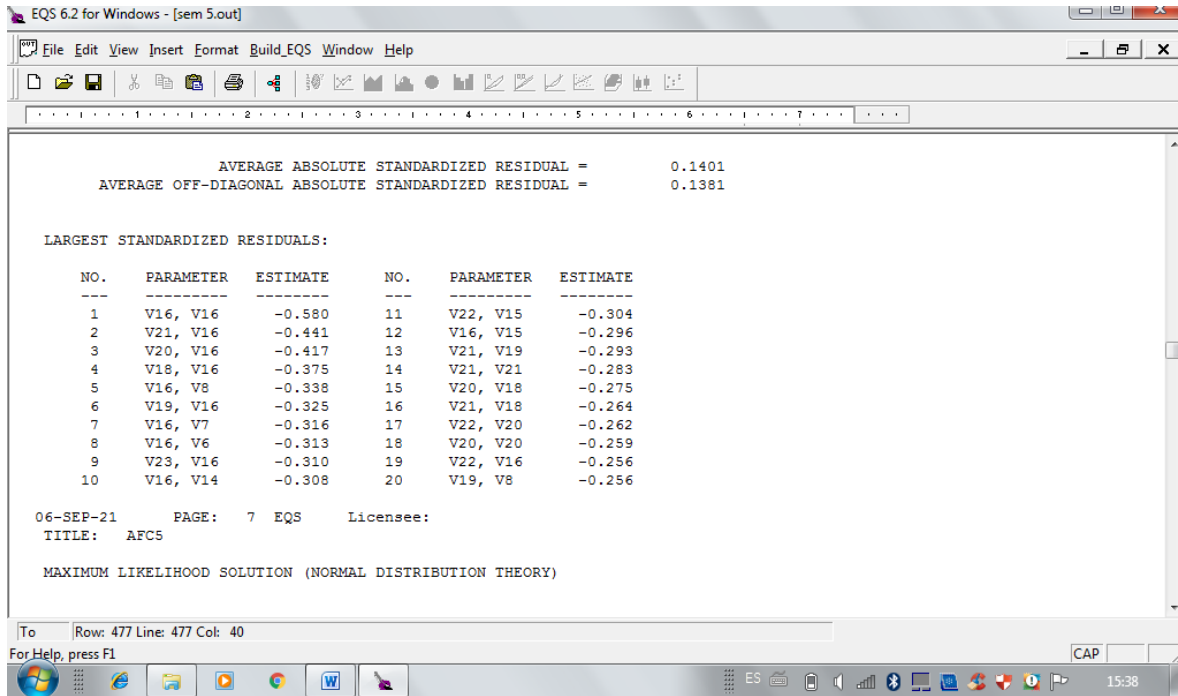
EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|   |     |        |        |        |        |        |
|---|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| PI3   | V26 | -0.062 | -0.048 | -0.079 | -0.150 | -0.107 |
| PI1R  | V27 | 0.026  | -0.018 | -0.021 | -0.096 | -0.024 |
|   |     |        |        |        |        |        |
|   |     | BC5    | BC6    | ICS1   | ICS2   | ICS3   |
|   |     | V20    | V21    | V22    | V23    | V24    |
| BC5   | V20 | -0.259 |        |        |        |        |
| BC6   | V21 | -0.225 | -0.283 |        |        |        |
| ICS1  | V22 | -0.262 | -0.216 | -0.103 |        |        |
| ICS2  | V23 | -0.231 | -0.220 | -0.048 | -0.126 |        |
| ICS3  | V24 | -0.074 | -0.072 | -0.152 | -0.145 | -0.114 |
| PI2   | V25 | -0.133 | -0.099 | -0.037 | -0.116 | -0.044 |
| PI3   | V26 | -0.065 | -0.070 | -0.033 | -0.060 | -0.080 |
| PI1R  | V27 | -0.019 | -0.044 | 0.044  | -0.034 | 0.010  |
|   |     |        |        |        |        |        |
|   |     | PI2    | PI3    | PI1R   |        |        |
|   |     | V25    | V26    | V27    |        |        |
| PI2   | V25 | -0.025 |        |        |        |        |
| PI3   | V26 | -0.017 | -0.023 |        |        |        |
| PI1R  | V27 | -0.021 | -0.034 | -0.019 |        |        |
|   |     |        |        |        |        |        |
| AVERAGE ABSOLUTE STANDARDIZED RESIDUAL =              |     |        |        |        | 0.1401 |        |
| AVERAGE OFF-DIAGONAL ABSOLUTE STANDARDIZED RESIDUAL = |     |        |        |        | 0.1381 |        |

To Row: 453 Line: 453 Col: 0

For Help, press F1





EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

1 2 3 4 5 6 7 8 9 A B C EACH "\*" REPRESENTS 4 RESIDUALS

06-SEP-21 PAGE: 8 EQS Licensee:  
TITLE: AFCS

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

GOODNESS OF FIT SUMMARY FOR METHOD = ML

INDEPENDENCE MODEL CHI-SQUARE = 3809.478 ON 153 DEGREES OF FREEDOM

INDEPENDENCE AIC = 3503.478 INDEPENDENCE CAIC = 2743.658  
MODEL AIC = 169.131 MODEL CAIC = -467.536

CHI-SQUARE = 424.131 BASED ON 128 DEGREES OF FREEDOM  
PROBABILITY VALUE FOR THE CHI-SQUARE STATISTIC IS 0.00000

THE NORMAL THEORY RLS CHI-SQUARE FOR THIS ML SOLUTION IS 396.867.

FIT INDICES

BENTLER-BONETT NORMED FIT INDEX = 0.889  
BENTLER-BONETT NON-NORMED FIT INDEX = 0.903

To Row: 528 Line: 528 Col: 49

For Help, press F1

ES 15:39

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

BENTLER-BONETT NORMED FIT INDEX = 0.889  
BENTLER-BONETT NON-NORMED FIT INDEX = 0.903  
COMPARATIVE FIT INDEX (CFI) = 0.919  
BOLLEN'S (IFI) FIT INDEX = 0.920  
MCDONALD'S (MFI) FIT INDEX = 0.684  
JORESKOG-SORBOM'S GFI FIT INDEX = 0.895  
JORESKOG-SORBOM'S AGFI FIT INDEX = 0.860  
ROOT MEAN-SQUARE RESIDUAL (RMR) = 0.185  
STANDARDIZED RMR = 0.169  
ROOT MEAN-SQUARE ERROR OF APPROXIMATION (RMSEA) = 0.077  
90% CONFIDENCE INTERVAL OF RMSEA ( 0.069, 0.085)

RELIABILITY COEFFICIENTS

CRONBACH'S ALPHA = 0.898  
RELIABILITY COEFFICIENT RHO = 0.953

STANDARDIZED FACTOR LOADINGS FOR THE FACTOR THAT GENERATES  
MAXIMAL RELIABILITY FOR THE UNIT-WEIGHT COMPOSITE  
BASED ON THE MODEL (RHO):

| BPRES1 | BPRES2 | BPRES3 | FQ1   | FQ2   | BP2   |
|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| 0.575  | 0.641  | 0.702  | 0.709 | 0.764 | 0.660 |
| BP3    | BC1    | BC3    | BC4   | BC5   | BC6   |
| 0.690  | 0.804  | 0.686  | 0.707 | 0.765 | 0.793 |
| ICS1   | ICS2   | ICS3   | PI2   | PI3   | PI1R  |
| 0.577  | 0.631  | 0.606  | 0.492 | 0.473 | 0.432 |

To Row: 552 Line: 552 Col: 60

For Help, press F1

ES 15:39

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

BASED ON THE MODEL (RHO):

|        |        |        |       |       |       |
|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| BPRES1 | BPRES2 | BPRES3 | PQ1   | PQ2   | BP2   |
| 0.575  | 0.641  | 0.702  | 0.709 | 0.764 | 0.660 |
| BP3    | BC1    | BC3    | BC4   | BC5   | BC6   |
| 0.690  | 0.804  | 0.686  | 0.707 | 0.765 | 0.793 |
| ICS1   | ICS2   | ICS3   | PI2   | PI3   | PI1R  |
| 0.577  | 0.631  | 0.606  | 0.492 | 0.473 | 0.432 |

ITERATIVE SUMMARY

| ITERATION | PARAMETER | ABS CHANGE | ALPHA   | FUNCTION |
|-----------|-----------|------------|---------|----------|
| 1         |           | 0.425691   | 1.00000 | 4.38560  |
| 2         |           | 0.341208   | 1.00000 | 2.64875  |
| 3         |           | 0.159316   | 1.00000 | 1.38416  |
| 4         |           | 0.108677   | 1.00000 | 1.16760  |
| 5         |           | 0.026835   | 1.00000 | 1.09244  |
| 6         |           | 0.005151   | 1.00000 | 1.09055  |
| 7         |           | 0.001595   | 1.00000 | 1.09034  |
| 8         |           | 0.000550   | 1.00000 | 1.09031  |

06-SEP-21 PAGE: 9 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

To Row: 571 Line: 571 Col: 75

For Help, press F1

ES 15:39

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

06-SEP-21 PAGE: 9 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

MEASUREMENT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS  
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

BPRES1 =V4 = 1.000 F1 + 1.000 E4

BPRES2 =V5 = .957\*F1 + 1.000 E5  
.074  
13.011@

BPRES3 =V6 = 1.217\*F1 + 1.000 E6  
.087  
14.021@

PQ1 =V7 = 1.000 F2 + 1.000 E7

To Row: 595 Line: 595 Col: 38

For Help, press F1

ES 15:39

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

EQ2 =V8 = .990\*F2 + 1.000 E8  
 .046  
 21.640@

BP2 =V14 = 1.000 F3 + 1.000 E14

BP3 =V15 = 1.300\*F3 + 1.000 E15  
 .085  
 15.254@

BC1 =V16 = 1.000 F4 + 1.000 E16

BC3 =V18 = .862\*F4 + 1.000 E18  
 .045  
 19.070@

BC4 =V19 = .899\*F4 + 1.000 E19  
 .045  
 20.135@

To Row: 620 Line: 620 Col: 38

For Help, press F1

ES 15:39

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

BC5 =V20 = .966\*F4 + 1.000 E20  
 .041  
 23.670@

BC6 =V21 = 1.034\*F4 + 1.000 E21  
 .040  
 25.684@

MEASUREMENT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS (CONTINUED)

06-SEP-21 PAGE: 10 EQS Licensee:  
 TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

ICS1 =V22 = 1.000 F5 + 1.000 E22

ICS2 =V23 = 1.125\*F5 + 1.000 E23  
 .078  
 14.438@

ICS3 =V24 = 1.166\*F5 + 1.000 E24

To Row: 646 Line: 646 Col: 0

For Help, press F1

ES 15:40

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
ICS3 =V24 = 1.166*F5 + 1.000 E24
          .083
          13.998@

PI2  =V25 = 1.000 F6 + 1.000 E25

PI3  =V26 = .990*F6 + 1.000 E26
          .060
          16.510@

PI1R =V27 = 1.027*F6 + 1.000 E27
          .067
          15.411@

06-SEP-21 PAGE: 11 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

| CONSTRUCT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS
  STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.
To Row: 670 Line: 670 Col: 63
For Help, press F1
CAP 15:40

```

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
[Icons]
1 2 3 4 5 6 7
CONSTRUCT EQUATIONS WITH STANDARD ERRORS AND TEST STATISTICS
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

F1  =F1 = .671*F4 + 1.000 D1
          .054
          12.321@

F2  =F2 = 1.074*F1 + 1.000 D2
          .078
          13.749@

F3  =F3 = .104*F1 + .569*F4 + 1.000 D3
          .061 .058
          1.706 9.745@

F5  =F5 = .545*F4 + 1.000 D5
          .041
          13.194@

F6  =F6 = .138*F2 + .320*F3 + .180*F5 + 1.000 D6
          .102 .158 .143
          1.351 2.025@ 1.258

To Row: 694 Line: 694 Col: 0
For Help, press F1
CAP 15:40

```

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
06-SEP-21 PAGE: 12 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES
-----
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

          V          F
          ---          ---
          I F4 - F4          1.000 I
          I
          I
          I

06-SEP-21 PAGE: 13 EQS Licensee:
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES
-----
STATISTICS SIGNIFICANT AT THE 5% LEVEL ARE MARKED WITH @.

```

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
          E          D
          ---          ---
E4 -BPRES1          .994*I D1 - F1          .350*I
          .078 I          .053 I
          12.778@I          6.646@I
          I
E5 -BPRES2          .587*I D2 - F2          .047*I
          .049 I          .031 I
          12.093@I          1.526 I
          I
E6 -BPRES3          .599*I D3 - F3          .175*I
          .055 I          .031 I
          10.880@I          5.695@I
          I
E7 - FQ1          .418*I D5 - F5          .220*I
          .039 I          .033 I
          10.628@I          6.726@I
          I
E8 - FQ2          .222*I D6 - F6          1.282*I
          .030 I          .137 I
          7.500@I          9.379@I
          I
E14 - BP2          .365*I
          .038 I
          9.597@I
          I

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

Row: 768 Line: 768 Col: 80

For Help, press F1

|           |          |   |
|-----------|----------|---|
|           | .038 I   | I |
|           | 9.5970I  | I |
|           | I        | I |
| E15 - BP3 | .483*I   | I |
|           | .058 I   | I |
|           | 8.3090I  | I |
|           | I        | I |
| E16 - BC1 | .308*I   | I |
|           | .029 I   | I |
|           | 10.7450I | I |
|           | I        | I |
| E18 - BC3 | .590*I   | I |
|           | .047 I   | I |
|           | 12.6870I | I |
|           | I        | I |
| E19 - BC4 | .560*I   | I |
|           | .045 I   | I |
|           | 12.4970I | I |
|           | I        | I |
| E20 - BC5 | .413*I   | I |
|           | .035 I   | I |
|           | 11.6670I | I |
|           | I        | I |
| E21 - BC6 | .367*I   | I |
|           | .033 I   | I |
|           | 10.9980I | I |

ES 15:40

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

06-SEP-21 PAGE: 14 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

VARIANCES OF INDEPENDENT VARIABLES (CONTINUED)

-----

|            |          |   |
|------------|----------|---|
| E22 - ICS1 | .430*I   | I |
|            | .039 I   | I |
|            | 10.9050I | I |
|            | I        | I |
| E23 - ICS2 | .347*I   | I |
|            | .038 I   | I |
|            | 9.1230I  | I |
|            | I        | I |
| E24 - ICS3 | .465*I   | I |
|            | .046 I   | I |
|            | 10.0840I | I |
|            | I        | I |
| E25 - PI2  | .541*I   | I |
|            | .076 I   | I |
|            | 7.1420I  | I |
|            | I        | I |
| E26 - PI3  | .693*I   | I |
|            | .081 I   | I |

Row: 796 Line: 796 Col: 80

For Help, press F1

ES 15:40

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
. . . . . 2 . . . . . 3 . . . . . 4 . . . . . 5 . . . . . 6 . . . . . 7 . . . . .
E26 - PI3          .693*I          I
                .081 I          I
                8.545@I         I
                I              I
E27 - PI1R        1.203*I          I
                .111 I          I
                10.815@I         I
                I              I

06-SEP-21      PAGE: 15  EQS      Licensee:
TITLE:  AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

STANDARDIZED SOLUTION:                                R-SQUARED

BPRES1 =V4 = .668 F1 + .744 E4          .446
BPRES2 =V5 = .745*F1 + .667 E5          .555
BPRES3 =V6 = .815*F1 + .579 E6          .664
PQ1 =V7 = .836 F2 + .549 E7          .699
PQ2 =V8 = .901*F2 + .435 E8          .811
BP2 =V14 = .785 F3 + .620 E14          .616
BP3 =V15 = .820*F3 + .572 E15          .672

To Row: 796 Line: 796 Col: 80
CAP

```

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]
File Edit View Insert Format Build_EQS Window Help
. . . . . 2 . . . . . 3 . . . . . 4 . . . . . 5 . . . . . 6 . . . . . 7 . . . . .
BC4 =V19 = .769*F4 + .640 E19          .591
BC5 =V20 = .833*F4 + .554 E20          .693
BC6 =V21 = .863*F4 + .506 E21          .744
ICS1 =V22 = .739 F5 + .674 E22          .545
ICS2 =V23 = .808*F5 + .589 E23          .654
ICS3 =V24 = .775*F5 + .631 E24          .601
PI2 =V25 = .856 F6 + .517 E25          .732
PI3 =V26 = .823*F6 + .568 E26          .677
PI1R =V27 = .751*F6 + .660 E27          .565
F1 =F1 = .750*F4 + .662 D1          .562
F2 =F2 = .976*F1 + .219 D2          .952
F3 =F3 = .121*F1 + .743*F4 + .546 D3 .702
F5 =F5 = .758*F4 + .652 D5          .575
F6 =F6 = .112*F2 + .201*F3 + .106*F5 + .931 D6 .134

-----
E N D   O F   M E T H O D
-----

To Row: 848 Line: 848 Col: 80
For Help, press F1
CAP

```

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

06-SEP-21 PAGE: 16 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

WALD TEST (FOR DROPPING PARAMETERS)  
MULTIVARIATE WALD TEST BY SIMULTANEOUS PROCESS

| CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS |           |            |      |             | UNIVARIATE INCREMENT |             |
|------------------------------------|-----------|------------|------|-------------|----------------------|-------------|
| STEP                               | PARAMETER | CHI-SQUARE | D.F. | PROBABILITY | CHI-SQUARE           | PROBABILITY |
| 1                                  | F6,F5     | 1.583      | 1    | 0.208       | 1.583                | 0.208       |
| 2                                  | D2,D2     | 3.889      | 2    | 0.143       | 2.306                | 0.129       |
| 3                                  | F6,F2     | 6.505      | 3    | 0.089       | 2.616                | 0.106       |

06-SEP-21 PAGE: 17 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

To Row: 873 Line: 873 Col: 0

For Help, press F1

ES 15:41

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

LAGRANGE MULTIPLIER TEST (FOR ADDING PARAMETERS)

ORDERED UNIVARIATE TEST STATISTICS:

| NO | CODE | PARAMETER | CHI-SQUARE | PROB. | HANCOCK<br>128 DF<br>PROB. | PARAM.<br>CHANGE | STANDARDIZED<br>CHANGE | PREDICTED<br>RMSEA | CFI   |
|----|------|-----------|------------|-------|----------------------------|------------------|------------------------|--------------------|-------|
| 1  | 2 12 | V24,F4    | 31.356     | 0.000 | 1.000                      | 0.526            | 0.487                  | 0.073              | 0.927 |
| 2  | 2 0  | F4,F4     | 28.897     | 0.000 | 1.000                      | -0.500           | -0.500                 | 0.074              | 0.927 |
| 3  | 2 0  | V16,F4    | 28.897     | 0.000 | 1.000                      | -0.250           | -0.219                 | 0.074              | 0.927 |
| 4  | 2 20 | V24,F3    | 28.713     | 0.000 | 1.000                      | 0.509            | 0.615                  | 0.074              | 0.927 |
| 5  | 2 20 | V16,F3    | 17.684     | 0.000 | 1.000                      | -0.251           | -0.286                 | 0.075              | 0.924 |
| 6  | 2 20 | V16,F2    | 17.577     | 0.000 | 1.000                      | -0.175           | -0.155                 | 0.075              | 0.924 |
| 7  | 2 20 | V24,F2    | 17.471     | 0.000 | 1.000                      | 0.242            | 0.228                  | 0.075              | 0.924 |
| 8  | 2 20 | V16,F1    | 17.273     | 0.000 | 1.000                      | -0.193           | -0.189                 | 0.075              | 0.923 |
| 9  | 2 20 | V24,F1    | 16.460     | 0.000 | 1.000                      | 0.266            | 0.275                  | 0.075              | 0.923 |
| 10 | 2 20 | V16,F5    | 14.521     | 0.000 | 1.000                      | -0.229           | -0.278                 | 0.076              | 0.923 |
| 11 | 2 20 | V4,F6     | 13.704     | 0.000 | 1.000                      | 0.184            | 0.113                  | 0.076              | 0.922 |
| 12 | 2 20 | V22,F3    | 11.684     | 0.001 | 1.000                      | -0.292           | -0.392                 | 0.076              | 0.922 |
| 13 | 2 20 | V25,F2    | 10.672     | 0.001 | 1.000                      | -0.190           | -0.136                 | 0.076              | 0.922 |
| 14 | 2 20 | V27,F1    | 10.630     | 0.001 | 1.000                      | 0.257            | 0.173                  | 0.076              | 0.922 |
| 15 | 2 20 | V25,F1    | 10.546     | 0.001 | 1.000                      | -0.209           | -0.164                 | 0.076              | 0.922 |

To Row: 898 Line: 898 Col: 79

For Help, press F1

ES 15:41



EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |   |    |         |        |       |       |         |         |       |       |
|----|---|----|---------|--------|-------|-------|---------|---------|-------|-------|
| 16 | 2 | 20 | V5, F5  | 10.396 | 0.001 | 1.000 | 0.269   | 0.326   | 0.076 | 0.922 |
| 17 | 2 | 20 | V27, F2 | 10.281 | 0.001 | 1.000 | 0.229   | 0.140   | 0.076 | 0.922 |
| 18 | 2 | 12 | V23, F4 | 8.518  | 0.004 | 1.000 | -0.264  | -0.264  | 0.076 | 0.921 |
| 19 | 2 | 12 | V22, F4 | 7.177  | 0.007 | 1.000 | -0.219  | -0.225  | 0.077 | 0.921 |
| 20 | 2 | 20 | V19, F2 | 6.388  | 0.011 | 1.000 | -0.177  | -0.154  | 0.077 | 0.920 |
| 21 | 2 | 20 | V15, F5 | 6.222  | 0.013 | 1.000 | -0.285  | -0.327  | 0.077 | 0.920 |
| 22 | 2 | 20 | V23, F2 | 5.831  | 0.016 | 1.000 | -0.128  | -0.130  | 0.077 | 0.920 |
| 23 | 2 | 20 | V7, F3  | 5.819  | 0.016 | 1.000 | -0.209  | -0.232  | 0.077 | 0.920 |
| 24 | 2 | 20 | V14, F5 | 5.577  | 0.018 | 1.000 | 0.223   | 0.318   | 0.077 | 0.920 |
| 25 | 2 | 20 | V23, F3 | 5.036  | 0.025 | 1.000 | -0.198  | -0.259  | 0.077 | 0.920 |
| 26 | 2 | 20 | V19, F1 | 5.027  | 0.025 | 1.000 | -0.181  | -0.173  | 0.077 | 0.920 |
| 27 | 2 | 20 | V27, F3 | 5.018  | 0.025 | 1.000 | 0.219   | 0.172   | 0.077 | 0.920 |
| 28 | 2 | 20 | V23, F1 | 4.974  | 0.026 | 1.000 | -0.134  | -0.150  | 0.077 | 0.920 |
| 29 | 2 | 20 | V8, F6  | 4.937  | 0.026 | 1.000 | -0.068  | -0.051  | 0.077 | 0.920 |
| 30 | 2 | 20 | V7, F1  | 4.818  | 0.028 | 1.000 | -14.722 | -13.966 | 0.077 | 0.920 |
| 31 | 2 | 20 | V18, F6 | 4.724  | 0.030 | 1.000 | -0.084  | -0.060  | 0.077 | 0.920 |
| 32 | 2 | 12 | V25, F4 | 4.620  | 0.032 | 1.000 | -0.123  | -0.087  | 0.077 | 0.920 |
| 33 | 2 | 20 | V25, F3 | 4.377  | 0.036 | 1.000 | -0.168  | -0.154  | 0.077 | 0.920 |
| 34 | 2 | 20 | V6, F2  | 4.327  | 0.038 | 1.000 | 1.872   | 1.422   | 0.077 | 0.920 |
| 35 | 2 | 12 | V27, F4 | 4.315  | 0.038 | 1.000 | 0.146   | 0.088   | 0.077 | 0.920 |
| 36 | 2 | 22 | F2, F6  | 4.137  | 0.042 | 1.000 | -0.066  | -0.055  | 0.077 | 0.920 |
| 37 | 2 | 20 | V27, F5 | 4.105  | 0.043 | 1.000 | 0.205   | 0.172   | 0.077 | 0.920 |
| 38 | 2 | 20 | V21, F2 | 4.069  | 0.044 | 1.000 | 0.125   | 0.106   | 0.077 | 0.920 |
| 39 | 2 | 20 | V4, F3  | 3.943  | 0.047 | 1.000 | 0.235   | 0.229   | 0.077 | 0.920 |
| 40 | 2 | 20 | V22, F2 | 3.886  | 0.049 | 1.000 | -0.105  | -0.109  | 0.077 | 0.920 |
| 41 | 2 | 12 | V4, F4  | 3.777  | 0.052 | 1.000 | 0.184   | 0.137   | 0.077 | 0.920 |

To Row: 924 Line: 924 Col: 79

For Help, press F1

ES 15:41

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |   |    |         |       |       |       |        |        |       |       |
|----|---|----|---------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 41 | 2 | 12 | V4, F4  | 3.777 | 0.052 | 1.000 | 0.184  | 0.137  | 0.077 | 0.920 |
| 42 | 2 | 20 | V8, F5  | 3.773 | 0.052 | 1.000 | -0.123 | -0.158 | 0.077 | 0.920 |
| 43 | 2 | 20 | V22, F1 | 3.679 | 0.055 | 1.000 | -0.115 | -0.132 | 0.077 | 0.920 |
| 44 | 2 | 20 | V6, F5  | 3.675 | 0.055 | 1.000 | -0.173 | -0.180 | 0.077 | 0.920 |
| 45 | 2 | 20 | V19, F3 | 3.667 | 0.055 | 1.000 | -0.269 | -0.300 | 0.077 | 0.920 |
| 46 | 2 | 20 | V18, F5 | 3.659 | 0.056 | 1.000 | 0.214  | 0.258  | 0.077 | 0.920 |
| 47 | 2 | 10 | D6, D2  | 3.023 | 0.082 | 1.000 | -0.075 | -0.306 | 0.077 | 0.920 |
| 48 | 2 | 22 | F6, F1  | 3.023 | 0.082 | 1.000 | 1.721  | 1.580  | 0.077 | 0.920 |
| 49 | 2 | 20 | V21, F1 | 2.980 | 0.084 | 1.000 | 0.124  | 0.115  | 0.077 | 0.920 |
| 50 | 2 | 22 | F2, F5  | 2.785 | 0.095 | 1.000 | -0.109 | -0.155 | 0.077 | 0.920 |
| 51 | 2 | 20 | V4, F5  | 2.768 | 0.096 | 1.000 | 0.175  | 0.182  | 0.077 | 0.919 |
| 52 | 2 | 12 | V15, F4 | 2.713 | 0.100 | 1.000 | 0.791  | 0.652  | 0.077 | 0.919 |
| 53 | 2 | 20 | V20, F2 | 2.319 | 0.128 | 1.000 | 0.096  | 0.084  | 0.077 | 0.919 |
| 54 | 2 | 22 | F2, F3  | 2.243 | 0.134 | 1.000 | -0.123 | -0.163 | 0.077 | 0.919 |
| 55 | 2 | 22 | F1, F2  | 2.196 | 0.138 | 1.000 | 1.140  | 1.293  | 0.077 | 0.919 |
| 56 | 2 | 10 | D2, D1  | 2.196 | 0.138 | 1.000 | 0.053  | 0.416  | 0.077 | 0.919 |
| 57 | 2 | 16 | F2, F4  | 2.196 | 0.138 | 1.000 | -0.102 | -0.103 | 0.077 | 0.919 |
| 58 | 2 | 20 | V21, F3 | 2.168 | 0.141 | 1.000 | 0.184  | 0.200  | 0.077 | 0.919 |
| 59 | 2 | 12 | V5, F4  | 2.119 | 0.145 | 1.000 | 0.111  | 0.097  | 0.077 | 0.919 |
| 60 | 2 | 20 | V20, F1 | 2.084 | 0.149 | 1.000 | 0.105  | 0.101  | 0.077 | 0.919 |
| 61 | 2 | 20 | V25, F5 | 2.037 | 0.153 | 1.000 | -0.118 | -0.115 | 0.077 | 0.919 |
| 62 | 2 | 20 | V15, F1 | 1.941 | 0.164 | 1.000 | -0.165 | -0.152 | 0.077 | 0.919 |
| 63 | 2 | 20 | V14, F1 | 1.801 | 0.180 | 1.000 | 0.122  | 0.140  | 0.077 | 0.919 |
| 64 | 2 | 12 | V14, F4 | 1.780 | 0.182 | 1.000 | -0.486 | -0.498 | 0.077 | 0.919 |
| 65 | 2 | 20 | V19, F5 | 1.641 | 0.200 | 1.000 | -0.141 | -0.168 | 0.077 | 0.919 |
| 66 | 2 | 20 | V23, F6 | 1.490 | 0.222 | 1.000 | -0.044 | -0.036 | 0.077 | 0.919 |

To Row: 928 Line: 928 Col: 79

For Help, press F1

ES 15:42

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|    |   |    |         |       |       |       |        |        |       |       |
|----|---|----|---------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 67 | 2 | 20 | V15, F2 | 1.348 | 0.246 | 1.000 | -0.118 | -0.098 | 0.077 | 0.919 |
| 68 | 2 | 10 | D5, D2  | 1.218 | 0.270 | 1.000 | -0.020 | -0.193 | 0.077 | 0.919 |
| 69 | 2 | 12 | V6, F4  | 1.188 | 0.276 | 1.000 | -0.093 | -0.070 | 0.077 | 0.919 |
| 70 | 2 | 20 | V22, F6 | 1.177 | 0.278 | 1.000 | 0.039  | 0.033  | 0.077 | 0.919 |
| 71 | 2 | 10 | D6, D1  | 1.137 | 0.286 | 1.000 | 0.116  | 0.174  | 0.077 | 0.919 |
| 72 | 2 | 22 | F1, F6  | 1.122 | 0.289 | 1.000 | 0.089  | 0.082  | 0.077 | 0.919 |
| 73 | 2 | 20 | V14, F6 | 1.121 | 0.290 | 1.000 | 0.040  | 0.034  | 0.077 | 0.919 |
| 74 | 2 | 20 | V19, F6 | 1.094 | 0.296 | 1.000 | -0.040 | -0.028 | 0.077 | 0.919 |
| 75 | 2 | 20 | V14, F2 | 1.079 | 0.299 | 1.000 | 0.081  | 0.085  | 0.077 | 0.919 |
| 76 | 2 | 20 | V5, F6  | 0.779 | 0.378 | 1.000 | -0.035 | -0.025 | 0.077 | 0.919 |
| 77 | 2 | 20 | V6, F6  | 0.774 | 0.379 | 1.000 | 0.037  | 0.022  | 0.077 | 0.919 |
| 78 | 2 | 12 | V7, F4  | 0.709 | 0.400 | 1.000 | -0.059 | -0.050 | 0.077 | 0.919 |
| 79 | 2 | 20 | V20, F5 | 0.694 | 0.405 | 1.000 | -0.082 | -0.099 | 0.077 | 0.919 |
| 80 | 2 | 20 | V5, F3  | 0.669 | 0.413 | 1.000 | 0.078  | 0.088  | 0.077 | 0.919 |
| 81 | 2 | 20 | V18, F3 | 0.561 | 0.454 | 1.000 | -0.107 | -0.121 | 0.077 | 0.919 |
| 82 | 2 | 20 | V15, F6 | 0.524 | 0.469 | 1.000 | -0.094 | -0.023 | 0.077 | 0.919 |
| 83 | 2 | 20 | V8, F3  | 0.519 | 0.471 | 1.000 | 0.054  | 0.065  | 0.077 | 0.919 |
| 84 | 2 | 20 | V5, F2  | 0.489 | 0.484 | 1.000 | -0.500 | -0.442 | 0.077 | 0.919 |
| 85 | 2 | 22 | F3, F2  | 0.459 | 0.498 | 1.000 | -0.289 | -0.383 | 0.077 | 0.919 |
| 86 | 2 | 10 | D3, D2  | 0.459 | 0.498 | 1.000 | -0.013 | -0.149 | 0.077 | 0.919 |
| 87 | 2 | 20 | V8, F1  | 0.436 | 0.509 | 1.000 | 5.095  | 5.256  | 0.077 | 0.919 |
| 88 | 2 | 20 | V26, F1 | 0.430 | 0.512 | 1.000 | 0.044  | 0.033  | 0.077 | 0.919 |
| 89 | 2 | 20 | V21, F5 | 0.428 | 0.513 | 1.000 | 0.063  | 0.073  | 0.077 | 0.919 |
| 90 | 2 | 20 | V18, F1 | 0.376 | 0.540 | 1.000 | -0.050 | -0.049 | 0.078 | 0.919 |
| 91 | 2 | 20 | V26, F2 | 0.368 | 0.544 | 1.000 | 0.036  | 0.025  | 0.078 | 0.919 |
| 92 | 2 | 12 | V8, F4  | 0.322 | 0.570 | 1.000 | -0.035 | -0.032 | 0.078 | 0.919 |

To Row: 975 Line: 975 Col: 79

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|     |   |    |         |       |       |       |        |        |       |       |
|-----|---|----|---------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 93  | 2 | 10 | D6, D5  | 0.263 | 0.608 | 1.000 | 0.043  | 0.080  | 0.078 | 0.919 |
| 94  | 2 | 16 | F6, F4  | 0.263 | 0.608 | 1.000 | -0.105 | -0.087 | 0.078 | 0.919 |
| 95  | 2 | 20 | V18, F2 | 0.259 | 0.611 | 1.000 | -0.036 | -0.032 | 0.078 | 0.919 |
| 96  | 2 | 20 | V21, F6 | 0.243 | 0.622 | 1.000 | 0.016  | 0.011  | 0.078 | 0.919 |
| 97  | 2 | 20 | V24, F6 | 0.238 | 0.625 | 1.000 | 0.019  | 0.015  | 0.078 | 0.919 |
| 98  | 2 | 20 | V6, F3  | 0.216 | 0.642 | 1.000 | -0.049 | -0.048 | 0.078 | 0.919 |
| 99  | 2 | 10 | D6, D3  | 0.196 | 0.658 | 1.000 | 0.028  | 0.059  | 0.078 | 0.919 |
| 100 | 2 | 22 | F3, F6  | 0.158 | 0.691 | 1.000 | 0.019  | 0.021  | 0.078 | 0.919 |
| 101 | 2 | 22 | F5, F6  | 0.156 | 0.693 | 1.000 | 0.024  | 0.028  | 0.078 | 0.919 |
| 102 | 2 | 20 | V20, F3 | 0.150 | 0.698 | 1.000 | 0.049  | 0.055  | 0.078 | 0.919 |
| 103 | 2 | 20 | V7, F5  | 0.140 | 0.708 | 1.000 | 0.028  | 0.033  | 0.078 | 0.919 |
| 104 | 2 | 20 | V7, F6  | 0.131 | 0.718 | 1.000 | 0.013  | 0.009  | 0.078 | 0.919 |
| 105 | 2 | 22 | F5, F3  | 0.088 | 0.767 | 1.000 | -0.031 | -0.056 | 0.078 | 0.919 |
| 106 | 2 | 10 | D5, D3  | 0.080 | 0.777 | 1.000 | -0.005 | -0.027 | 0.078 | 0.919 |
| 107 | 2 | 22 | F3, F5  | 0.080 | 0.777 | 1.000 | -0.024 | -0.043 | 0.078 | 0.919 |
| 108 | 2 | 12 | V26, F4 | 0.079 | 0.779 | 1.000 | 0.017  | 0.011  | 0.078 | 0.919 |
| 109 | 2 | 20 | V26, F5 | 0.078 | 0.780 | 1.000 | -0.024 | -0.023 | 0.078 | 0.919 |
| 110 | 2 | 20 | V16, F6 | 0.060 | 0.806 | 1.000 | -0.007 | -0.005 | 0.078 | 0.919 |
| 111 | 2 | 22 | F5, F2  | 0.053 | 0.818 | 1.000 | -0.012 | -0.017 | 0.078 | 0.919 |
| 112 | 2 | 20 | V26, F3 | 0.046 | 0.829 | 1.000 | 0.018  | 0.016  | 0.078 | 0.919 |
| 113 | 2 | 20 | V4, F2  | 0.031 | 0.861 | 1.000 | 0.142  | 0.108  | 0.078 | 0.919 |
| 114 | 2 | 22 | F1, F5  | 0.007 | 0.933 | 1.000 | -0.008 | -0.013 | 0.078 | 0.919 |
| 115 | 2 | 10 | D5, D1  | 0.007 | 0.933 | 1.000 | -0.002 | -0.006 | 0.078 | 0.919 |
| 116 | 2 | 22 | F5, F1  | 0.007 | 0.933 | 1.000 | -0.005 | -0.008 | 0.078 | 0.919 |
| 117 | 2 | 20 | V20, F6 | 0.000 | 0.985 | 1.000 | -0.001 | 0.000  | 0.078 | 0.919 |
| 118 | 2 | 0  | V14, F3 | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000  | 0.000  | 0.078 | 0.919 |

To Row: 1001 Line: 1001 Col: 79

For Help, press F1

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

|     |   |    |        |       |       |       |       |       |       |       |
|-----|---|----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 118 | 2 | 0  | V14,F3 | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 119 | 2 | 0  | V25,F6 | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 120 | 2 | 22 | F1,F3  | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 121 | 2 | 0  | V22,F5 | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 122 | 2 | 0  | V4,F1  | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 123 | 2 | 10 | D3,D1  | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |
| 124 | 2 | 0  | V7,F2  | 0.000 | 1.000 | 1.000 | 0.000 | 0.000 | 0.078 | 0.919 |

\*\*\* NOTE \*\*\* IF PREDICTED RMSEA COULD NOT BE CALCULATED, 99.999 IS PRINTED.  
IF PREDICTED CFI COULD NOT BE CALCULATED, 9.999 IS PRINTED.

06-SEP-21 PAGE: 18 EQS Licensee:  
TITLE: AFC5

MAXIMUM LIKELIHOOD SOLUTION (NORMAL DISTRIBUTION THEORY)

MULTIVARIATE LAGRANGE MULTIPLIER TEST BY SIMULTANEOUS PROCESS IN STAGE 1

PARAMETER SETS (SUBMATRICES) ACTIVE AT THIS STAGE ARE:

PVV PFV PFF PDD GVV GVF GFV GFF BVF BFF

CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS UNIVARIATE INCREMENT

To Row:1002 Line:1002 Col: 79

For Help, press F1

ES 15:42

EQS 6.2 for Windows - [sem 5.out]

File Edit View Insert Format Build\_EQS Window Help

| CUMULATIVE MULTIVARIATE STATISTICS |           |            |            | UNIVARIATE INCREMENT |       |                                 |                     |
|------------------------------------|-----------|------------|------------|----------------------|-------|---------------------------------|---------------------|
| STEP                               | PARAMETER | CHI-SQUARE | D.F. PROB. | CHI-SQUARE           | PROB. | HANCOCK'S SEQUENTIAL D.F. PROB. | PREDICTED RMSEA CFI |
| 1                                  | V24,F4    | 31.356     | 1 0.000    | 31.356               | 0.000 | 128 1.000                       | 0.073 0.927         |
| 2                                  | F4,F4     | 60.252     | 2 0.000    | 28.896               | 0.000 | 127 1.000                       | 0.070 0.935         |
| 3                                  | V4,F6     | 73.925     | 3 0.000    | 13.673               | 0.000 | 126 1.000                       | 0.068 0.938         |
| 4                                  | V5,F5     | 84.791     | 4 0.000    | 10.866               | 0.001 | 125 1.000                       | 0.067 0.941         |

\*\*\* NOTE \*\*\* IF PREDICTED RMSEA COULD NOT BE CALCULATED, 99.999 IS PRINTED.  
IF PREDICTED CFI COULD NOT BE CALCULATED, 9.999 IS PRINTED.

LAGRANGIAN MULTIPLIER TEST REQUIRED 50184 WORDS OF MEMORY.  
PROGRAM ALLOCATES 2000000 WORDS.

1  
today is 2021/09/06  
Execution begins at 15:32:21  
Execution ends at 15:32:22  
Elapsed time = 1.00 seconds

To Row:1048 Line:1048 Col: 36

For Help, press F1

ES 15:42

## Anexo 11.

### Capturas de pantalla de la base de datos en SPSS

Base de datos T2.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

|    | Nombre | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta            | Valores         | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------|----------|---------|-----------|---------------------|-----------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1  | Cuidad | Numérico | 1       | 0         | Cuidad              | {1, Cuenca}...  | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 2  | Edad   | Numérico | 2       | 0         | Edad                | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Escala  | Entrada |
| 3  | Sexo   | Numérico | 2       | 0         | Sexo                | {1, Masculin... | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 4  | FV1    | Numérico | 1       | 0         | FV1 Es un mod...    | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 5  | FV2    | Numérico | 1       | 0         | FV2 Es seguro       | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 6  | FV3    | Numérico | 1       | 0         | FV3 Es práctico     | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 7  | FV4    | Numérico | 1       | 0         | FV4 Tiene la últ... | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 8  | FV5    | Numérico | 1       | 0         | FV5 Es espaci...    | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 9  | FV6OP  | Numérico | 1       | 0         | FV6OP Es eco...     | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 10 | FV7    | Numérico | 1       | 0         | FV7 Tiene buen...   | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 11 | FV8    | Numérico | 1       | 0         | FV8 Tiene la m...   | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 12 | FV9    | Numérico | 1       | 0         | FV9 Tiene buen...   | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 13 | FV10   | Numérico | 2       | 0         | FV10 Tiene bue...   | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 14 | FV11   | Numérico | 2       | 0         | FV11 Es manio...    | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 15 | FV12   | Numérico | 2       | 0         | FV12 Tiene un ...   | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 16 | FV13   | Numérico | 2       | 0         | FV13 Es cómodo      | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 17 | FV14   | Numérico | 2       | 0         | FV14 Es Fiable      | Ninguna         | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

15:46

Base de datos T2.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

|    | Nombre | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta          | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------|----------|---------|-----------|-------------------|---------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 16 | FV13   | Numérico | 2       | 0         | FV13 Es cómodo    | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 17 | FV14   | Numérico | 2       | 0         | FV14 Es Fiable    | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 18 | FV15   | Numérico | 2       | 0         | FV15 Tiene tod... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 19 | SV1    | Numérico | 1       | 0         | SV1 Es refinado   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 20 | SV2    | Numérico | 1       | 0         | SV2 Es atractivo  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 21 | SV3    | Numérico | 1       | 0         | SV3 Está bien ... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 22 | SV4    | Numérico | 1       | 0         | SV4 Es accesi...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 23 | SV5    | Numérico | 1       | 0         | SV5 Es confiable  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 24 | SV6    | Numérico | 1       | 0         | SV6 Es de una...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 25 | SV7    | Numérico | 1       | 0         | SV7 Es deportivo  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 26 | SV8    | Numérico | 1       | 0         | SV8 Es moderno    | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 27 | SV9    | Numérico | 1       | 0         | SV9 Le hace s...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 28 | SV10   | Numérico | 2       | 0         | SV10 Le hace ...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 29 | SV11   | Numérico | 2       | 0         | SV11 Le hace ...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 30 | SV12   | Numérico | 2       | 0         | SV12 Es elega...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 31 | SV13   | Numérico | 2       | 0         | SV13 Le da co...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 32 | SV14   | Numérico | 2       | 0         | SV14 Es diseña... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

15:47

Base de datos T2.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

|    | Nombre | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta          | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------|----------|---------|-----------|-------------------|---------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 33 | BPRES1 | Númérico | 1       | 0         | BPRES1 Es de...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 34 | BPRES2 | Númérico | 2       | 0         | BPRES2 Es de...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 35 | BPRES3 | Númérico | 2       | 0         | BPRES3 Es de...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 36 | PQ1    | Númérico | 2       | 0         | PQ1 Es de una...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 37 | PQ2    | Númérico | 2       | 0         | PQ2 En términ...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 38 | PREF1  | Númérico | 1       | 0         | PREF1 Necesit...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 39 | PREF2  | Númérico | 3       | 0         | PREF2 NO sab...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 40 | PREF3  | Númérico | 1       | 0         | PREF3 Para sa...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 41 | BP1    | Númérico | 1       | 0         | BP1 Le doy un...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 42 | BP2    | Númérico | 1       | 0         | BP2 Se adapta...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 43 | BP3    | Númérico | 1       | 0         | BP3 Es atracti... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 44 | BC1    | Númérico | 1       | 0         | BC1 Entrega lo... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 45 | BC2    | Númérico | 1       | 0         | BC2 Crees en l... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 46 | BC3    | Númérico | 1       | 0         | BC3 Con el tie... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 47 | BC4    | Númérico | 1       | 0         | BC4 Se esfuerz... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 48 | BC5    | Númérico | 1       | 0         | BC5 Puedes co...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 49 | BC6    | Númérico | 1       | 0         | BC6 Se que pu...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Base de datos T2.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

|    | Nombre | Tipo     | Anchura | Decimales | Etiqueta           | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida  | Rol     |
|----|--------|----------|---------|-----------|--------------------|---------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 48 | BC5    | Númérico | 1       | 0         | BC5 Puedes co...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 49 | BC6    | Númérico | 1       | 0         | BC6 Se que pu...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 50 | ICS4OP | Númérico | 1       | 0         | ICS4OP El tipo...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 51 | ICS5OP | Númérico | 1       | 0         | ICS5OP Es im...    | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 52 | ICS1   | Númérico | 1       | 0         | ICS1 Saber lo q... | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 53 | ICS2   | Númérico | 1       | 0         | ICS2 Esta mar...   | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 54 | ICS3   | Númérico | 1       | 0         | ICS3 Estoy seg...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 55 | PI2    | Númérico | 3       | 0         | PI2 Seriamente...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 56 | PI3    | Númérico | 3       | 0         | PI3 ¿Qué tan p...  | Ninguna | Ninguna  | 12       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 57 | PI1R   | Númérico | 8       | 0         | PI1RECODIFIC...    | Ninguna | Ninguna  | 10       | Derecha    | Nominal | Entrada |
| 58 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 59 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 60 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 61 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 62 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 63 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |
| 64 |        |          |         |           |                    |         |          |          |            |         |         |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

## Anexo 12.

### *Tablas de media, moda y desviación estándar de las preguntas*

**Frecuencia 1**

|            | Es un modelo moderno y atractivo | Es seguro | Es práctico | Tiene la última tecnología |
|------------|----------------------------------|-----------|-------------|----------------------------|
| Media      | 5,15                             | 5,28      | 5,47        | 5,23                       |
| Moda       | 6                                | 6         | 6           | 7                          |
| Desv. típ. | 1,557                            | 1,152     | 1,290       | 1,756                      |

**Frecuencia 2**

|            | Es espacioso | Es económico | Tiene buena potencia | Tiene la mejor calidad | Tiene buen servicio postventa |
|------------|--------------|--------------|----------------------|------------------------|-------------------------------|
| N Válidos  | 390          | 390          | 390                  | 390                    | 390                           |
| Perdidos   | 0            | 0            | 0                    | 0                      | 0                             |
| Media      | 5,42         | 5,65         | 5,76                 | 5,69                   | 5,83                          |
| Moda       | 6            | 6            | 6                    | 6                      | 6                             |
| Desv. típ. | 1,557        | 1,032        | 1,153                | 1,195                  | 1,147                         |

### Frecuencia 3

|            |          | Tiene buen precio de reventa | Es maniobrable | Tiene un diseño bien pensado | Es cómodo | Es Fiable |
|------------|----------|------------------------------|----------------|------------------------------|-----------|-----------|
| N          | Válidos  | 390                          | 390            | 390                          | 390       | 390       |
|            | Perdidos | 0                            | 0              | 0                            | 0         | 0         |
| Media      |          | 5,12                         | 5,51           | 5,45                         | 5,71      | 5,71      |
| Moda       |          | 6                            | 6              | 6                            | 6         | 6         |
| Desv. típ. |          | 1,672                        | 1,129          | 1,134                        | 1,109     | 1,099     |

### Frecuencia 4

|            |          | Tiene todas las prestaciones necesarias | Es refinado | Es atractivo | Está bien diseñado | Es accesible |
|------------|----------|---|-------------|--------------|--------------------|--------------|
| N          | Válidos  | 390                                     | 390         | 390          | 390                | 390          |
|            | Perdidos | 0                                       | 0           | 0            | 0                  | 0            |
| Media      |          | 5,95                                    | 5,28        | 4,95         | 5,49               | 5,34         |
| Moda       |          | 6                                       | 6           | 5            | 6                  | 6            |
| Desv. típ. |          | 1,104                                   | 1,200       | 1,476        | 1,326              | 1,125        |

**Frecuencia 5**

|            |          | Es confiable | Es de una marca prestigiosa | Es deportivo | Es moderno | Le hace sentir seguro de sí mismo |
|------------|----------|--------------|-----------------------------|--------------|------------|-----------------------------------|
| N          | Válidos  | 390          | 390                         | 390          | 390        | 390                               |
|            | Perdidos | 0            | 0                           | 0            | 0          | 0                                 |
| Media      |          | 5,62         | 5,93                        | 4,95         | 5,01       | 5,76                              |
| Moda       |          | 6            | 7                           | 6            | 6          | 6                                 |
| Desv. típ. |          | 1,147        | 1,289                       | 1,578        | 1,720      | 1,011                             |

**Frecuencia 6**

|            |          | Le hace sentir orgulloso | Le hace sentir optimista | Es elegante | Le da confianza | Es diseñado para cubrir sus necesidades |
|------------|----------|--------------------------|--------------------------|-------------|-----------------|---|
| N          | Válidos  | 390                      | 390                      | 390         | 390             | 390                                     |
|            | Perdidos | 0                        | 0                        | 0           | 0               | 0                                       |
| Media      |          | 5,77                     | 5,97                     | 5,25        | 5,50            | 5,80                                    |
| Moda       |          | 6                        | 6                        | 5           | 6               | 6                                       |
| Desv. típ. |          | 1,106                    | 1,045                    | 1,336       | 1,140           | 1,098                                   |



**Frecuencia 7**

|   |            | Es de una<br>marca<br>prestigiosa | Es de una<br>marca que<br>tiene un alto<br>estatus | Es de una<br>marca muy<br>exclusiva | Es de una<br>marca de<br>muy alta<br>calidad | En términos<br>de calidad<br>general,<br>clasificaría<br>esta marca<br>como |
|---|------------|-----------------------------------|--|-------------------------------------|--|---|
| N | Válidos    | 390                               | 390  | 390                                 | 390  | 389   |
|   | Perdidos   | 0                                 | 0  | 0                                   | 0  | 1   |
|   | Media      | 5,93                              | 5,94   | 5,86                                | 6,00   | 6,23  |
|   | Moda       | 7                                 | 6  | 6                                   | 7  | 7   |
|   | Desv. típ. | 1,289                             | 1,094  | 1,260                               | 1,111  | 1,012   |

**Frecuencia 8**

|   |            | Estoy<br>familiarizado | La he usado<br>mucho<br>tiempo | La he usado<br>mucho<br>tiempo | La conozco<br>bien | Le doy una<br>buena<br>calificación |
|---|------------|------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|-------------------------------------|
| N | Válidos    | 390                    | 390                            | 390                            | 390                | 390                                 |
|   | Perdidos   | 0                      | 0                              | 0                              | 0                  | 0                                   |
|   | Media      | 5,78                   | 5,52                           | 5,52                           | 5,86               | 5,79                                |
|   | Moda       | 6                      | 6                              | 6                              | 6                  | 6                                   |
|   | Desv. típ. | 1,220                  | 1,327                          | 1,327                          | 1,240              | ,917                                |

### Frecuencia 9

|            |          | Se adapta a mis necesidades | Es atractiva para mis compañeros | Entrega lo que promete | Crees en lo que te ofrece | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete |
|------------|----------|-----------------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------------|--|
| N          | Válidos  | 390                         | 390                              | 390                    | 390                       | 390  |
|            | Perdidos | 0                           | 0                                | 0                      | 0                         | 0  |
| Media      |          | 5,89                        | 6,21                             | 5,62                   | 5,30                      | 5,65   |
| Moda       |          | 6                           | 7                                | 6                      | 6                         | 6  |
| Desv. típ. |          | ,911                        | 1,127                            | ,910                   | 1,113                     | 1,055  |

### Frecuencia 10

|            |          | Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron | Puedes confiar en el nombre de la marca | Se que puedo confiar en la marca en el futuro | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar | Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas |
|------------|----------|---|---|---|---|---|
| N          | Válidos  | 390   | 390                                     | 390   | 390   | 390   |
|            | Perdidos | 0   | 0                                       | 0   | 0   | 0   |
| Media      |          | 5,68  | 5,93                                    | 6,09  | 5,33  | 5,56  |
| Moda       |          | 6   | 6                                       | 7   | 5   | 6   |
| Desv. típ. |          | 1,062   | 1,034                                   | 1,058   | ,927  | ,943  |

|   |            | Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro | Seramente consideraría comprar la marca | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi? | Nunca compraría esta marca (R) |
|---|------------|---|---|--|--------------------------------|
| N | Válidos    | 390   | 390                                     | 390  | 390                            |
|   | Perdidos   | 0   | 0                                       | 0  | 0                              |
|   | Media      | 5,73  | 5,43                                    | 5,70   | 5,54                           |
|   | Moda       | 6   | 6                                       | 6  | 6                              |
|   | Desv. típ. | 1,024   | 1,404                                   | 1,448  | 1,647                          |

### Anexo 13.

*Tabla de frecuencia de cada pregunta*

#### Ciudad

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Cuenca    | 130        | 33,3       | 33,3              | 33,3                 |
|         | Quito     | 130        | 33,3       | 33,3              | 66,7                 |
|         | Guayaquil | 130        | 33,3       | 33,3              | 100,0                |
|         | Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es un modelo moderno y atractivo**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 17         | 4,4        | 4,4               | 4,4                  |
| 2         | 17         | 4,4        | 4,4               | 8,7                  |
| 3         | 20         | 5,1        | 5,1               | 13,8                 |
| 4         | 52         | 13,3       | 13,3              | 27,2                 |
| 5         | 79         | 20,3       | 20,3              | 47,4                 |
| 6         | 142        | 36,4       | 36,4              | 83,8                 |
| 7         | 63         | 16,2       | 16,2              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es seguro**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 12         | 3,1        | 3,1               | 4,6                  |
| 3         | 11         | 2,8        | 2,8               | 7,4                  |
| 4         | 25         | 6,4        | 6,4               | 13,8                 |
| 5         | 150        | 38,5       | 38,5              | 52,3                 |
| 6         | 157        | 40,3       | 40,3              | 92,6                 |
| 7         | 29         | 7,4        | 7,4               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es práctico

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 18         | 4,6        | 4,6               | 5,9                  |
| 3         | 9          | 2,3        | 2,3               | 8,2                  |
| 4         | 29         | 7,4        | 7,4               | 15,6                 |
| 5         | 84         | 21,5       | 21,5              | 37,2                 |
| 6         | 184        | 47,2       | 47,2              | 84,4                 |
| 7         | 61         | 15,6       | 15,6              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Tiene la última tecnología**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 18         | 4,6        | 4,6               | 4,6                  |
| 2         | 31         | 7,9        | 7,9               | 12,6                 |
| 3         | 19         | 4,9        | 4,9               | 17,4                 |
| 4         | 29         | 7,4        | 7,4               | 24,9                 |
| 5         | 84         | 21,5       | 21,5              | 46,4                 |
| 6         | 96         | 24,6       | 24,6              | 71,0                 |
| 7         | 113        | 29,0       | 29,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es espacioso**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 11         | 2,8        | 2,8               | 2,8                  |
| 2         | 19         | 4,9        | 4,9               | 7,7                  |
| 3         | 18         | 4,6        | 4,6               | 12,3                 |
| 4         | 37         | 9,5        | 9,5               | 21,8                 |
| 5         | 76         | 19,5       | 19,5              | 41,3                 |
| 6         | 120        | 30,8       | 30,8              | 72,1                 |
| 7         | 109        | 27,9       | 27,9              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es económico**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 3          | ,8         | ,8                | 1,5                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 3,6                  |
| 4         | 28         | 7,2        | 7,2               | 10,8                 |
| 5         | 91         | 23,3       | 23,3              | 34,1                 |
| 6         | 194        | 49,7       | 49,7              | 83,8                 |
| 7         | 63         | 16,2       | 16,2              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Tiene buena potencia**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,3                  |
| 3         | 12         | 3,1        | 3,1               | 4,4                  |
| 4         | 28         | 7,2        | 7,2               | 11,5                 |
| 5         | 95         | 24,4       | 24,4              | 35,9                 |
| 6         | 133        | 34,1       | 34,1              | 70,0                 |
| 7         | 117        | 30,0       | 30,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Tiene la mejor calidad

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 7          | 1,8        | 1,8               | 2,8                  |
| 3         | 10         | 2,6        | 2,6               | 5,4                  |
| 4         | 33         | 8,5        | 8,5               | 13,8                 |
| 5         | 69         | 17,7       | 17,7              | 31,5                 |
| 6         | 176        | 45,1       | 45,1              | 76,7                 |
| 7         | 91         | 23,3       | 23,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |



**Tiene buen servicio postventa**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 5          | 1,3        | 1,3               | 2,1                  |
| 3         | 7          | 1,8        | 1,8               | 3,8                  |
| 4         | 29         | 7,4        | 7,4               | 11,3                 |
| 5         | 72         | 18,5       | 18,5              | 29,7                 |
| 6         | 156        | 40,0       | 40,0              | 69,7                 |
| 7         | 118        | 30,3       | 30,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Tiene buen precio de reventa**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 21         | 5,4        | 5,4               | 5,4                  |
| 2         | 30         | 7,7        | 7,7               | 13,1                 |
| 3         | 10         | 2,6        | 2,6               | 15,6                 |
| 4         | 36         | 9,2        | 9,2               | 24,9                 |
| 5         | 83         | 21,3       | 21,3              | 46,2                 |
| 6         | 143        | 36,7       | 36,7              | 82,8                 |
| 7         | 67         | 17,2       | 17,2              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es maniobable**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 2          | ,5         | ,5                | ,5                   |
| 2         | 11         | 2,8        | 2,8               | 3,3                  |
| 3         | 11         | 2,8        | 2,8               | 6,2                  |
| 4         | 23         | 5,9        | 5,9               | 12,1                 |
| 5         | 116        | 29,7       | 29,7              | 41,8                 |
| 6         | 170        | 43,6       | 43,6              | 85,4                 |
| 7         | 57         | 14,6       | 14,6              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Tiene un diseño bien pensado**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 2          | ,5         | ,5                | ,5                   |
| 2         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,1                  |
| 3         | 13         | 3,3        | 3,3               | 5,4                  |
| 4         | 45         | 11,5       | 11,5              | 16,9                 |
| 5         | 112        | 28,7       | 28,7              | 45,6                 |
| 6         | 150        | 38,5       | 38,5              | 84,1                 |
| 7         | 62         | 15,9       | 15,9              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es cómodo

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 2          | ,5         | ,5                | ,5                   |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,5                  |
| 3         | 11         | 2,8        | 2,8               | 4,4                  |
| 4         | 30         | 7,7        | 7,7               | 12,1                 |
| 5         | 86         | 22,1       | 22,1              | 34,1                 |
| 6         | 165        | 42,3       | 42,3              | 76,4                 |
| 7         | 92         | 23,6       | 23,6              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es Fiable

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 2,1                  |
| 3         | 5          | 1,3        | 1,3               | 3,3                  |
| 4         | 24         | 6,2        | 6,2               | 9,5                  |
| 5         | 95         | 24,4       | 24,4              | 33,8                 |
| 6         | 174        | 44,6       | 44,6              | 78,5                 |
| 7         | 84         | 21,5       | 21,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Tiene todas las prestaciones necesarias

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 1          | ,3         | ,3                | 1,0                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 3,1                  |
| 4         | 26         | 6,7        | 6,7               | 9,7                  |
| 5         | 66         | 16,9       | 16,9              | 26,7                 |
| 6         | 144        | 36,9       | 36,9              | 63,6                 |
| 7         | 142        | 36,4       | 36,4              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es refinado

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,8                  |
| 3         | 26         | 6,7        | 6,7               | 9,5                  |
| 4         | 45         | 11,5       | 11,5              | 21,0                 |
| 5         | 97         | 24,9       | 24,9              | 45,9                 |
| 6         | 179        | 45,9       | 45,9              | 91,8                 |
| 7         | 32         | 8,2        | 8,2               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es atractivo

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 10         | 2,6        | 2,6               | 2,6                  |
| 2         | 27         | 6,9        | 6,9               | 9,5                  |
| 3         | 25         | 6,4        | 6,4               | 15,9                 |
| 4         | 47         | 12,1       | 12,1              | 27,9                 |
| 5         | 133        | 34,1       | 34,1              | 62,1                 |
| 6         | 98         | 25,1       | 25,1              | 87,2                 |
| 7         | 50         | 12,8       | 12,8              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Está bien diseñado**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 7          | 1,8        | 1,8               | 3,3                  |
| 3         | 21         | 5,4        | 5,4               | 8,7                  |
| 4         | 41         | 10,5       | 10,5              | 19,2                 |
| 5         | 81         | 20,8       | 20,8              | 40,0                 |
| 6         | 147        | 37,7       | 37,7              | 77,7                 |
| 7         | 87         | 22,3       | 22,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es accesible

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 9          | 2,3        | 2,3               | 3,3                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 5,4                  |
| 4         | 40         | 10,3       | 10,3              | 15,6                 |
| 5         | 140        | 35,9       | 35,9              | 51,5                 |
| 6         | 145        | 37,2       | 37,2              | 88,7                 |
| 7         | 44         | 11,3       | 11,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es confiable

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 7          | 1,8        | 1,8               | 2,6                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 4,6                  |
| 4         | 37         | 9,5        | 9,5               | 14,1                 |
| 5         | 83         | 21,3       | 21,3              | 35,4                 |
| 6         | 175        | 44,9       | 44,9              | 80,3                 |
| 7         | 77         | 19,7       | 19,7              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es de una marca prestigiosa

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 13         | 3,3        | 3,3               | 4,4                  |
| 3         | 5          | 1,3        | 1,3               | 5,6                  |
| 4         | 19         | 4,9        | 4,9               | 10,5                 |
| 5         | 61         | 15,6       | 15,6              | 26,2                 |
| 6         | 130        | 33,3       | 33,3              | 59,5                 |
| 7         | 158        | 40,5       | 40,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |



### Es deportivo

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 14         | 3,6        | 3,6               | 3,6                  |
| 2         | 32         | 8,2        | 8,2               | 11,8                 |
| 3         | 22         | 5,6        | 5,6               | 17,4                 |
| 4         | 49         | 12,6       | 12,6              | 30,0                 |
| 5         | 94         | 24,1       | 24,1              | 54,1                 |
| 6         | 132        | 33,8       | 33,8              | 87,9                 |
| 7         | 47         | 12,1       | 12,1              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es moderno

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 30         | 7,7        | 7,7               | 7,7                  |
| 2         | 19         | 4,9        | 4,9               | 12,6                 |
| 3         | 21         | 5,4        | 5,4               | 17,9                 |
| 4         | 40         | 10,3       | 10,3              | 28,2                 |
| 5         | 72         | 18,5       | 18,5              | 46,7                 |
| 6         | 152        | 39,0       | 39,0              | 85,6                 |
| 7         | 56         | 14,4       | 14,4              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Le hace sentir seguro de sí mismo**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 1          | ,3         | ,3                | 1,3                  |
| 3         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,8                  |
| 4         | 22         | 5,6        | 5,6               | 8,5                  |
| 5         | 85         | 21,8       | 21,8              | 30,3                 |
| 6         | 195        | 50,0       | 50,0              | 80,3                 |
| 7         | 77         | 19,7       | 19,7              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Le hace sentir orgulloso**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 3          | ,8         | ,8                | 1,8                  |
| 3         | 5          | 1,3        | 1,3               | 3,1                  |
| 4         | 31         | 7,9        | 7,9               | 11,0                 |
| 5         | 79         | 20,3       | 20,3              | 31,3                 |
| 6         | 168        | 43,1       | 43,1              | 74,4                 |
| 7         | 100        | 25,6       | 25,6              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Le hace sentir optimista**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 1          | ,3         | ,3                | 1,0                  |
| 3         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,6                  |
| 4         | 23         | 5,9        | 5,9               | 8,5                  |
| 5         | 59         | 15,1       | 15,1              | 23,6                 |
| 6         | 169        | 43,3       | 43,3              | 66,9                 |
| 7         | 129        | 33,1       | 33,1              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Es elegante

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 18         | 4,6        | 4,6               | 6,2                  |
| 3         | 13         | 3,3        | 3,3               | 9,5                  |
| 4         | 44         | 11,3       | 11,3              | 20,8                 |
| 5         | 125        | 32,1       | 32,1              | 52,8                 |
| 6         | 124        | 31,8       | 31,8              | 84,6                 |
| 7         | 60         | 15,4       | 15,4              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Le da confianza

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 5          | 1,3        | 1,3               | 2,1                  |
| 3         | 14         | 3,6        | 3,6               | 5,6                  |
| 4         | 35         | 9,0        | 9,0               | 14,6                 |
| 5         | 116        | 29,7       | 29,7              | 44,4                 |
| 6         | 150        | 38,5       | 38,5              | 82,8                 |
| 7         | 67         | 17,2       | 17,2              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es diseñado para cubrir sus necesidades**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 1          | ,3         | ,3                | 1,0                  |
| 3         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,6                  |
| 4         | 44         | 11,3       | 11,3              | 13,8                 |
| 5         | 59         | 15,1       | 15,1              | 29,0                 |
| 6         | 172        | 44,1       | 44,1              | 73,1                 |
| 7         | 105        | 26,9       | 26,9              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es de una marca prestigiosa**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 13         | 3,3        | 3,3               | 4,4                  |
| 3         | 5          | 1,3        | 1,3               | 5,6                  |
| 4         | 19         | 4,9        | 4,9               | 10,5                 |
| 5         | 61         | 15,6       | 15,6              | 26,2                 |
| 6         | 130        | 33,3       | 33,3              | 59,5                 |
| 7         | 158        | 40,5       | 40,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es de una marca que tiene un alto estatus**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,8                  |
| 3         | 2          | ,5         | ,5                | 2,3                  |
| 4         | 33         | 8,5        | 8,5               | 10,8                 |
| 5         | 49         | 12,6       | 12,6              | 23,3                 |
| 6         | 170        | 43,6       | 43,6              | 66,9                 |
| 7         | 129        | 33,1       | 33,1              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es de una marca muy exclusiva**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 7          | 1,8        | 1,8               | 3,1                  |
| 3         | 12         | 3,1        | 3,1               | 6,2                  |
| 4         | 21         | 5,4        | 5,4               | 11,5                 |
| 5         | 60         | 15,4       | 15,4              | 26,9                 |
| 6         | 149        | 38,2       | 38,2              | 65,1                 |
| 7         | 136        | 34,9       | 34,9              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es de una marca de muy alta calidad**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,8                  |
| 4         | 22         | 5,6        | 5,6               | 7,4                  |
| 5         | 89         | 22,8       | 22,8              | 30,3                 |
| 6         | 108        | 27,7       | 27,7              | 57,9                 |
| 7         | 164        | 42,1       | 42,1              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**En términos de calidad general, clasificaría esta marca como**

|          |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos  | 1       | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
|          | 2       | 3          | ,8         | ,8                | 1,5                  |
|          | 3       | 1          | ,3         | ,3                | 1,8                  |
|          | 4       | 17         | 4,4        | 4,4               | 6,2                  |
|          | 5       | 32         | 8,2        | 8,2               | 14,4                 |
|          | 6       | 146        | 37,4       | 37,5              | 51,9                 |
|          | 7       | 187        | 47,9       | 48,1              | 100,0                |
|          | Total   | 389        | 99,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | Sistema | 1          | ,3         |                   |                      |
| Total    |         | 390        | 100,0      |                   |                      |



**Estoy familiarizado**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 7          | 1,8        | 1,8               | 3,3                  |
| 3         | 7          | 1,8        | 1,8               | 5,1                  |
| 4         | 25         | 6,4        | 6,4               | 11,5                 |
| 5         | 65         | 16,7       | 16,7              | 28,2                 |
| 6         | 172        | 44,1       | 44,1              | 72,3                 |
| 7         | 108        | 27,7       | 27,7              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**La he usado mucho tiempo**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 10         | 2,6        | 2,6               | 2,6                  |
| 2         | 9          | 2,3        | 2,3               | 4,9                  |
| 3         | 10         | 2,6        | 2,6               | 7,4                  |
| 4         | 36         | 9,2        | 9,2               | 16,7                 |
| 5         | 74         | 19,0       | 19,0              | 35,6                 |
| 6         | 177        | 45,4       | 45,4              | 81,0                 |
| 7         | 74         | 19,0       | 19,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**La he usado mucho tiempo**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 10         | 2,6        | 2,6               | 2,6                  |
| 2         | 9          | 2,3        | 2,3               | 4,9                  |
| 3         | 10         | 2,6        | 2,6               | 7,4                  |
| 4         | 36         | 9,2        | 9,2               | 16,7                 |
| 5         | 74         | 19,0       | 19,0              | 35,6                 |
| 6         | 177        | 45,4       | 45,4              | 81,0                 |
| 7         | 74         | 19,0       | 19,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**La conozco bien**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 6          | 1,5        | 1,5               | 1,5                  |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 2,6                  |
| 3         | 11         | 2,8        | 2,8               | 5,4                  |
| 4         | 23         | 5,9        | 5,9               | 11,3                 |
| 5         | 64         | 16,4       | 16,4              | 27,7                 |
| 6         | 146        | 37,4       | 37,4              | 65,1                 |
| 7         | 136        | 34,9       | 34,9              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Le doy una buena calificación

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 2          | ,5         | ,5                | ,5                   |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,0                  |
| 3         | 3          | ,8         | ,8                | 1,8                  |
| 4         | 19         | 4,9        | 4,9               | 6,7                  |
| 5         | 88         | 22,6       | 22,6              | 29,2                 |
| 6         | 205        | 52,6       | 52,6              | 81,8                 |
| 7         | 71         | 18,2       | 18,2              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Se adapta a mis necesidades

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 2          | ,5         | ,5                | ,5                   |
| 3         | 2          | ,5         | ,5                | 1,0                  |
| 4         | 20         | 5,1        | 5,1               | 6,2                  |
| 5         | 84         | 21,5       | 21,5              | 27,7                 |
| 6         | 186        | 47,7       | 47,7              | 75,4                 |
| 7         | 96         | 24,6       | 24,6              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Es atractiva para mis compañeros**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,8                  |
| 3         | 6          | 1,5        | 1,5               | 3,3                  |
| 4         | 9          | 2,3        | 2,3               | 5,6                  |
| 5         | 57         | 14,6       | 14,6              | 20,3                 |
| 6         | 104        | 26,7       | 26,7              | 46,9                 |
| 7         | 207        | 53,1       | 53,1              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Entrega lo que promete

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,8                  |
| 3         | 4          | 1,0        | 1,0               | 2,8                  |
| 4         | 17         | 4,4        | 4,4               | 7,2                  |
| 5         | 104        | 26,7       | 26,7              | 33,8                 |
| 6         | 226        | 57,9       | 57,9              | 91,8                 |
| 7         | 32         | 8,2        | 8,2               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

### Crees en lo que te ofrece

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 6          | 1,5        | 1,5               | 2,6                  |
| 3         | 17         | 4,4        | 4,4               | 6,9                  |
| 4         | 36         | 9,2        | 9,2               | 16,2                 |
| 5         | 144        | 36,9       | 36,9              | 53,1                 |
| 6         | 146        | 37,4       | 37,4              | 90,5                 |
| 7         | 37         | 9,5        | 9,5               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 3,3                  |
| 4         | 18         | 4,6        | 4,6               | 7,9                  |
| 5         | 131        | 33,6       | 33,6              | 41,5                 |
| 6         | 148        | 37,9       | 37,9              | 79,5                 |
| 7         | 80         | 20,5       | 20,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 1          | ,3         | ,3                | 1,3                  |
| 3         | 12         | 3,1        | 3,1               | 4,4                  |
| 4         | 21         | 5,4        | 5,4               | 9,7                  |
| 5         | 96         | 24,6       | 24,6              | 34,4                 |
| 6         | 182        | 46,7       | 46,7              | 81,0                 |
| 7         | 74         | 19,0       | 19,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Puedes confiar en el nombre de la marca**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,3                  |
| 3         | 7          | 1,8        | 1,8               | 3,1                  |
| 4         | 19         | 4,9        | 4,9               | 7,9                  |
| 5         | 59         | 15,1       | 15,1              | 23,1                 |
| 6         | 187        | 47,9       | 47,9              | 71,0                 |
| 7         | 113        | 29,0       | 29,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Se que puedo confiar en la marca en el futuro**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,5                  |
| 3         | 3          | ,8         | ,8                | 2,3                  |
| 4         | 15         | 3,8        | 3,8               | 6,2                  |
| 5         | 58         | 14,9       | 14,9              | 21,0                 |
| 6         | 146        | 37,4       | 37,4              | 58,5                 |
| 7         | 162        | 41,5       | 41,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 2          | ,5         | ,5                | 1,8                  |
| 3         | 2          | ,5         | ,5                | 2,3                  |
| 4         | 30         | 7,7        | 7,7               | 10,0                 |
| 5         | 189        | 48,5       | 48,5              | 58,5                 |
| 6         | 136        | 34,9       | 34,9              | 93,3                 |
| 7         | 26         | 6,7        | 6,7               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |



**Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 4          | 1,0        | 1,0               | 1,0                  |
| 2         | 4          | 1,0        | 1,0               | 2,1                  |
| 3         | 4          | 1,0        | 1,0               | 3,1                  |
| 4         | 25         | 6,4        | 6,4               | 9,5                  |
| 5         | 96         | 24,6       | 24,6              | 34,1                 |
| 6         | 233        | 59,7       | 59,7              | 93,8                 |
| 7         | 24         | 6,2        | 6,2               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3          | ,8         | ,8                | ,8                   |
| 2         | 5          | 1,3        | 1,3               | 2,1                  |
| 3         | 3          | ,8         | ,8                | 2,8                  |
| 4         | 18         | 4,6        | 4,6               | 7,4                  |
| 5         | 105        | 26,9       | 26,9              | 34,4                 |
| 6         | 178        | 45,6       | 45,6              | 80,0                 |
| 7         | 78         | 20,0       | 20,0              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Nunca compraría esta marca (R)**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 126        | 32,3       | 32,3              | 32,3                 |
| 2         | 134        | 34,4       | 34,4              | 66,7                 |
| 3         | 56         | 14,4       | 14,4              | 81,0                 |
| 4         | 28         | 7,2        | 7,2               | 88,2                 |
| 5         | 9          | 2,3        | 2,3               | 90,5                 |
| 6         | 18         | 4,6        | 4,6               | 95,1                 |
| 7         | 19         | 4,9        | 4,9               | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**Seramente consideraría comprar la marca**

|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5          | 1,3        | 1,3               | 1,3                  |
| 2         | 24         | 6,2        | 6,2               | 7,4                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 9,5                  |
| 4         | 27         | 6,9        | 6,9               | 16,4                 |
| 5         | 116        | 29,7       | 29,7              | 46,2                 |
| 6         | 119        | 30,5       | 30,5              | 76,7                 |
| 7         | 91         | 23,3       | 23,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

**¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?**

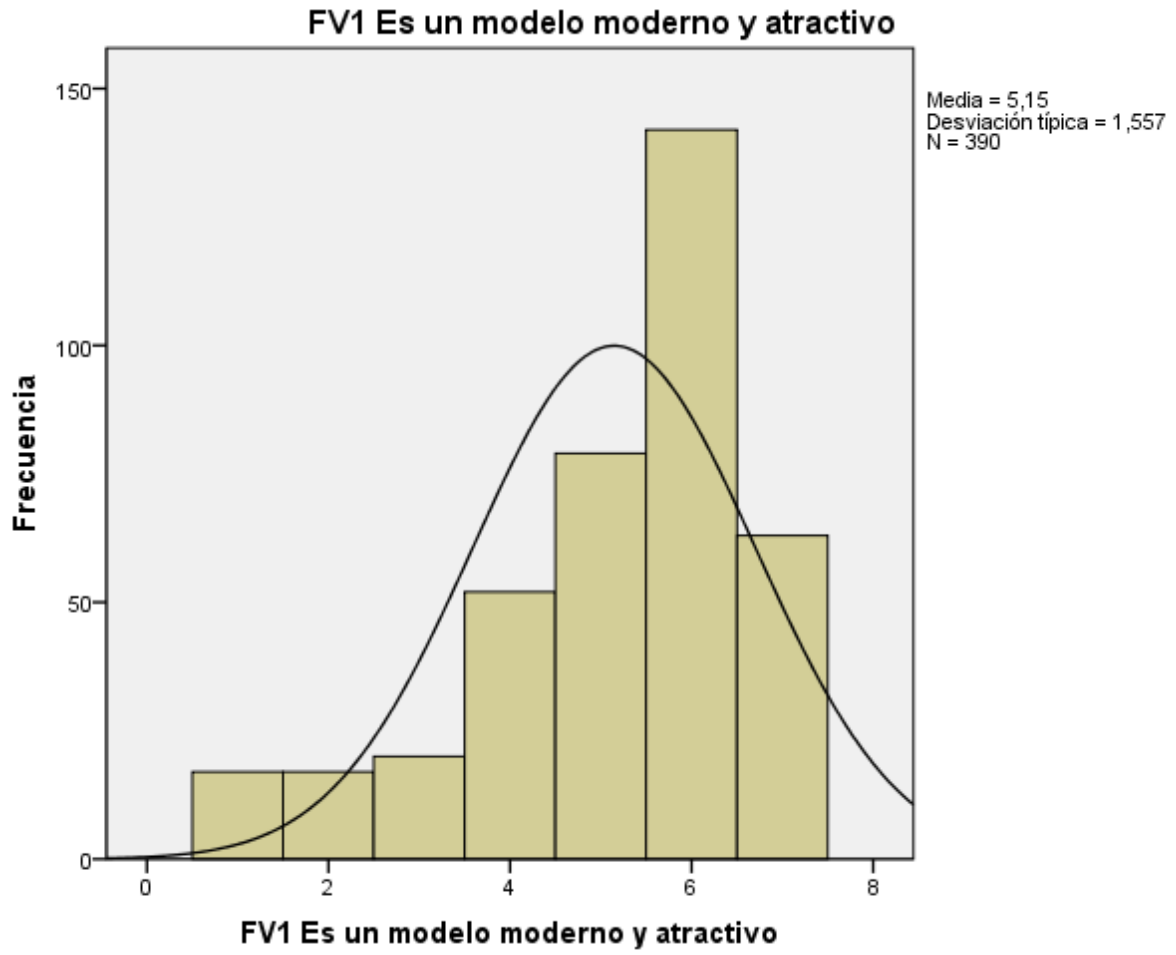
|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 14         | 3,6        | 3,6               | 3,6                  |
| 2         | 9          | 2,3        | 2,3               | 5,9                  |
| 3         | 8          | 2,1        | 2,1               | 7,9                  |
| 4         | 26         | 6,7        | 6,7               | 14,6                 |
| 5         | 58         | 14,9       | 14,9              | 29,5                 |
| 6         | 152        | 39,0       | 39,0              | 68,5                 |
| 7         | 123        | 31,5       | 31,5              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

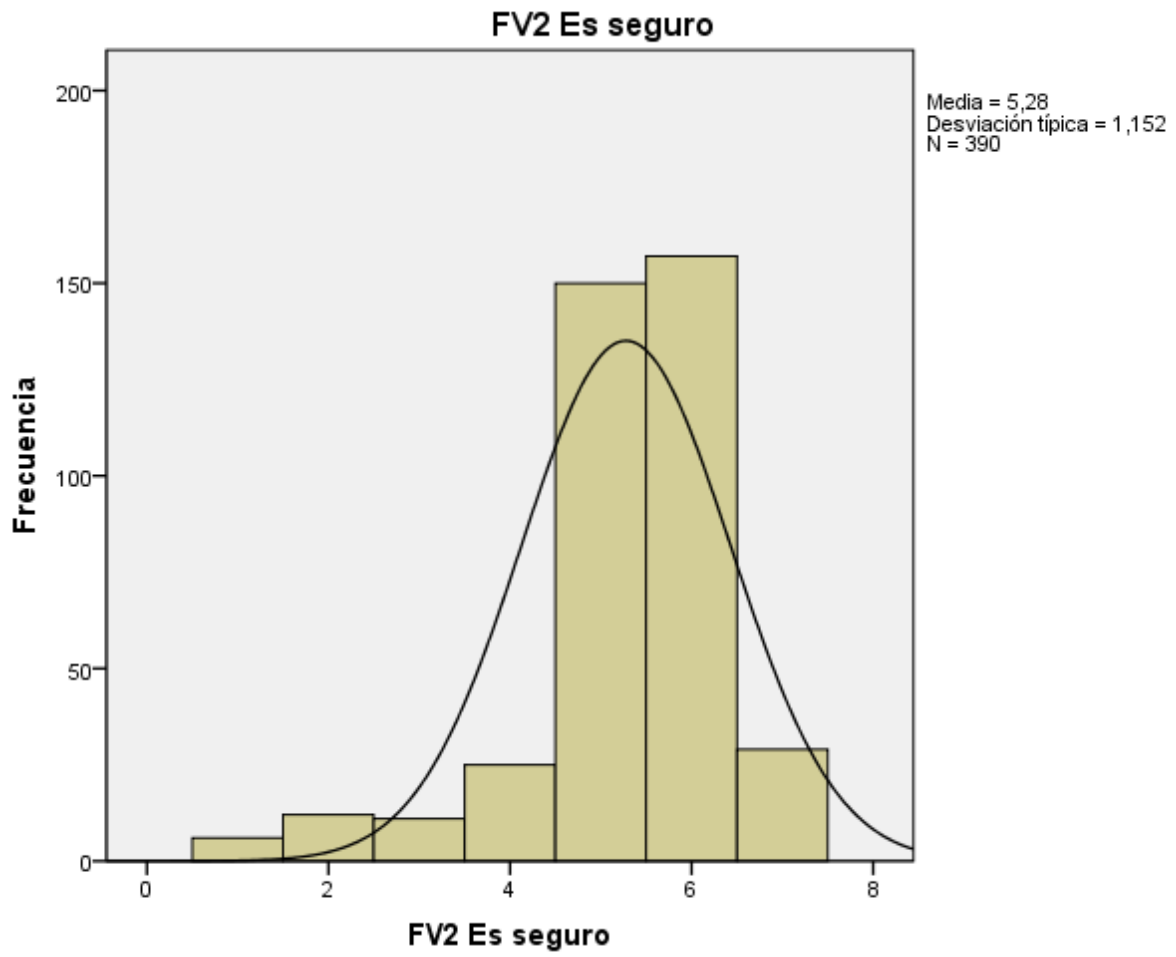
### ECODIFICADA

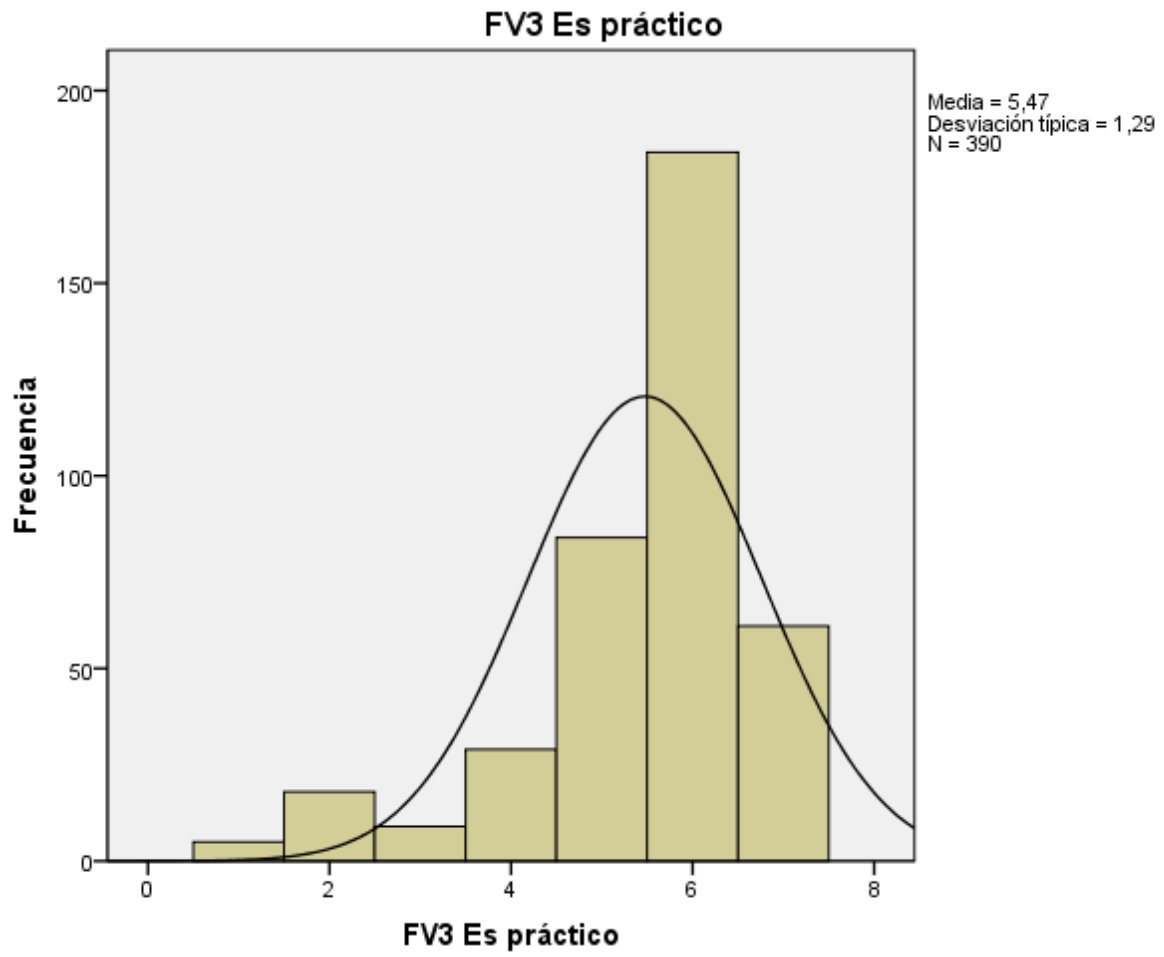
|           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 19         | 4,9        | 4,9               | 4,9                  |
| 2         | 18         | 4,6        | 4,6               | 9,5                  |
| 3         | 9          | 2,3        | 2,3               | 11,8                 |
| 4         | 28         | 7,2        | 7,2               | 19,0                 |
| 5         | 56         | 14,4       | 14,4              | 33,3                 |
| 6         | 134        | 34,4       | 34,4              | 67,7                 |
| 7         | 126        | 32,3       | 32,3              | 100,0                |
| Total     | 390        | 100,0      | 100,0             |                      |

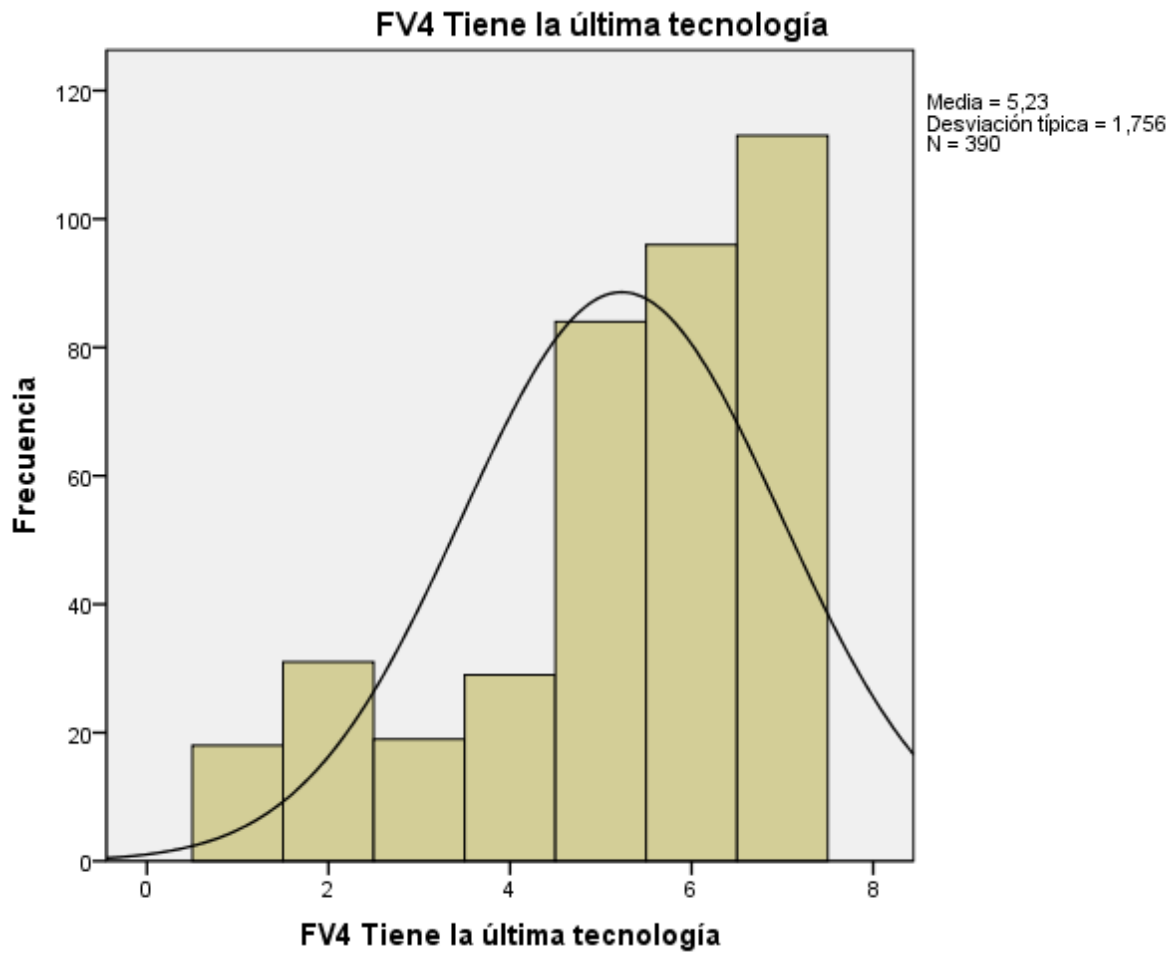
#### **Anexo 14.**

*Histogramas de las tablas de frecuencias por pregunta de la encuesta*

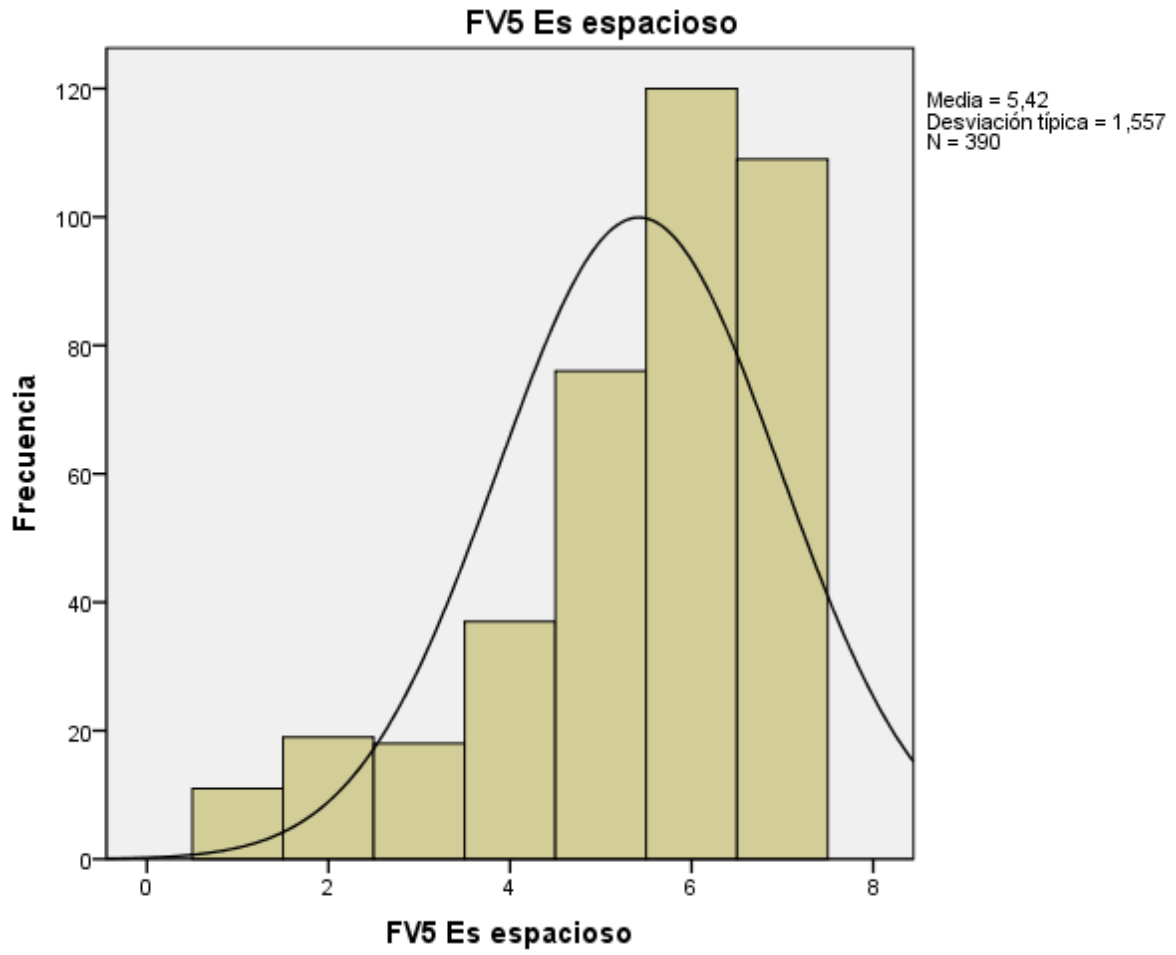


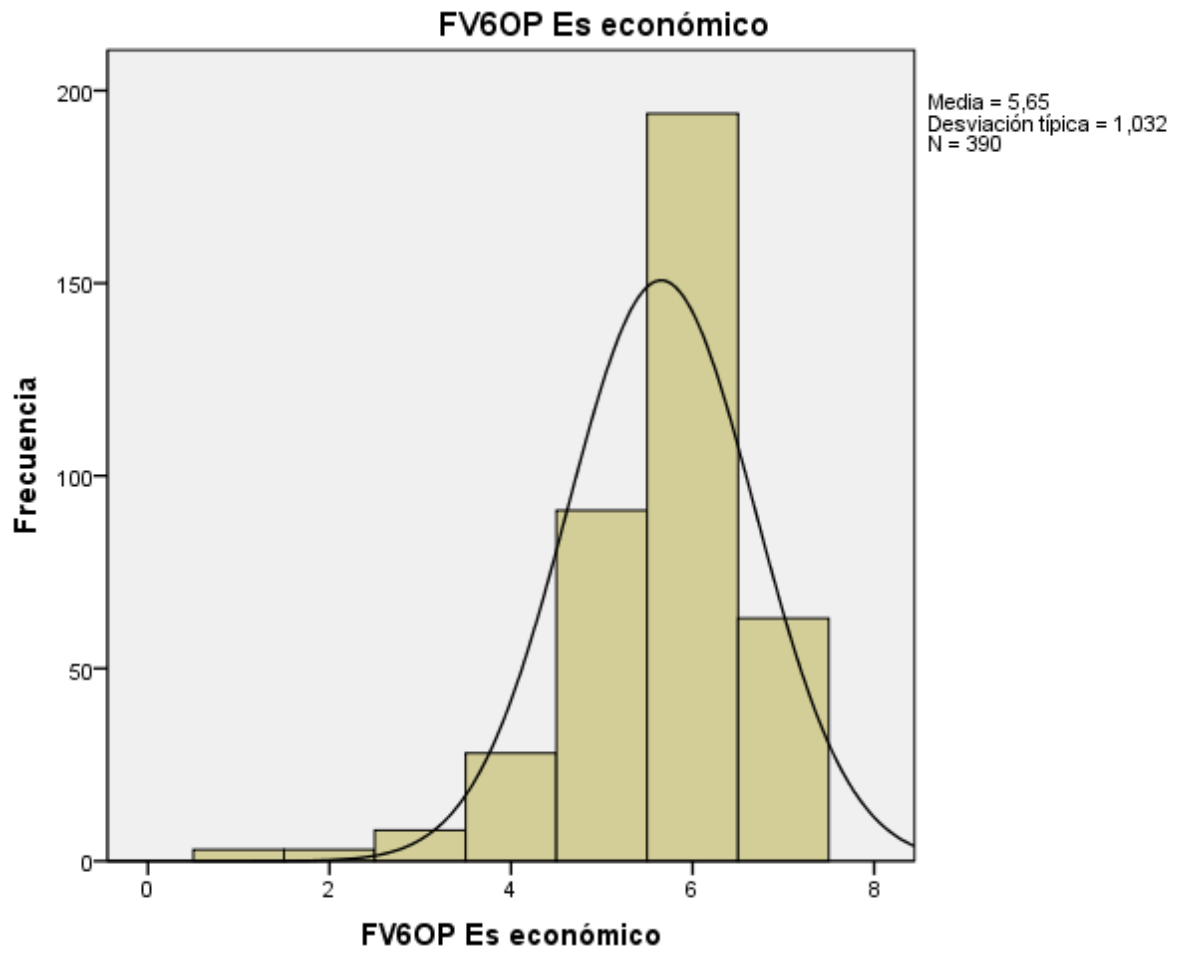




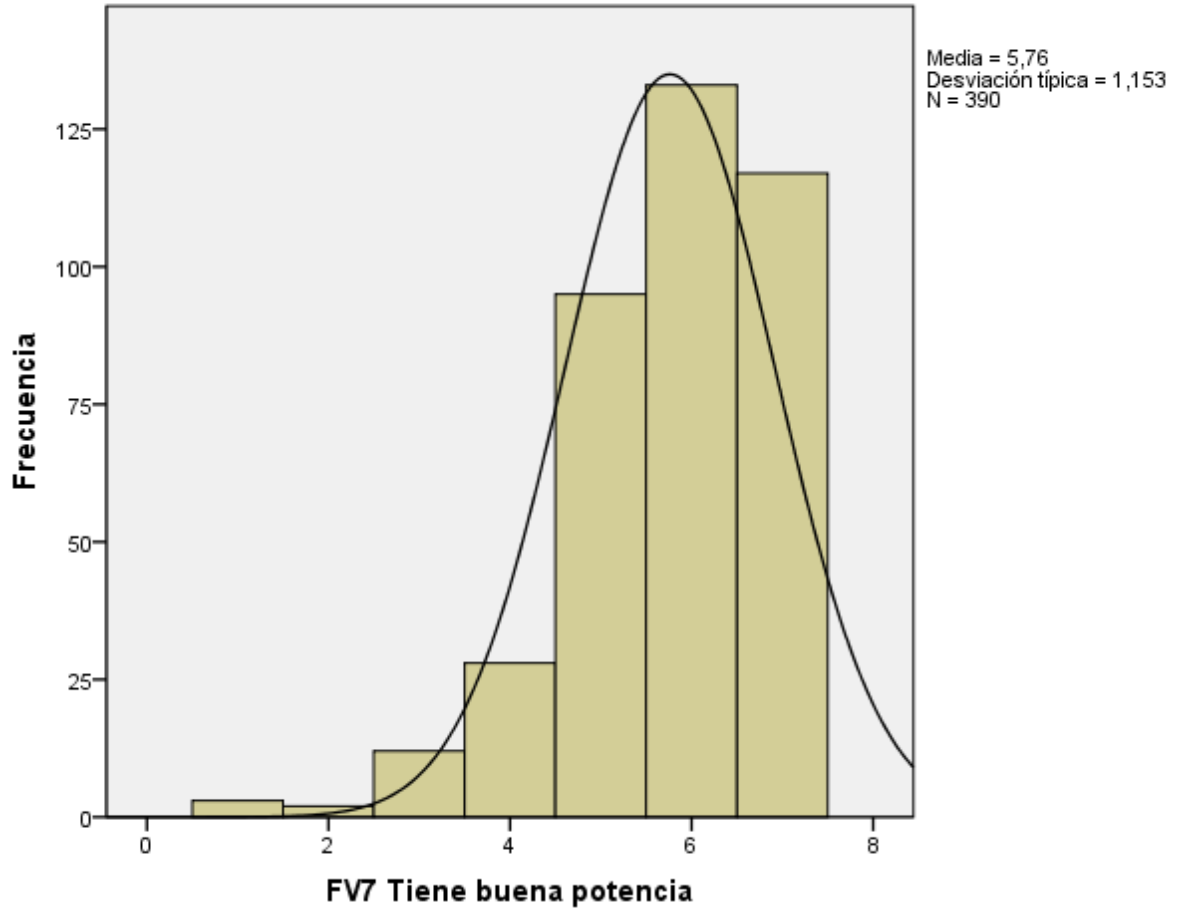


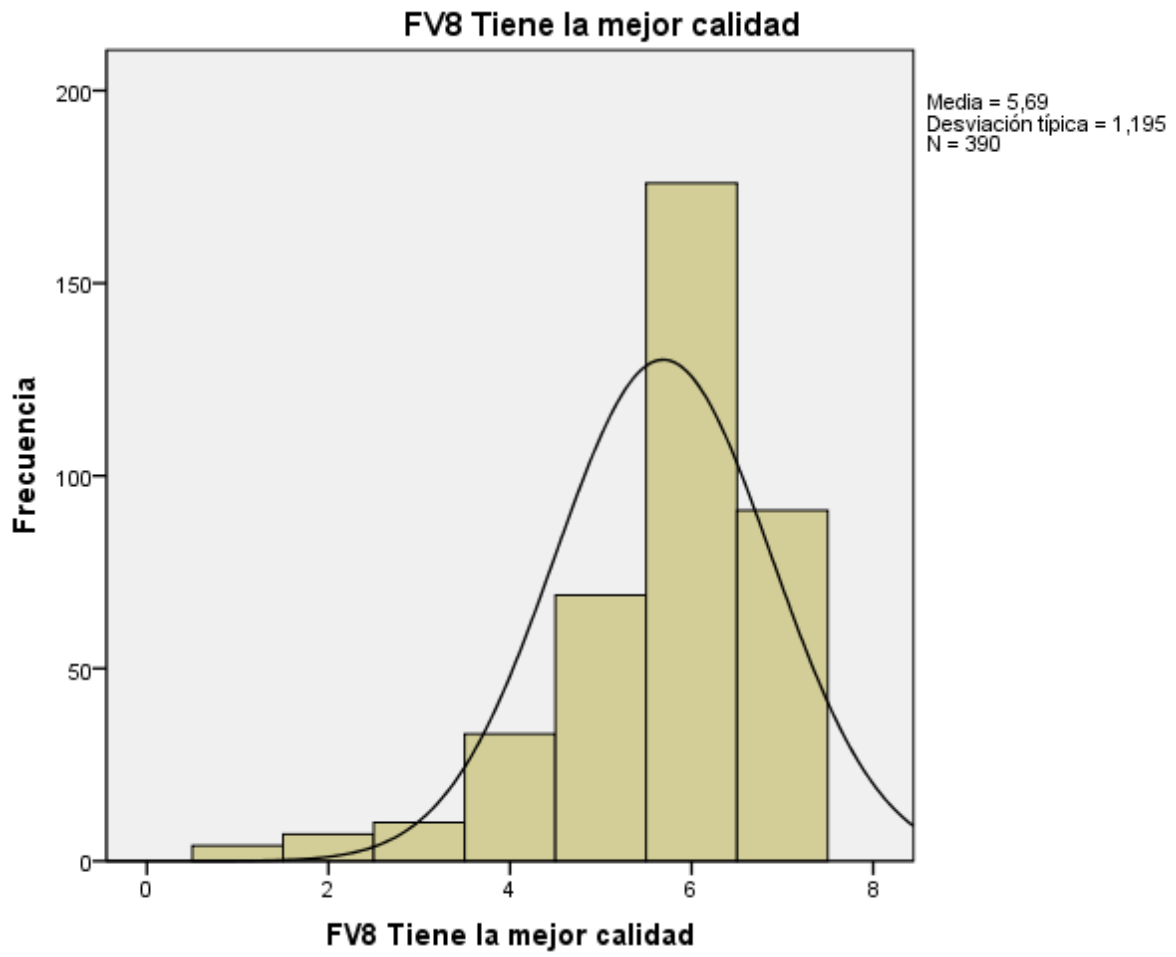


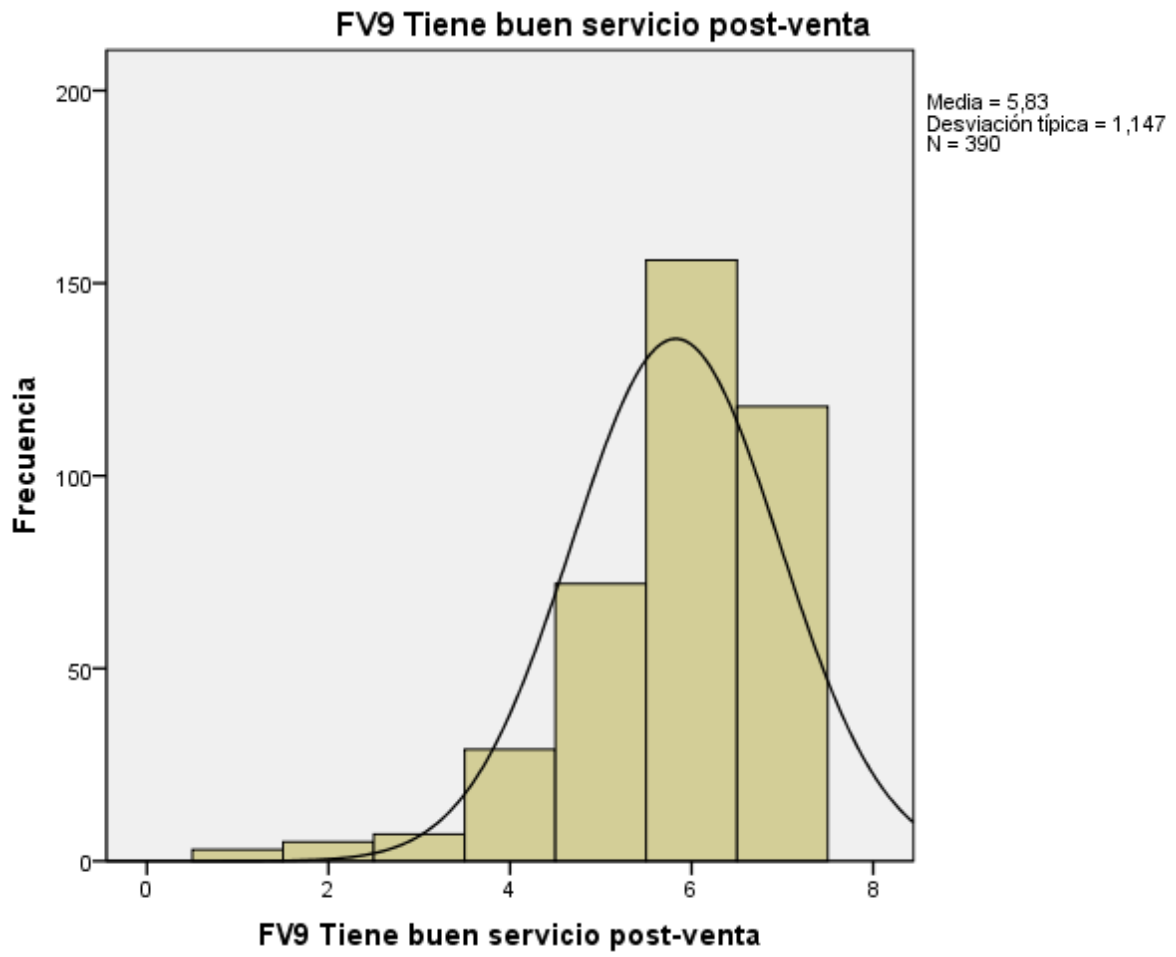


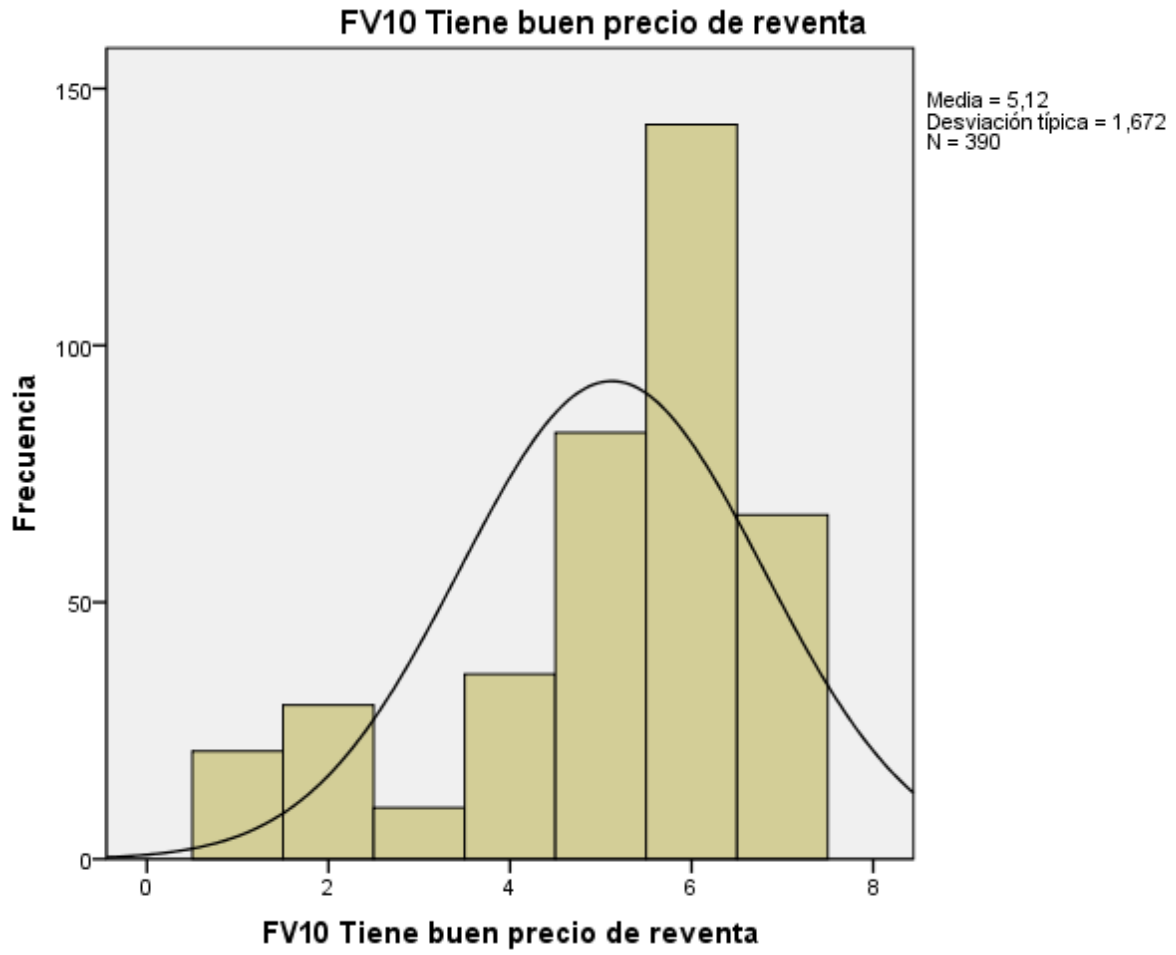


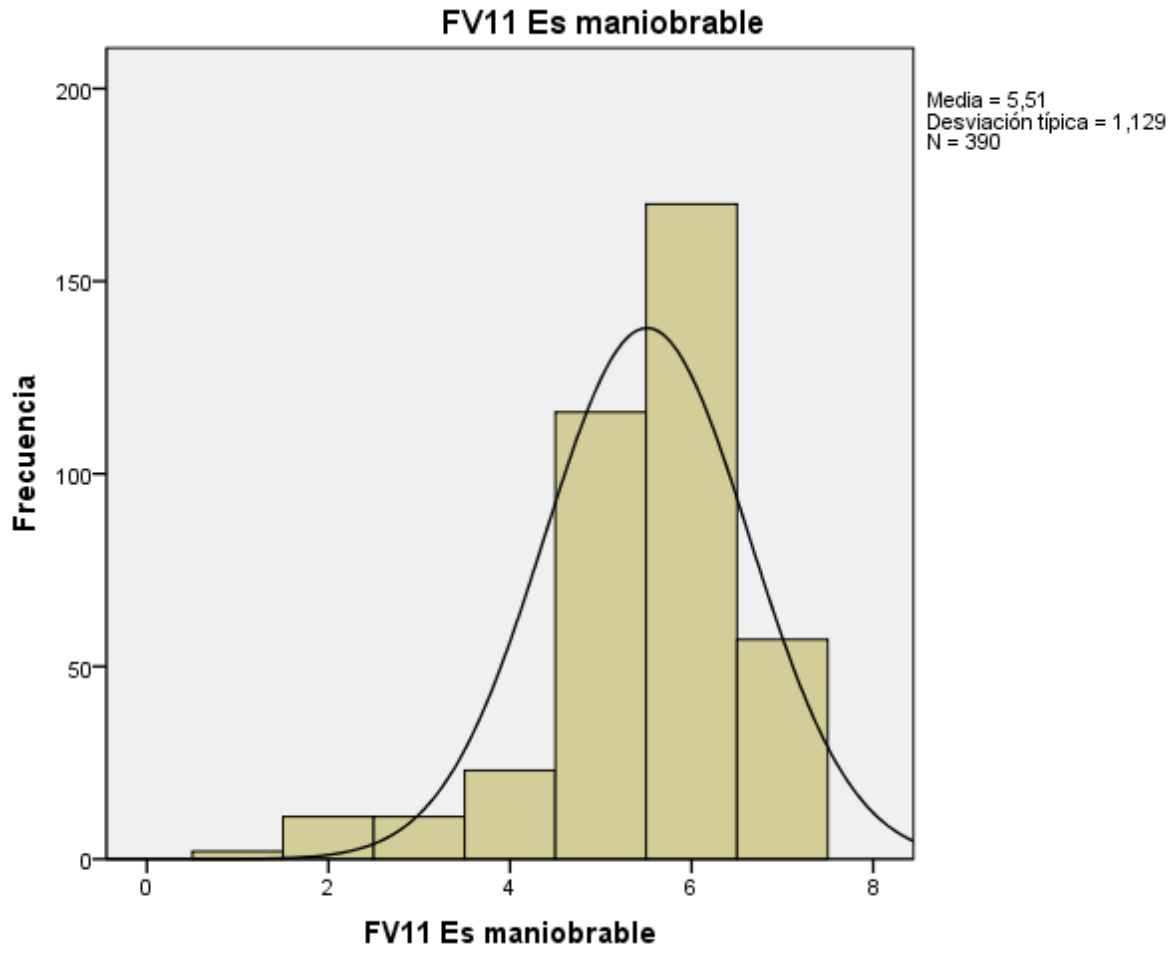
### FV7 Tiene buena potencia

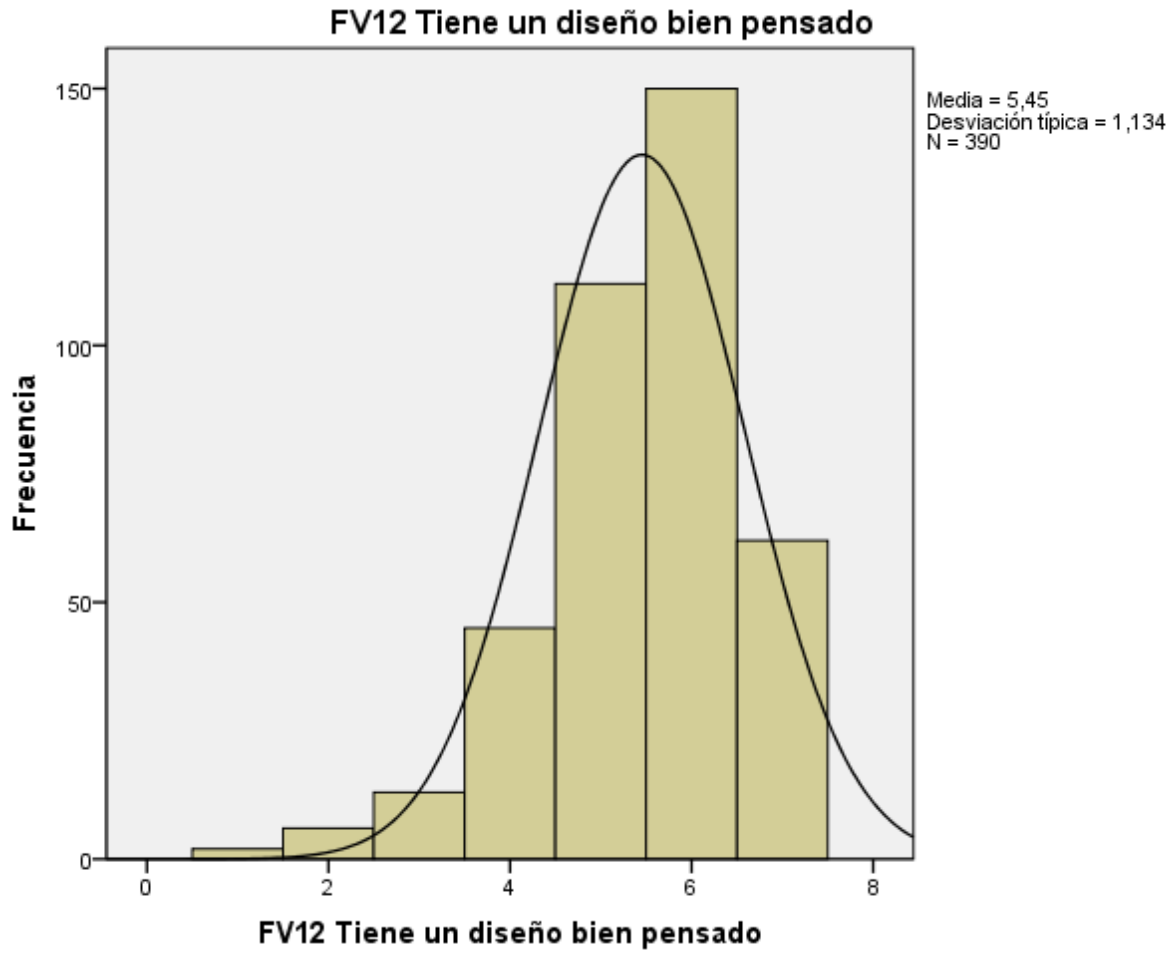




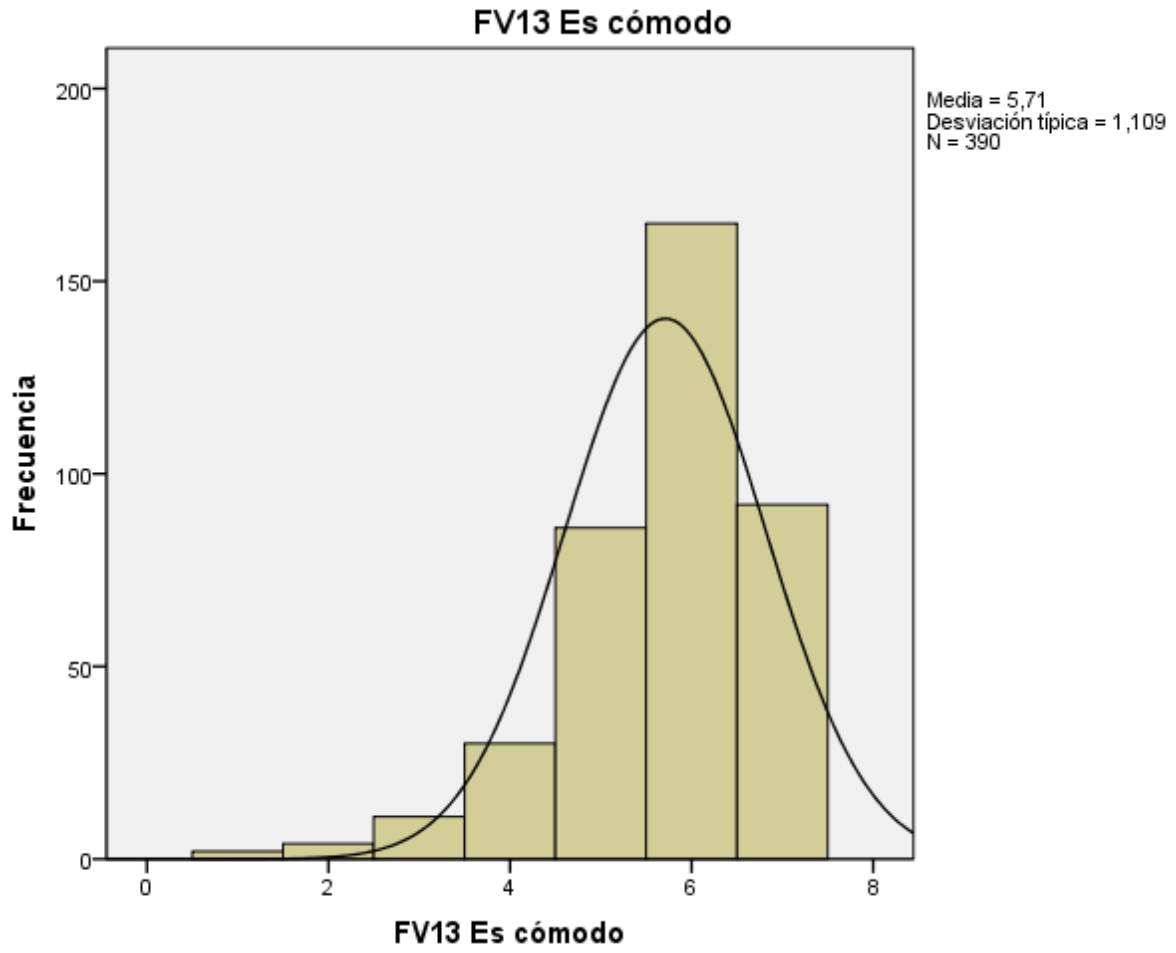


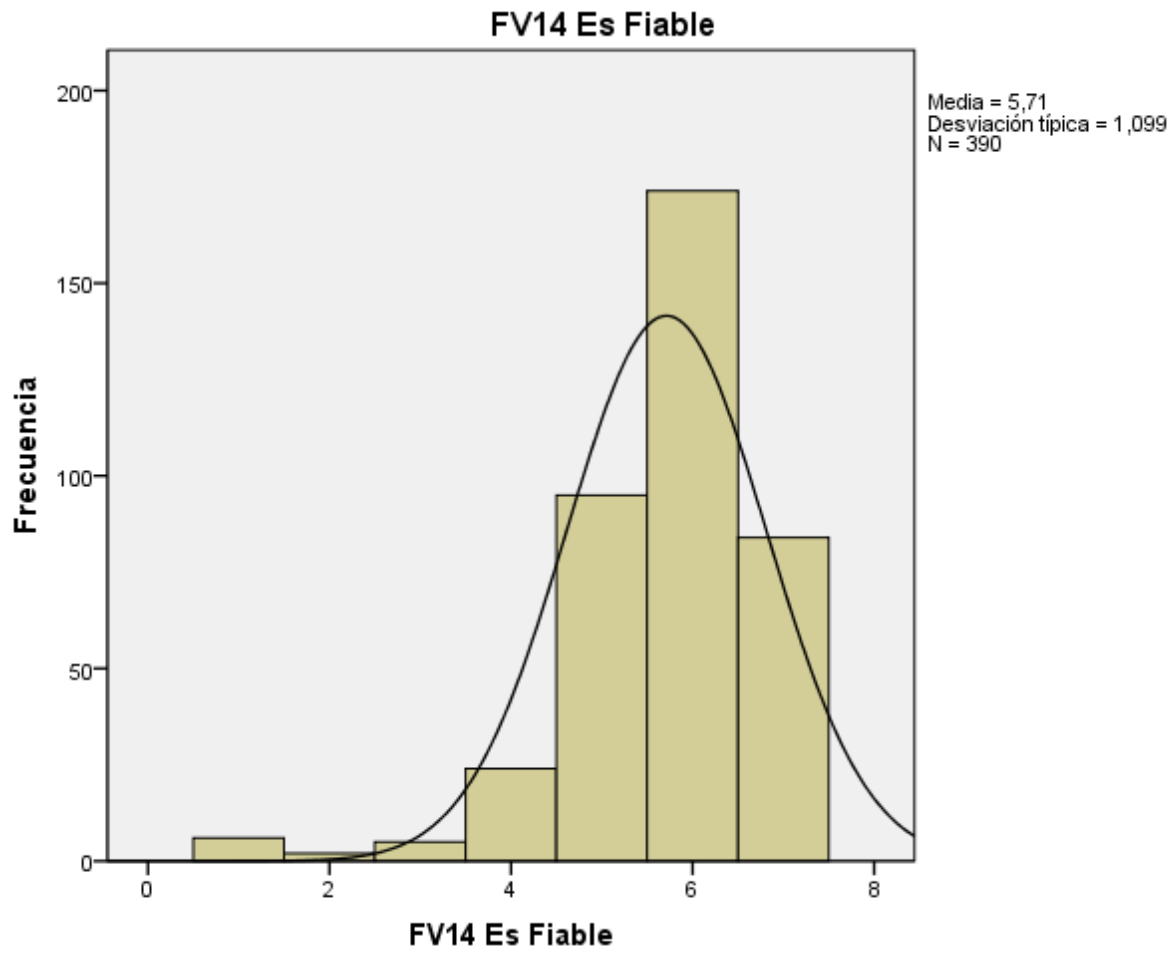




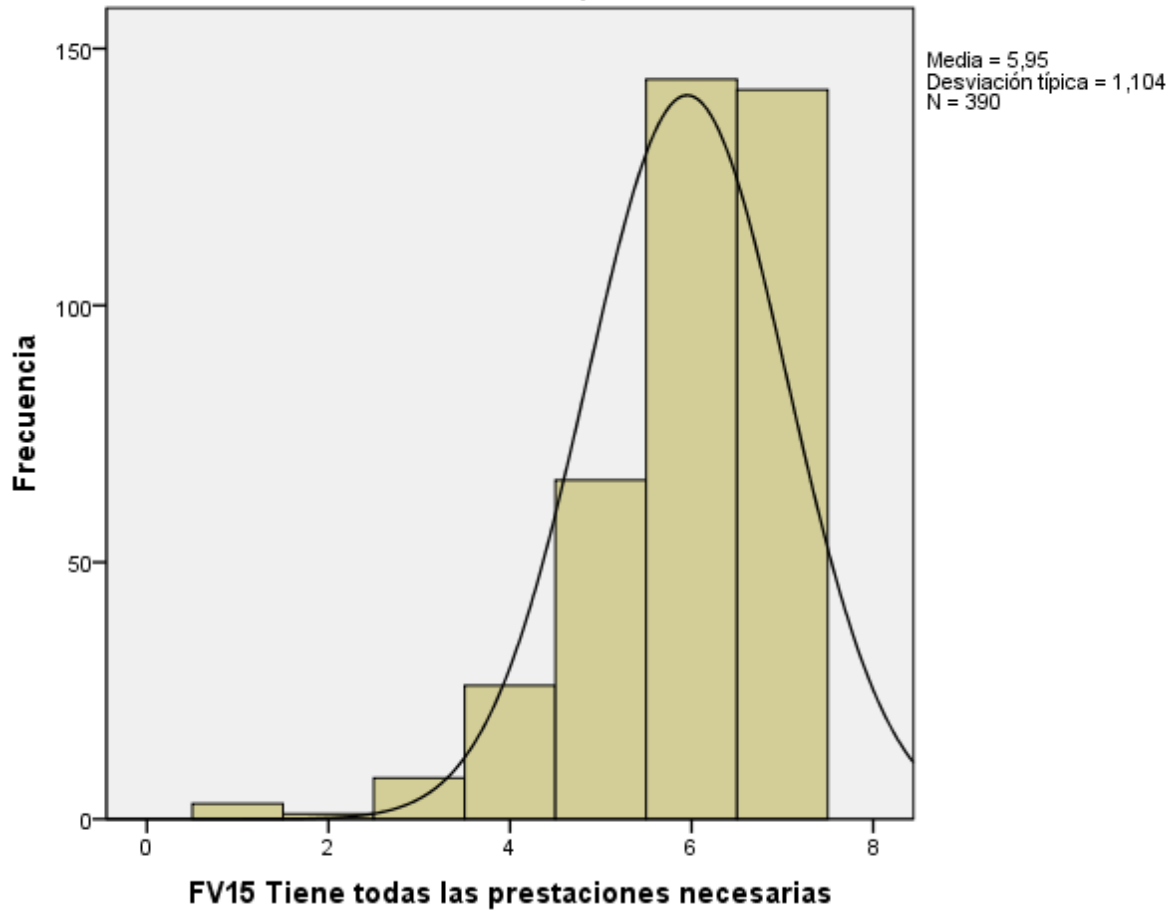


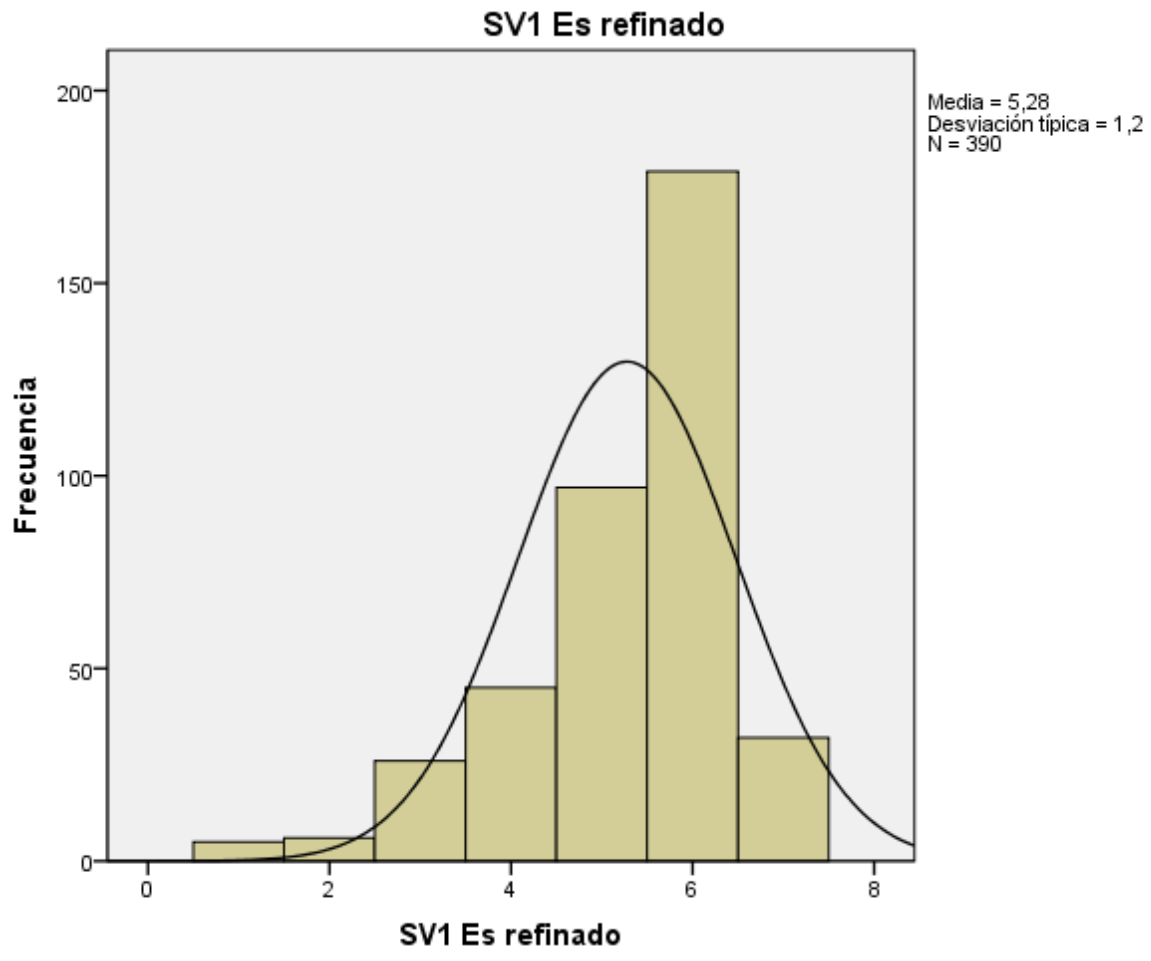


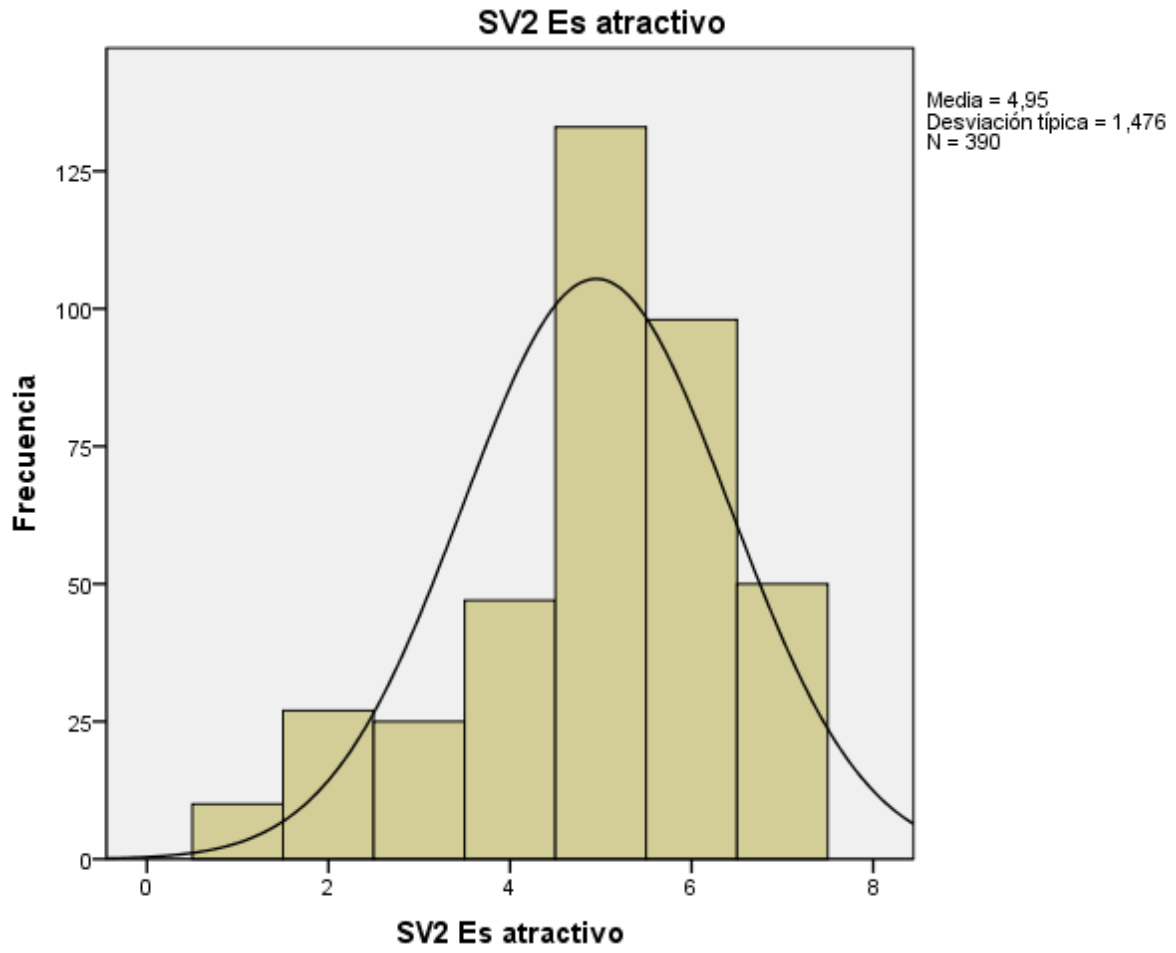


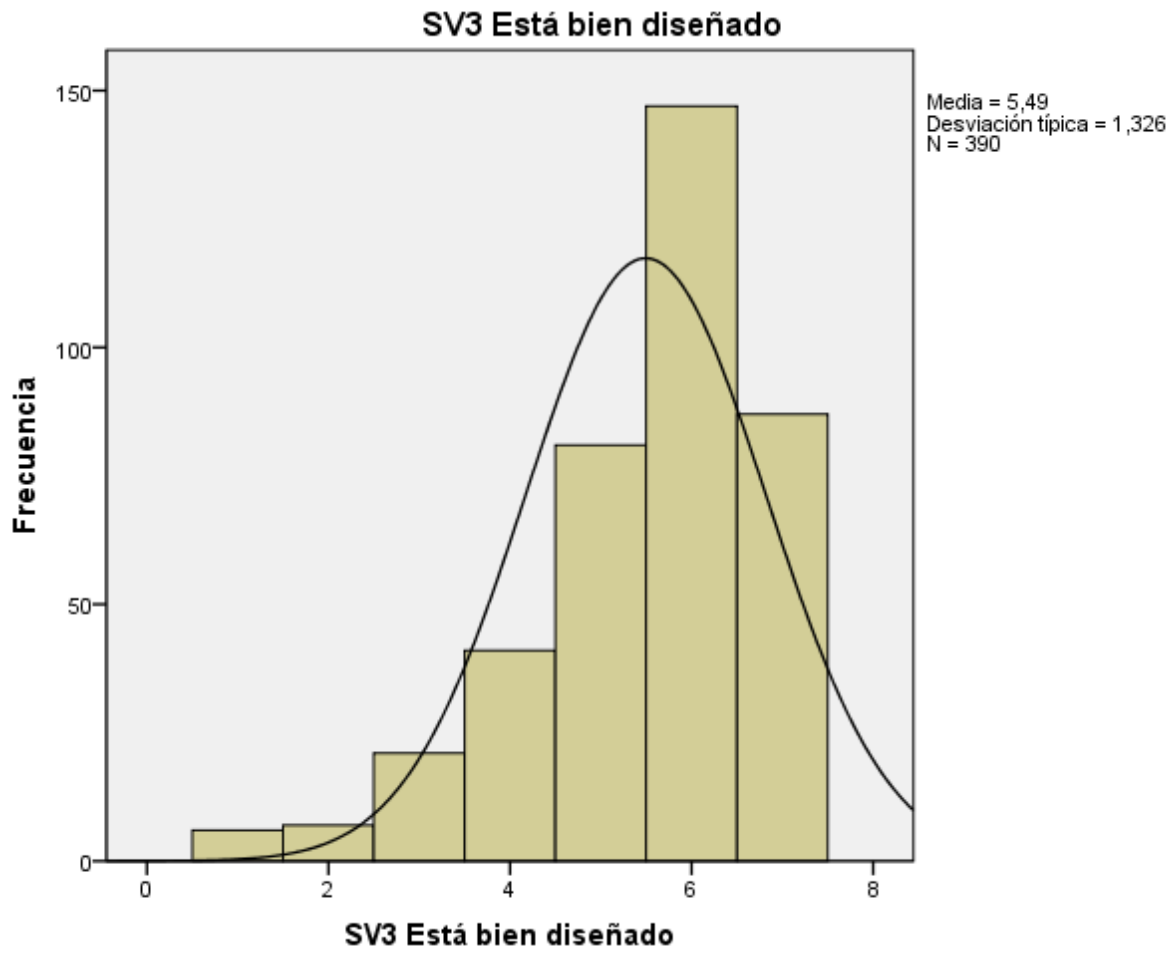


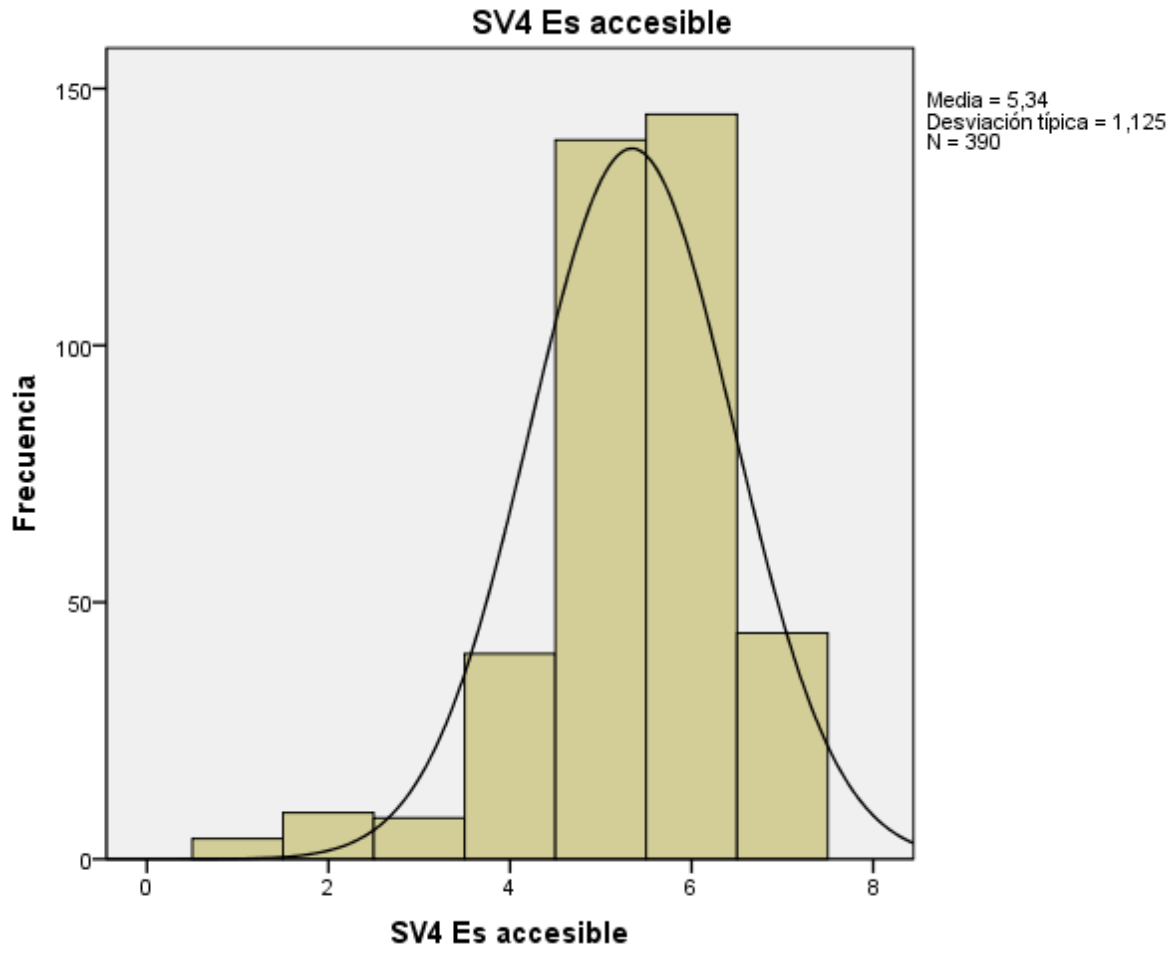
### FV15 Tiene todas las prestaciones necesarias

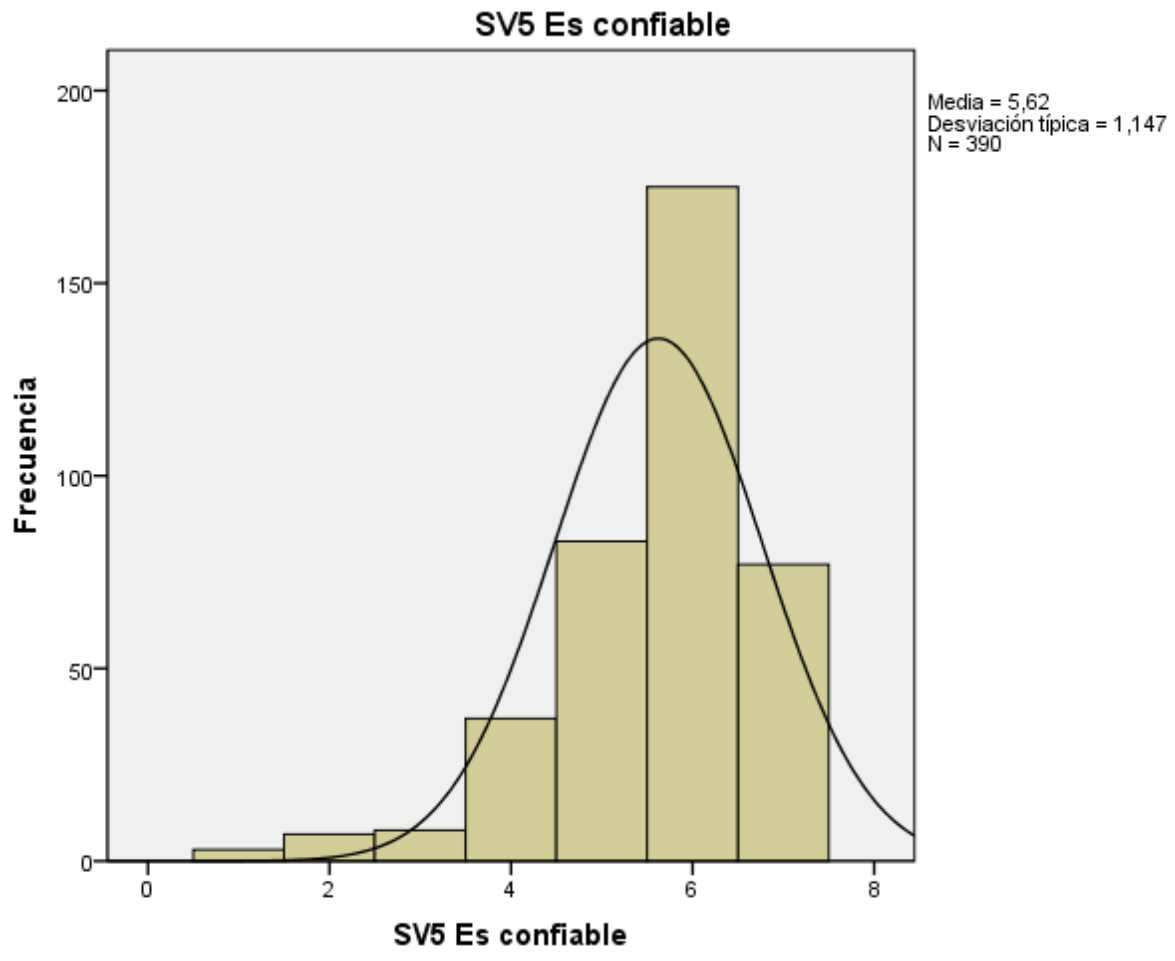




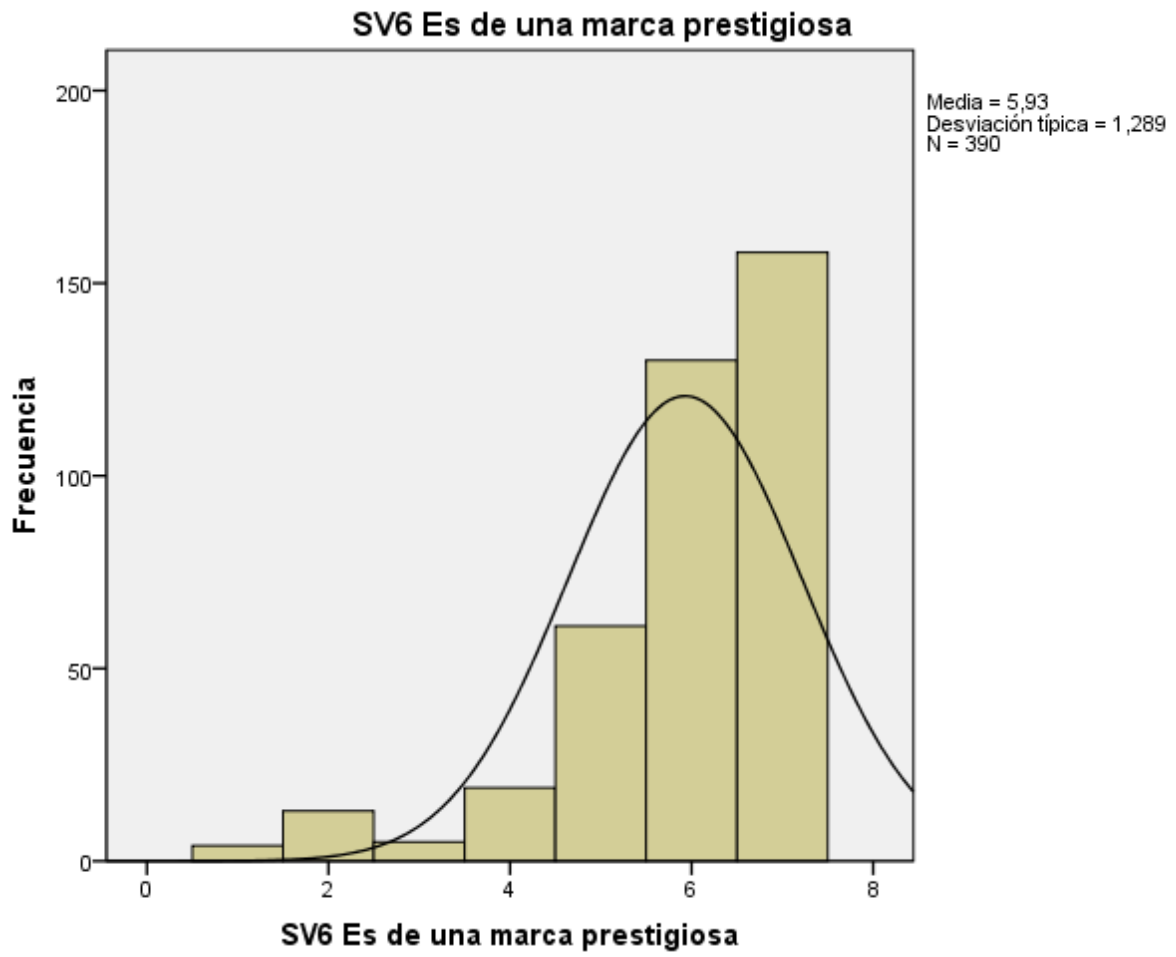


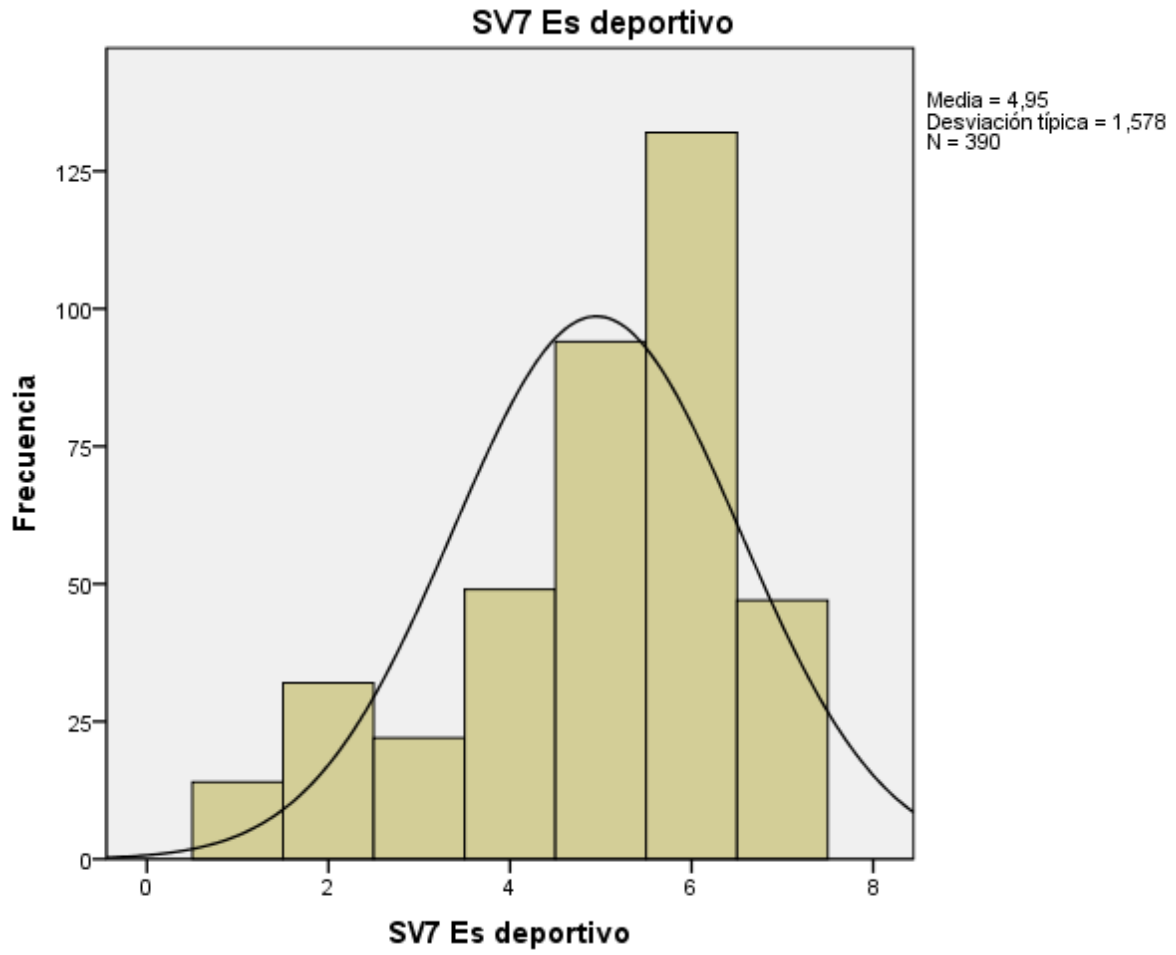


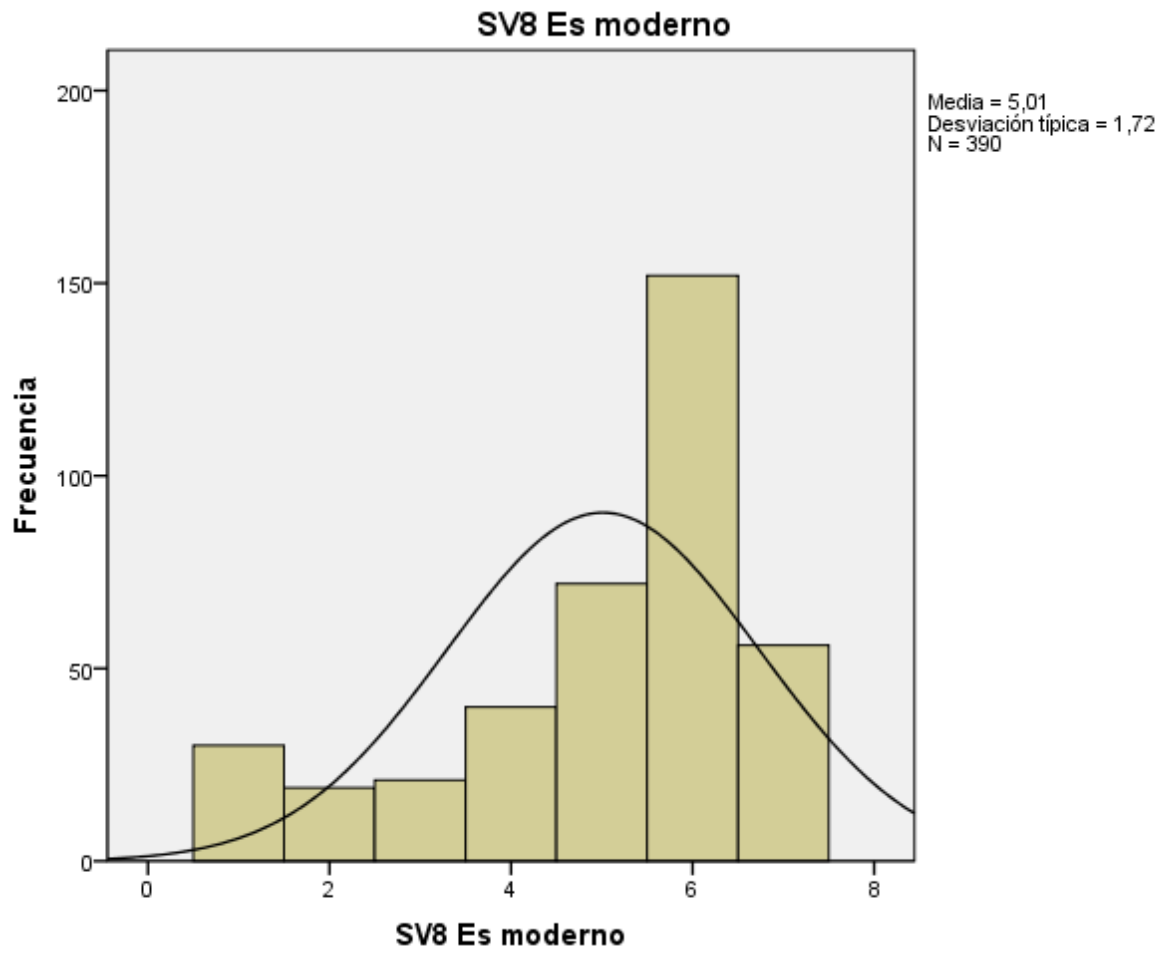


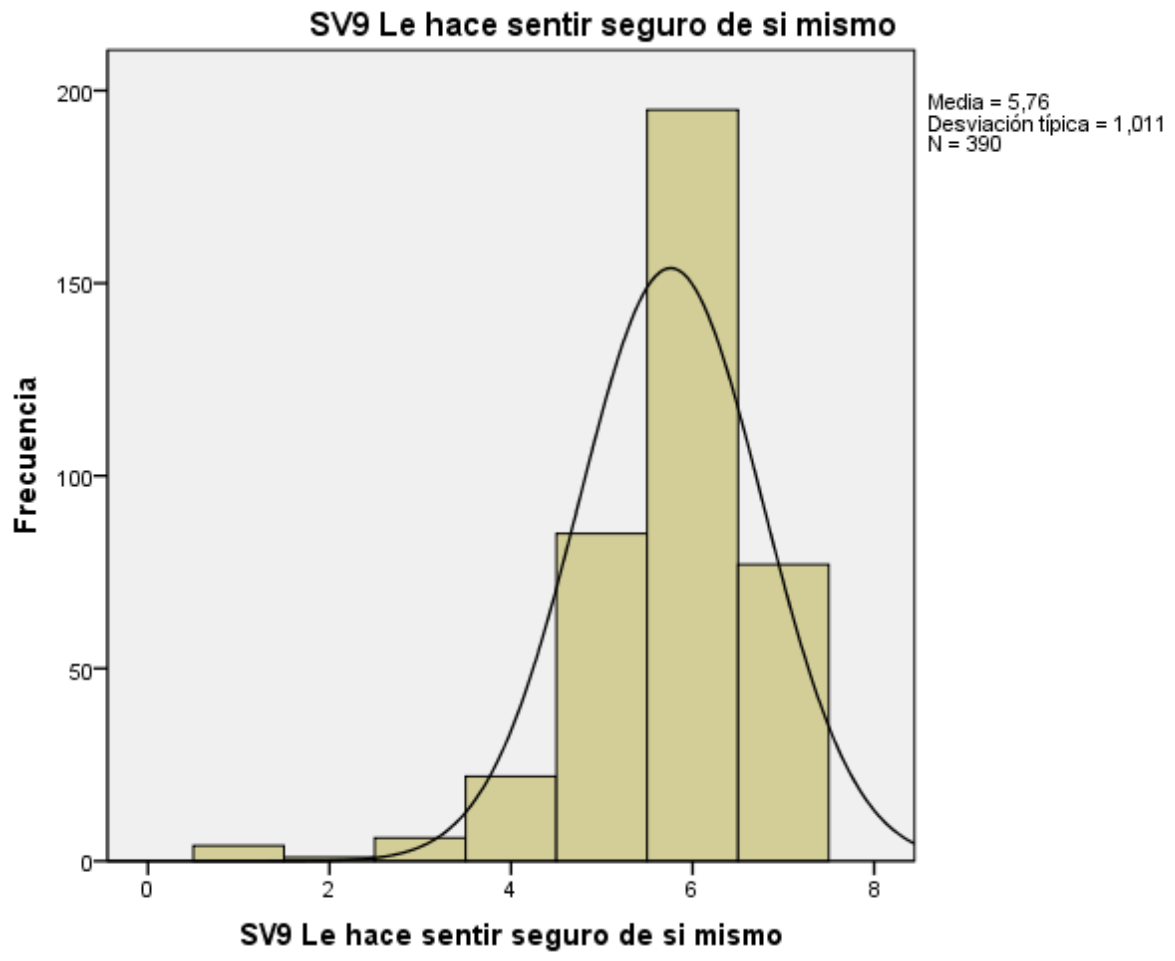


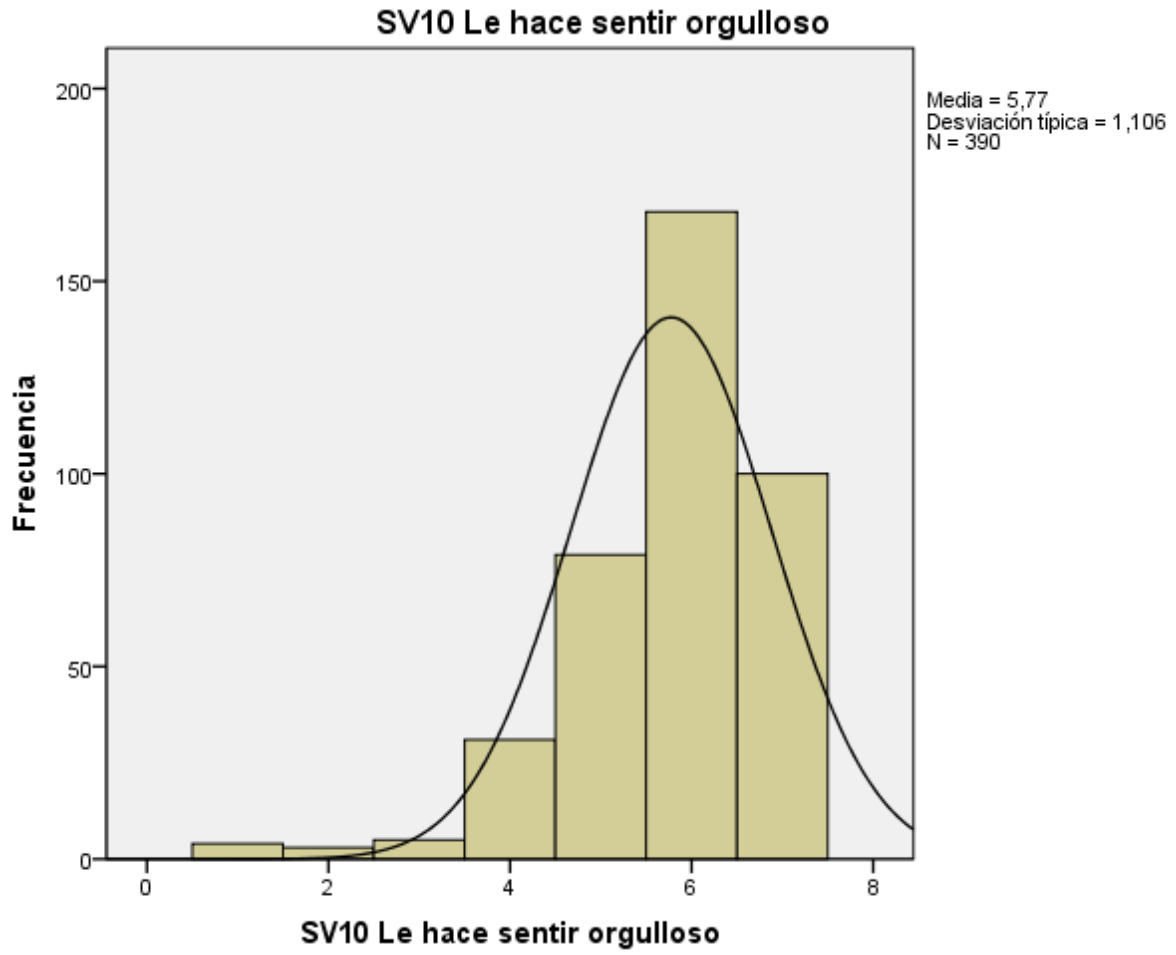




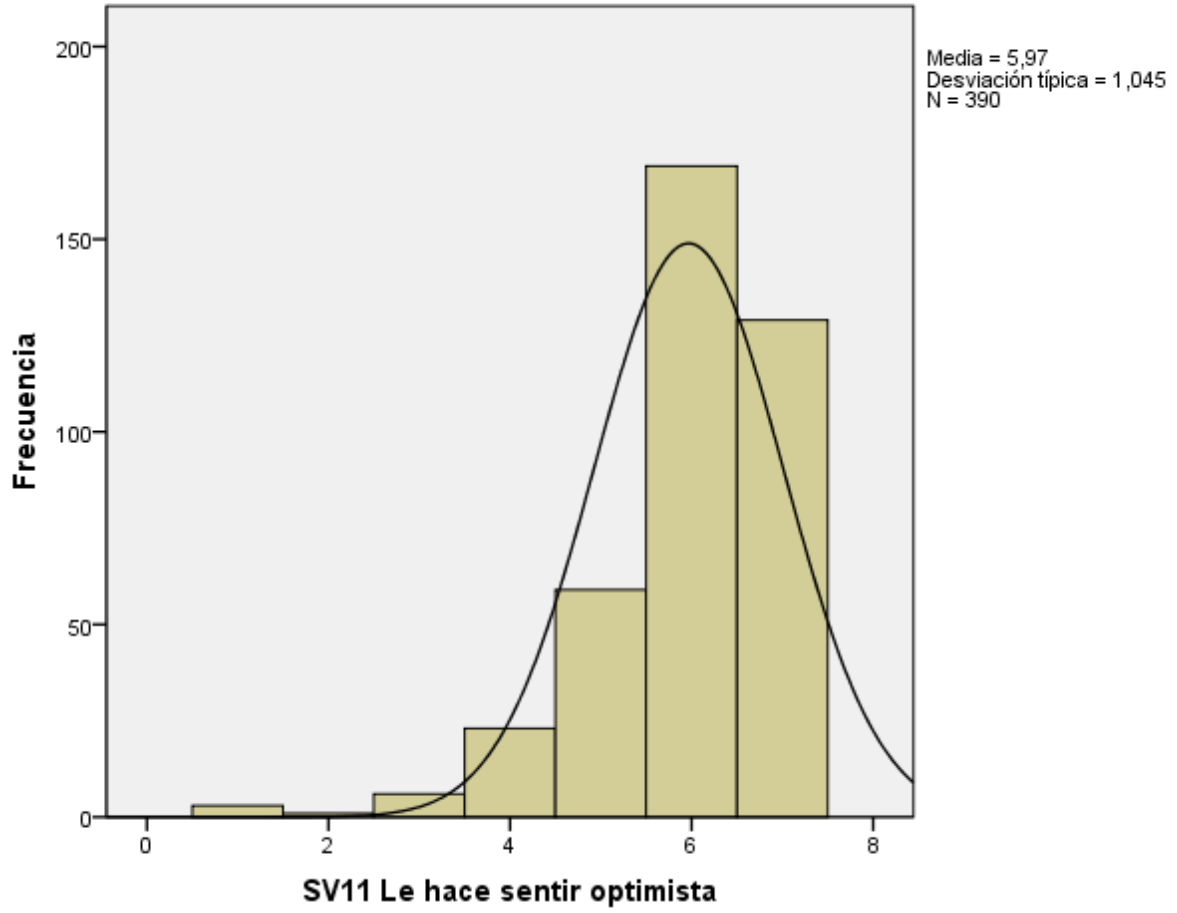


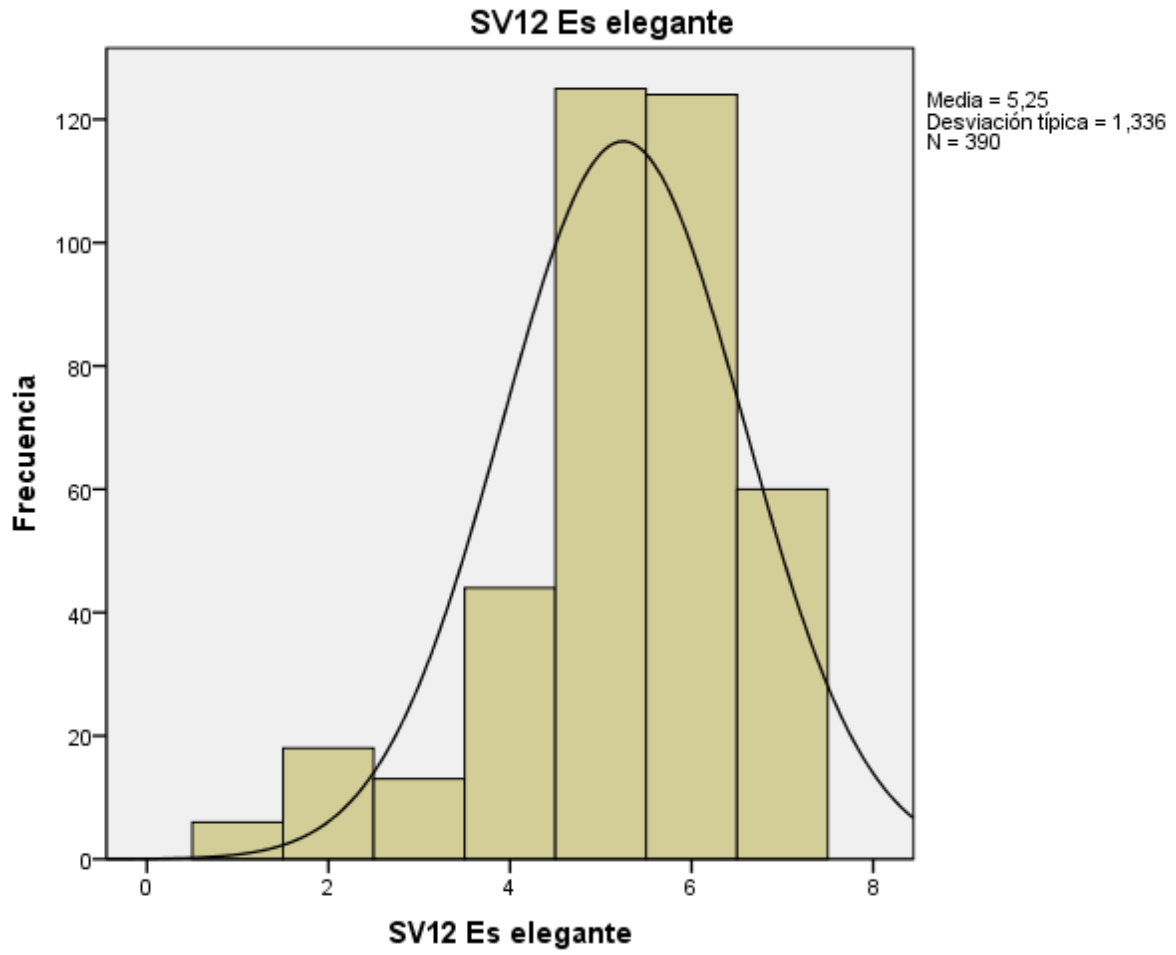


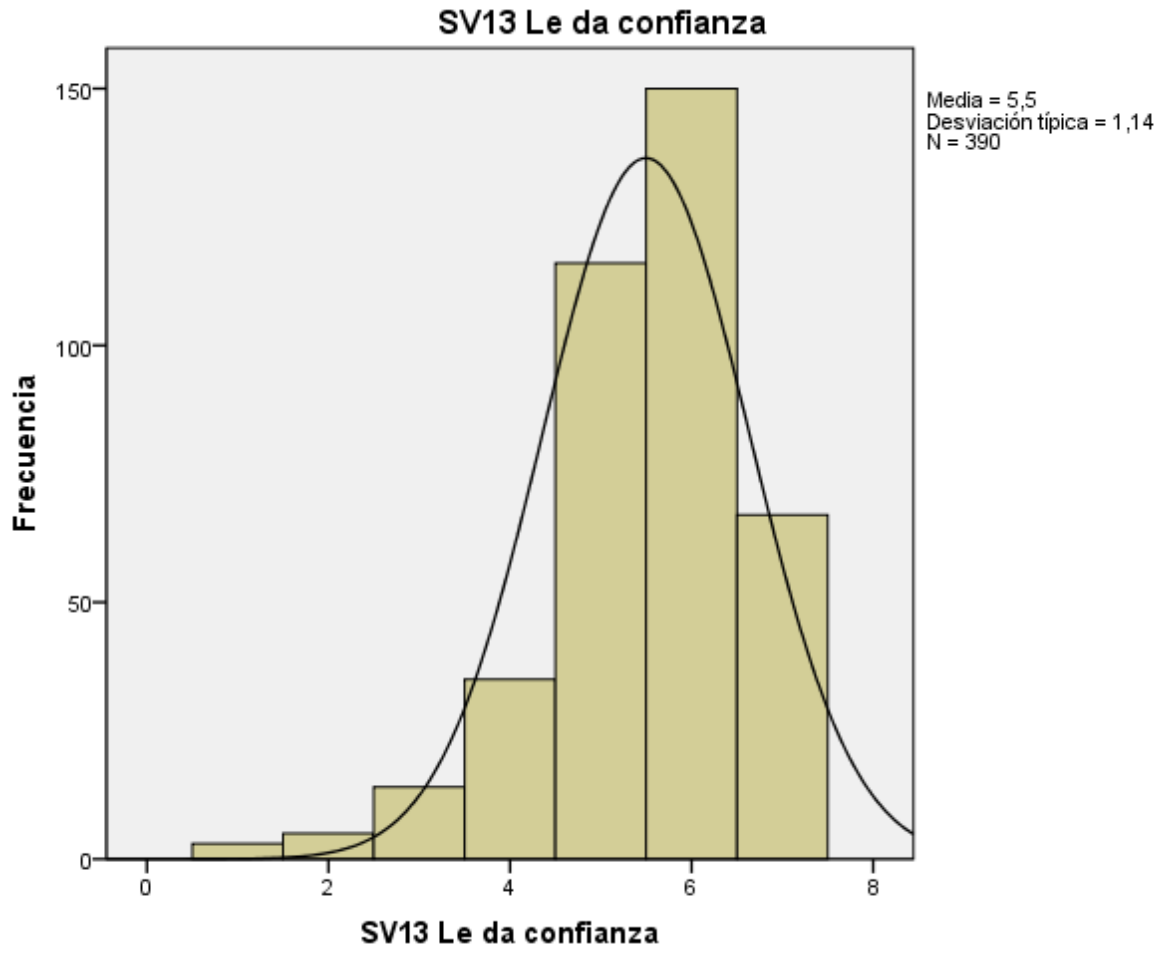




### SV11 Le hace sentir optimista

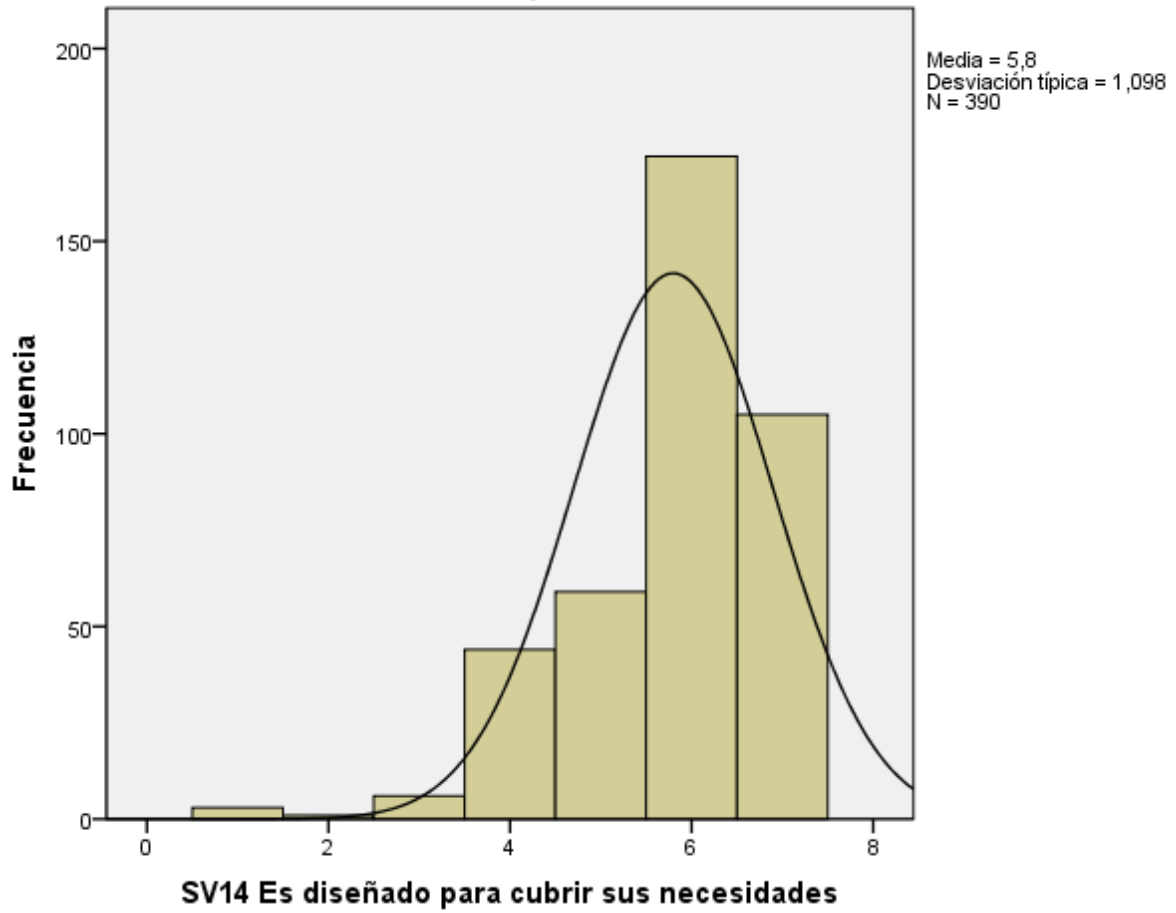


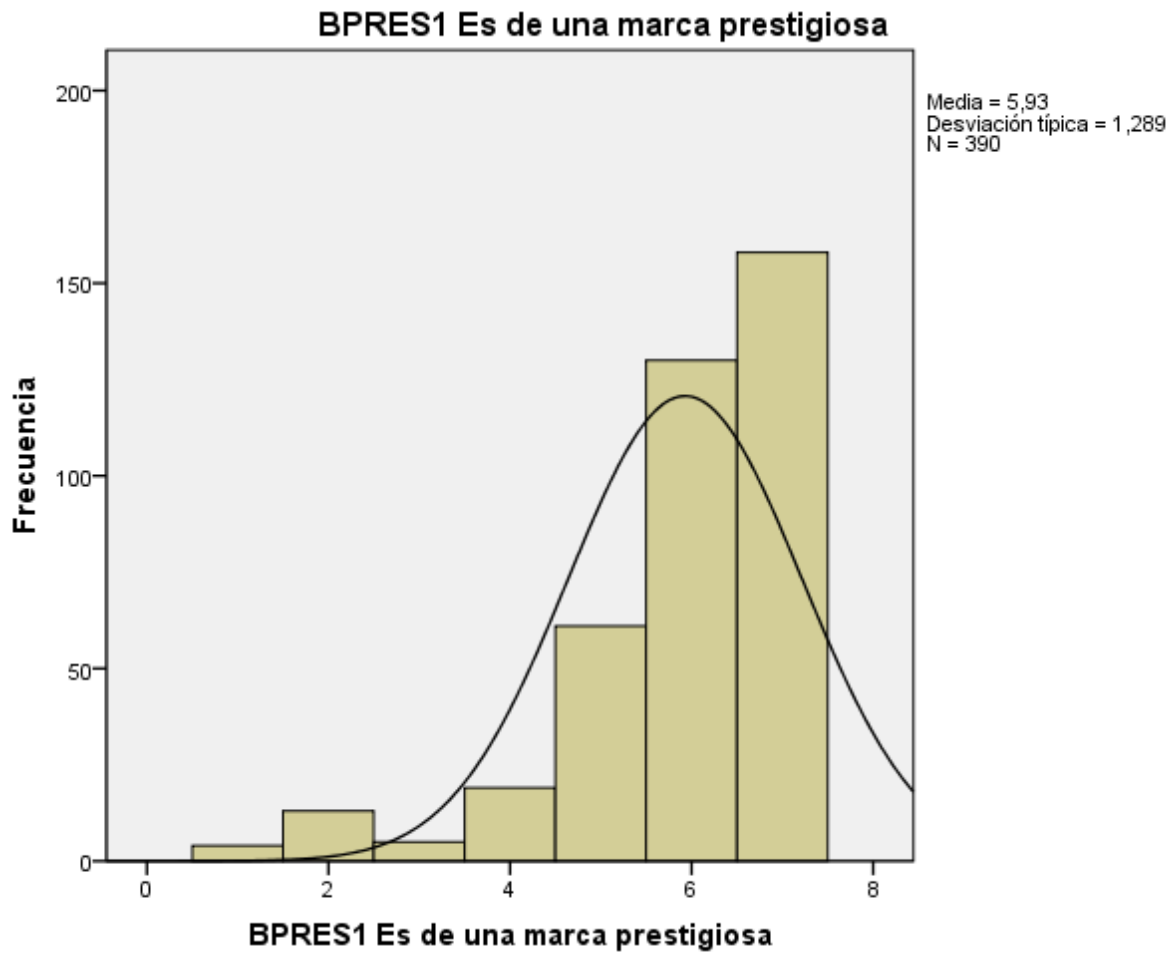




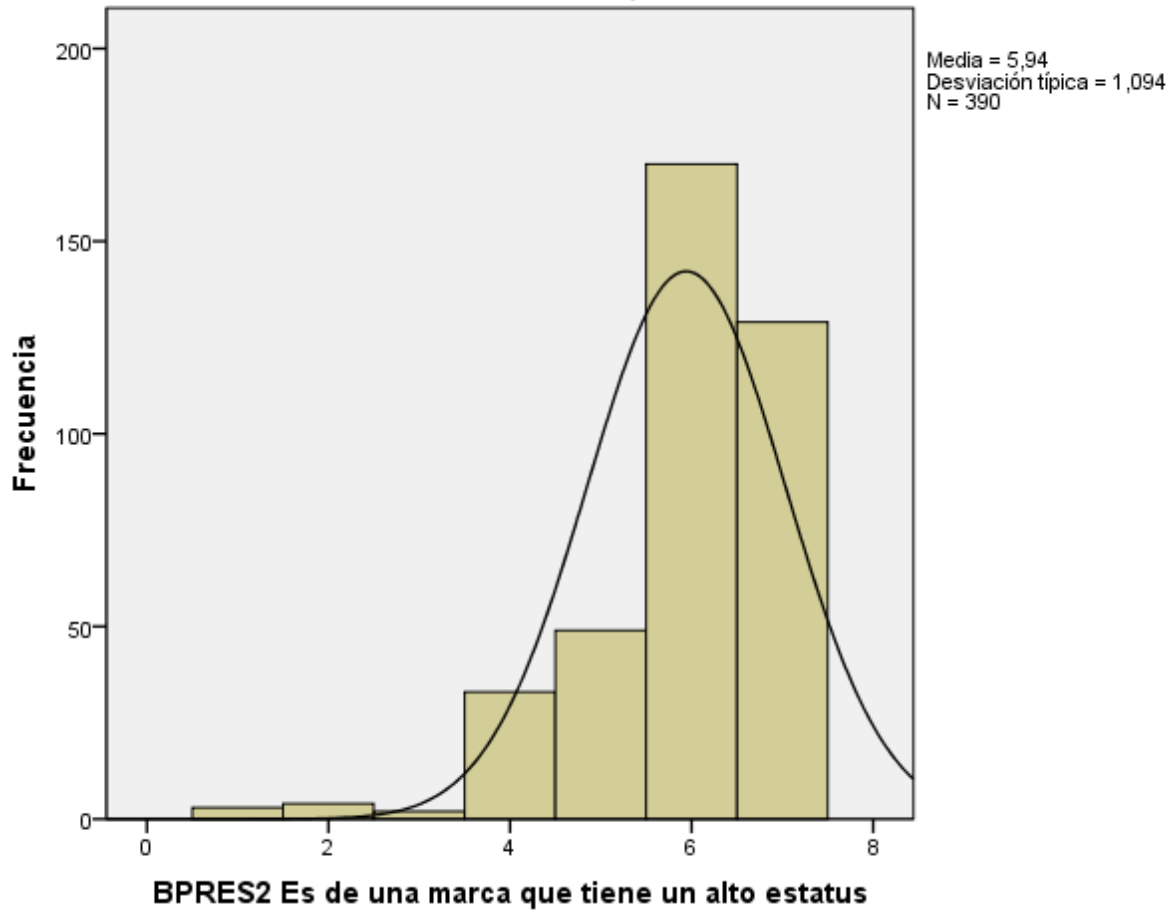


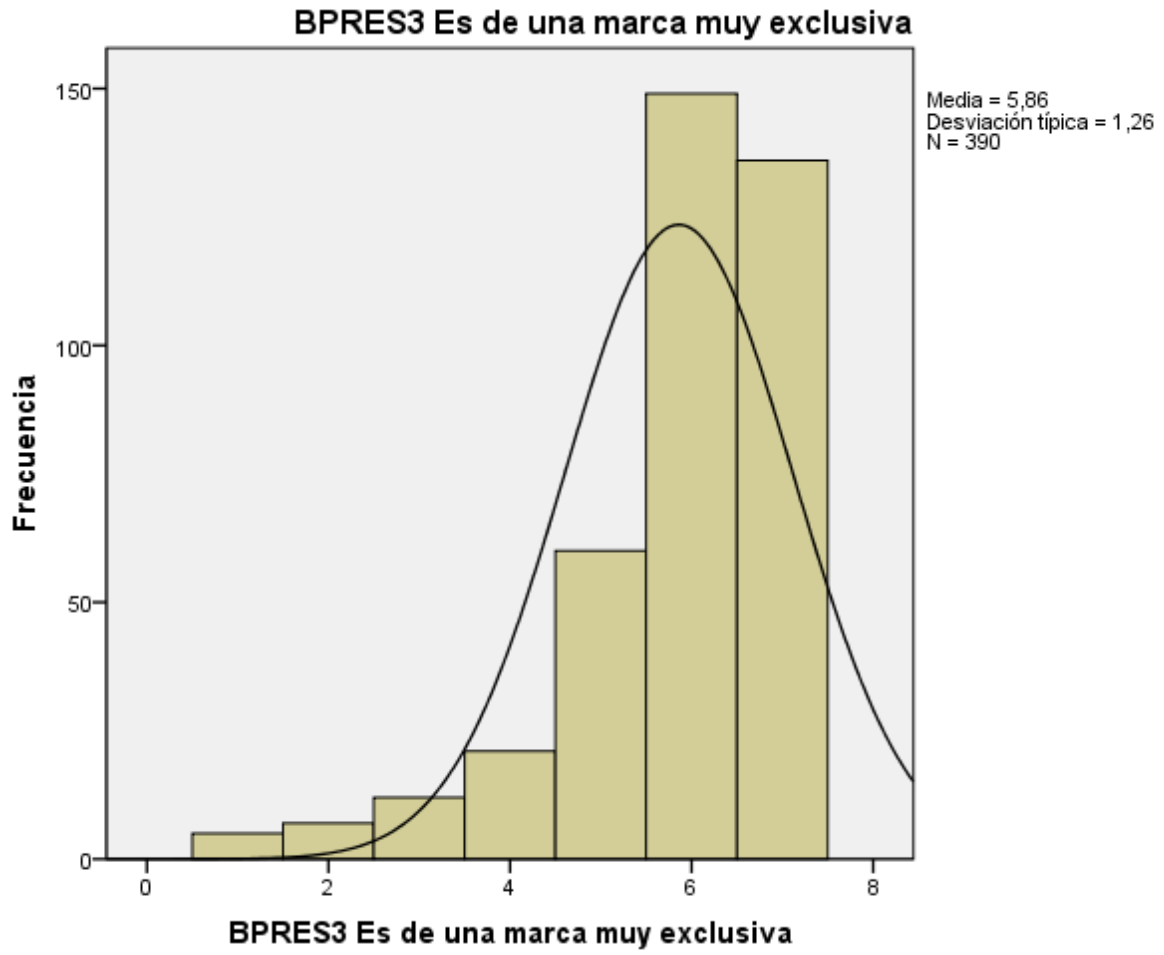
### SV14 Es diseñado para cubrir sus necesidades

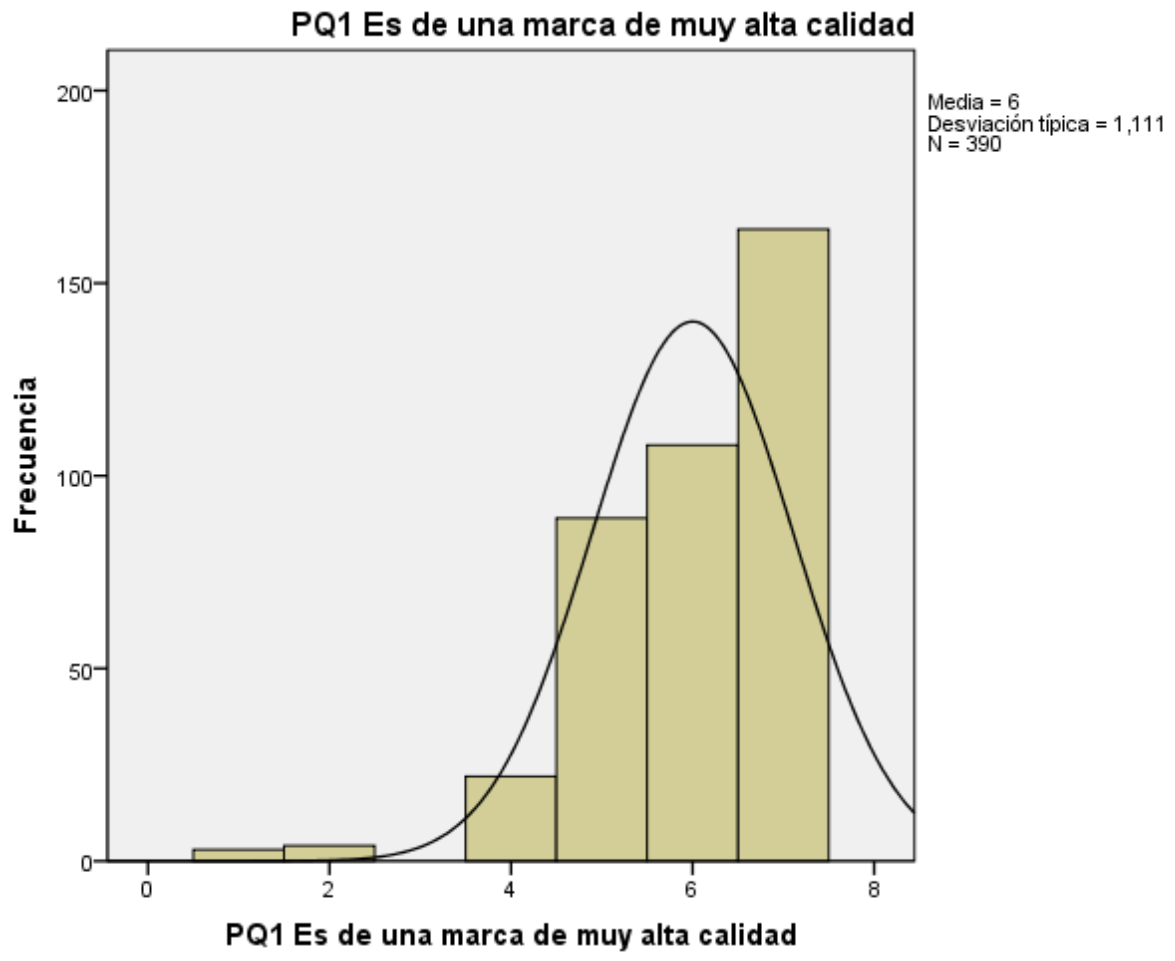




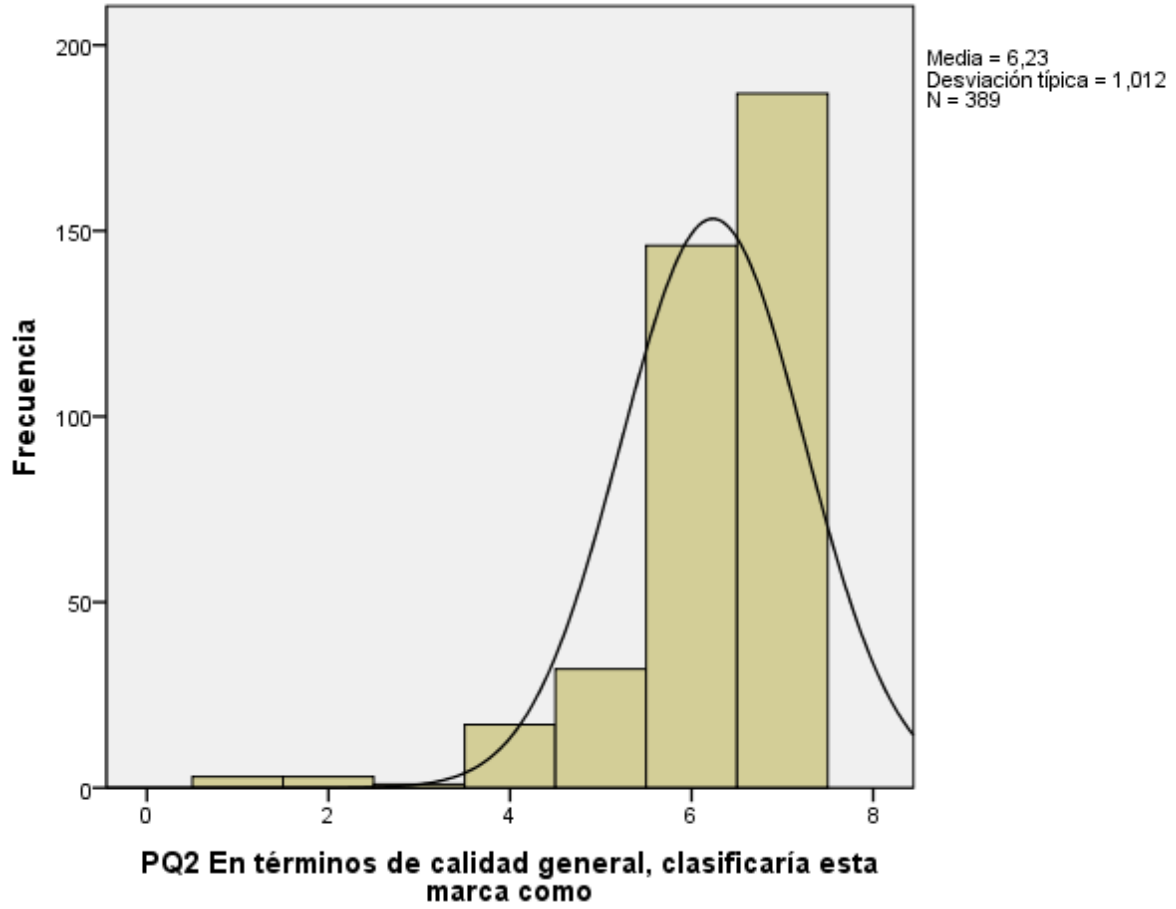
### BPRES2 Es de una marca que tiene un alto estatus

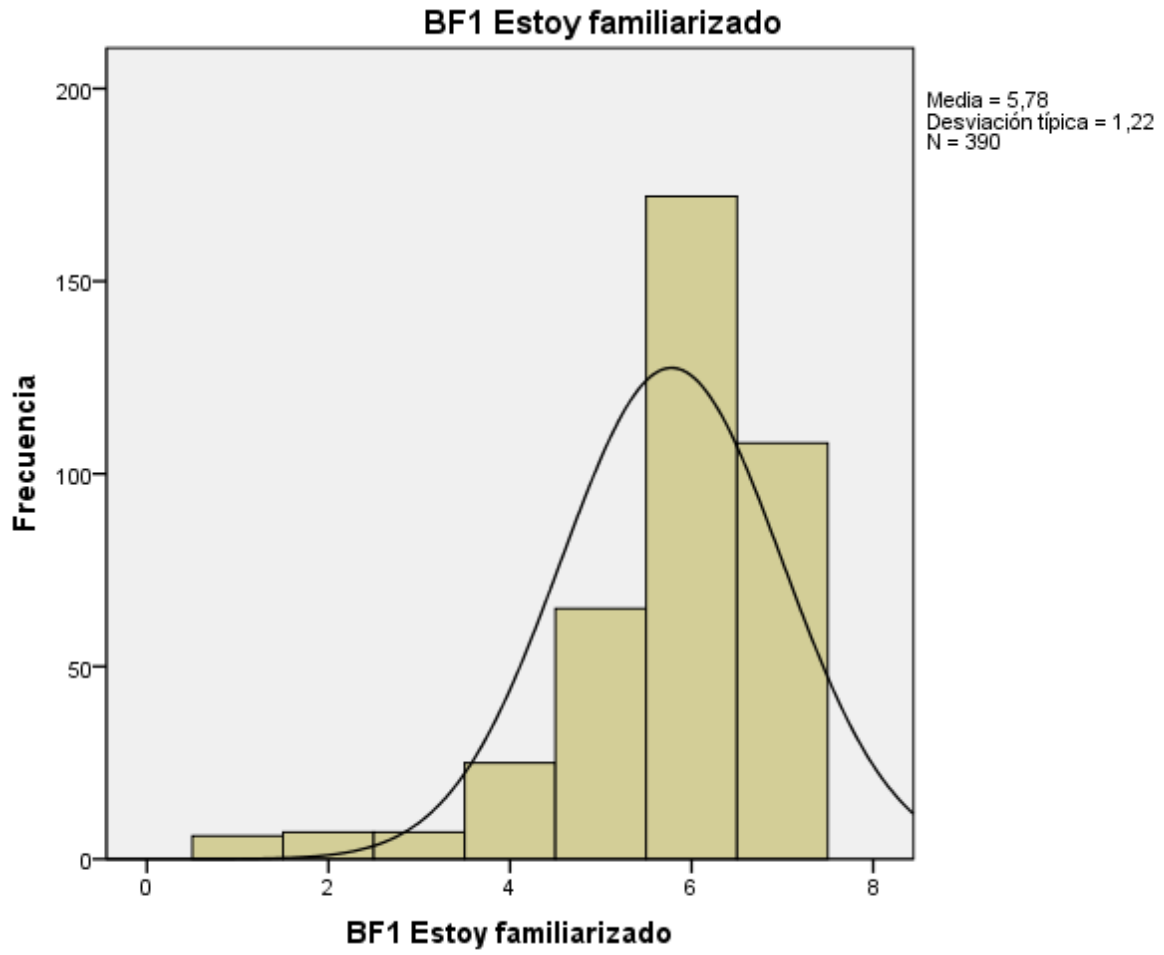


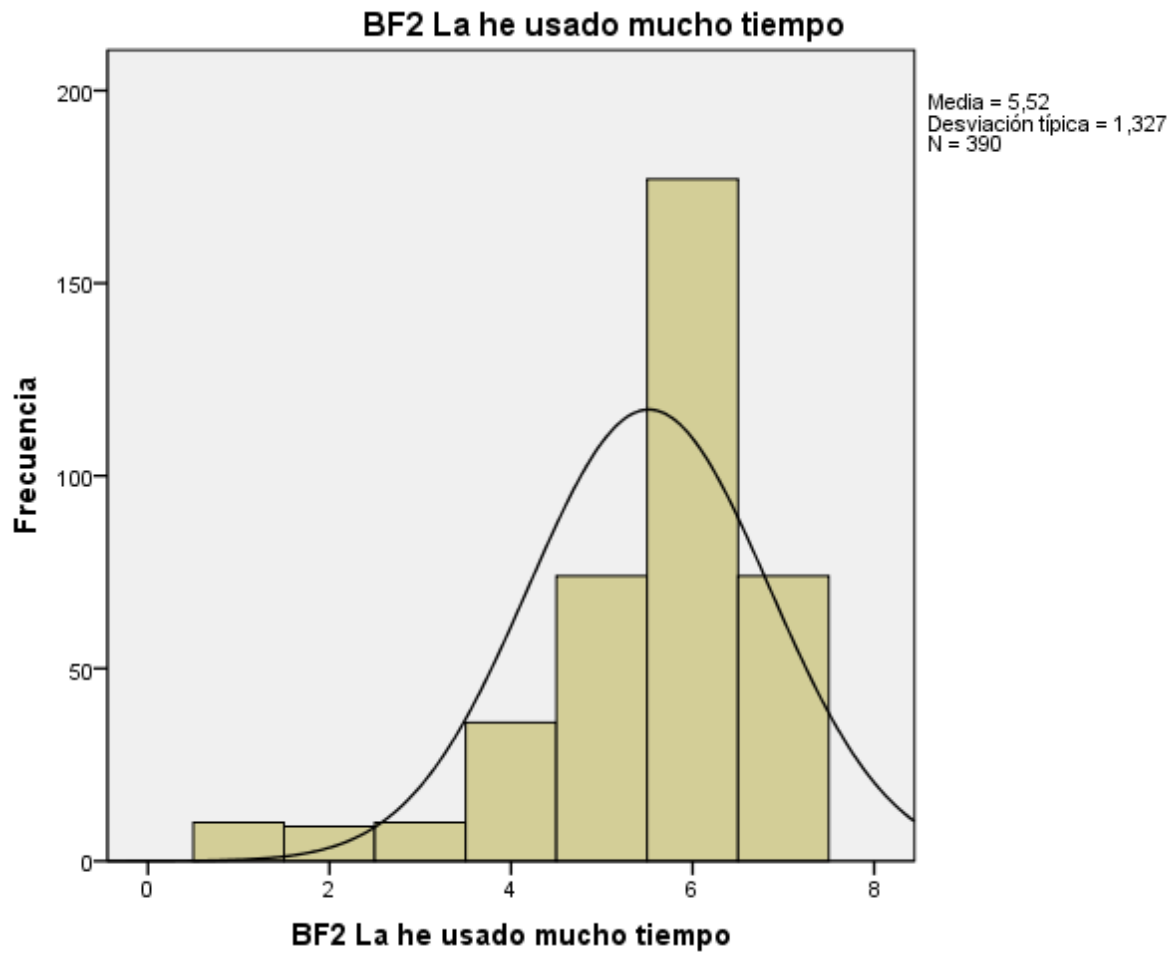




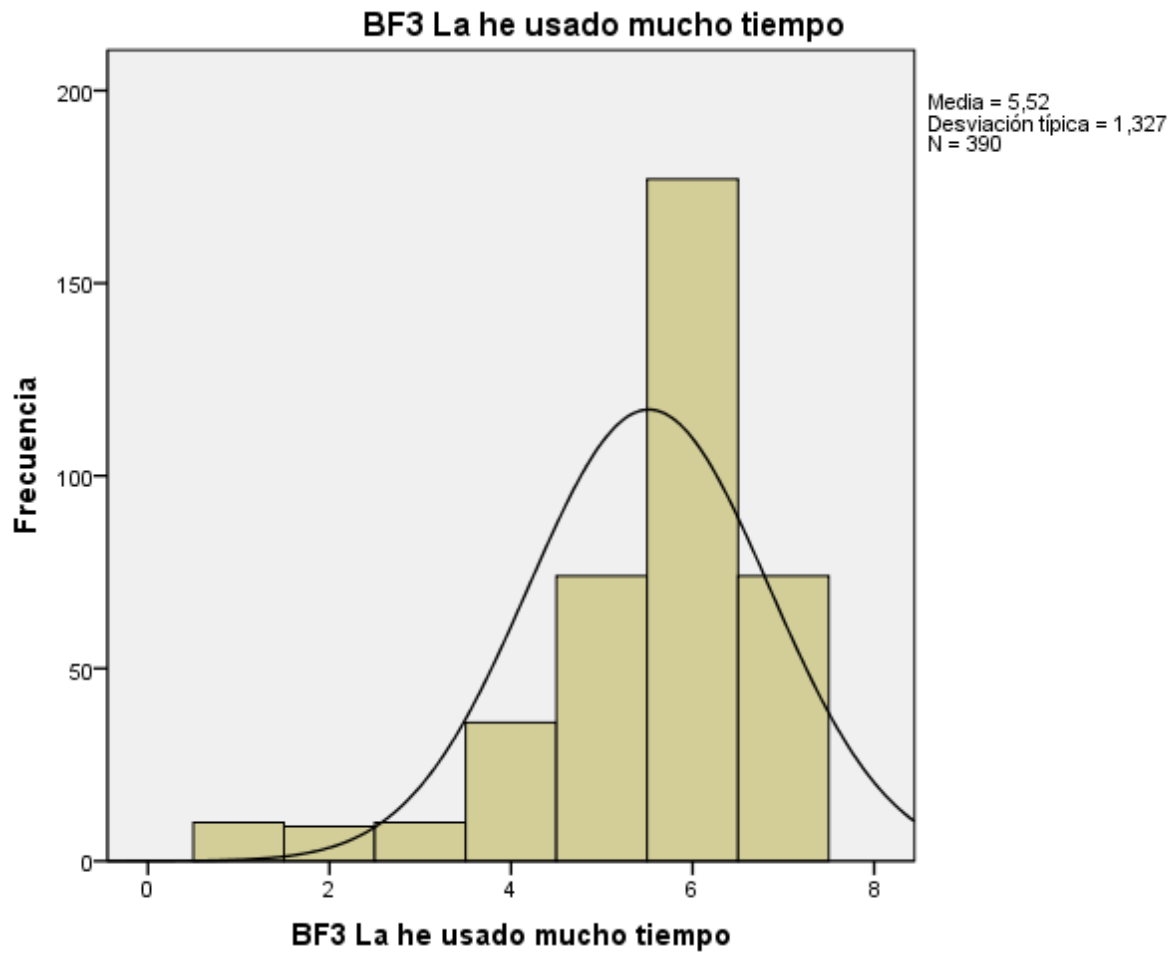
**PQ2 En términos de calidad general, clasificaría esta marca como**

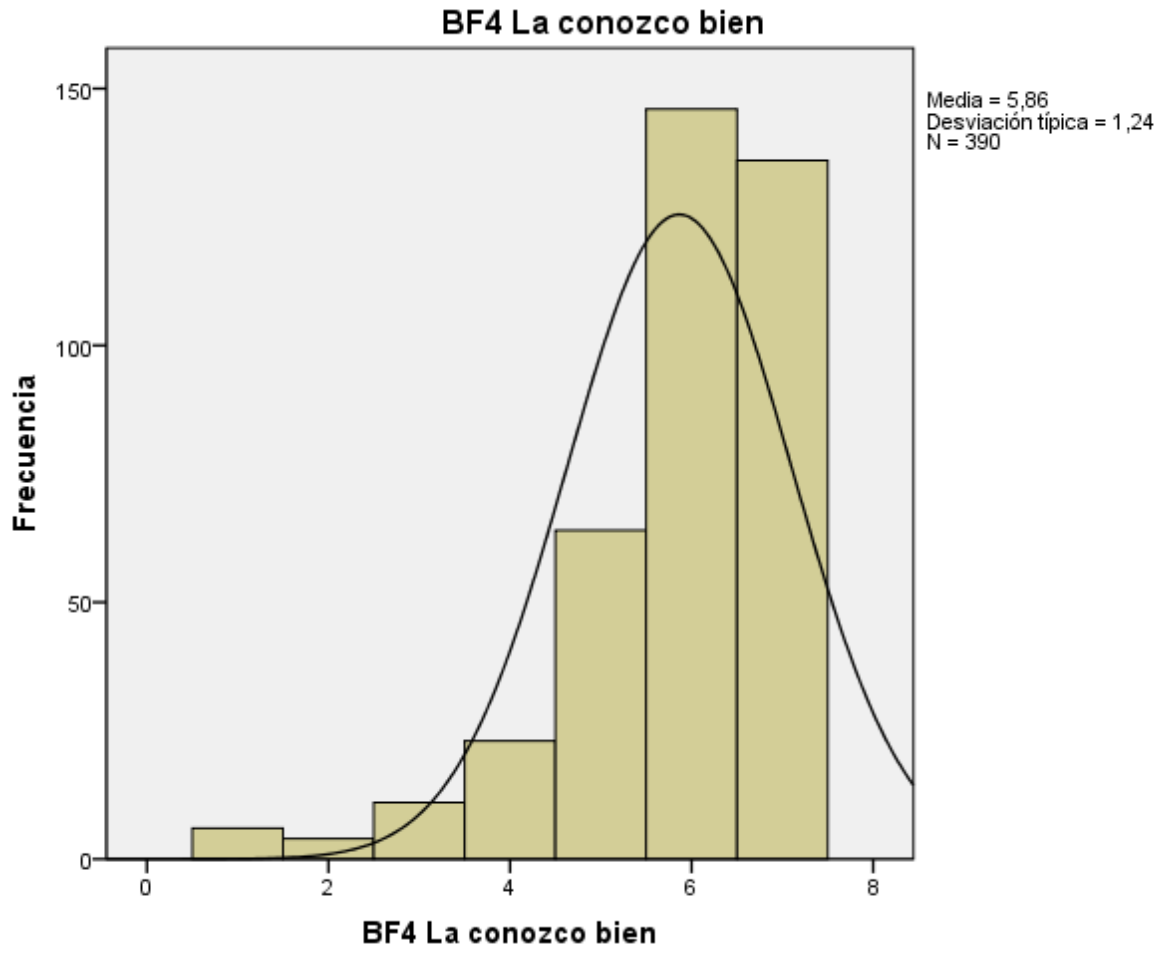


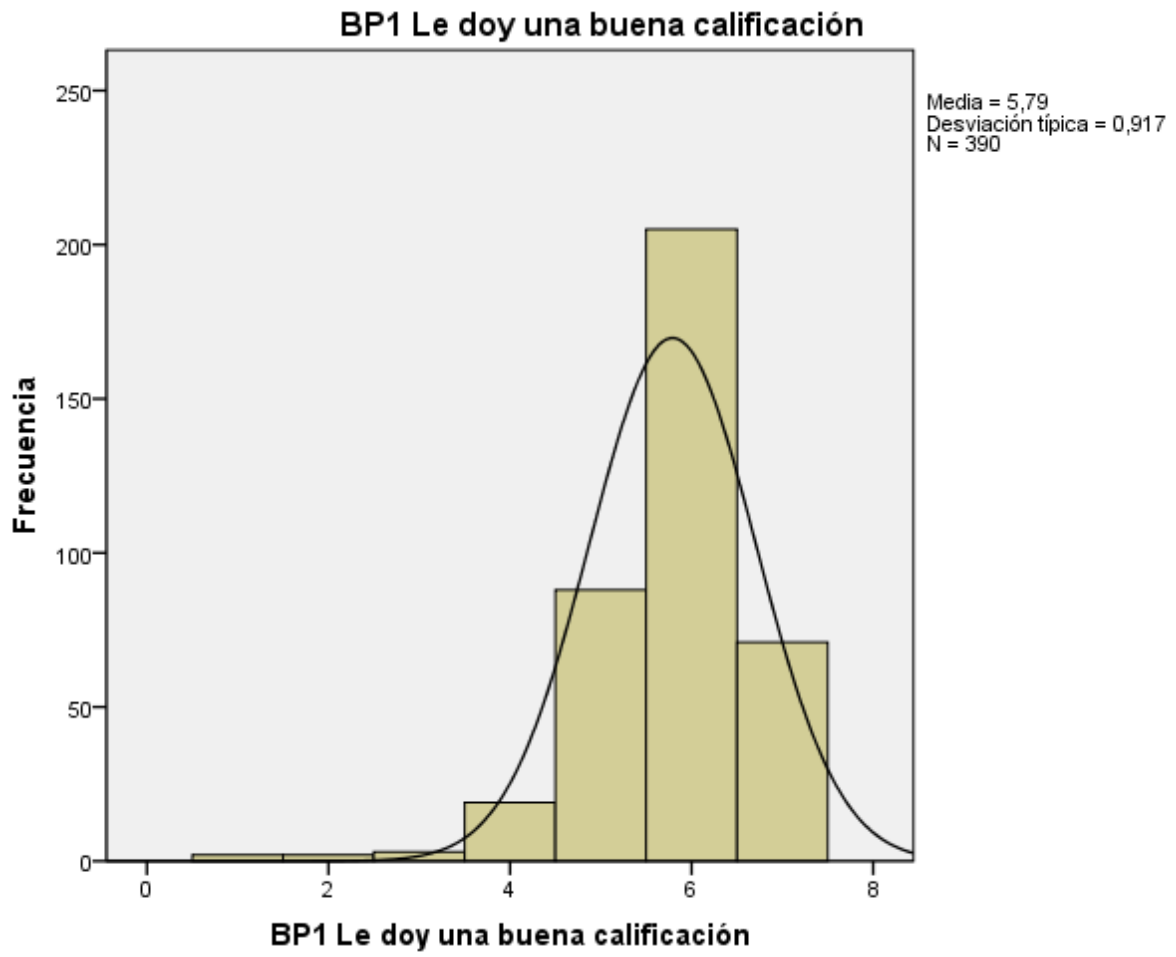


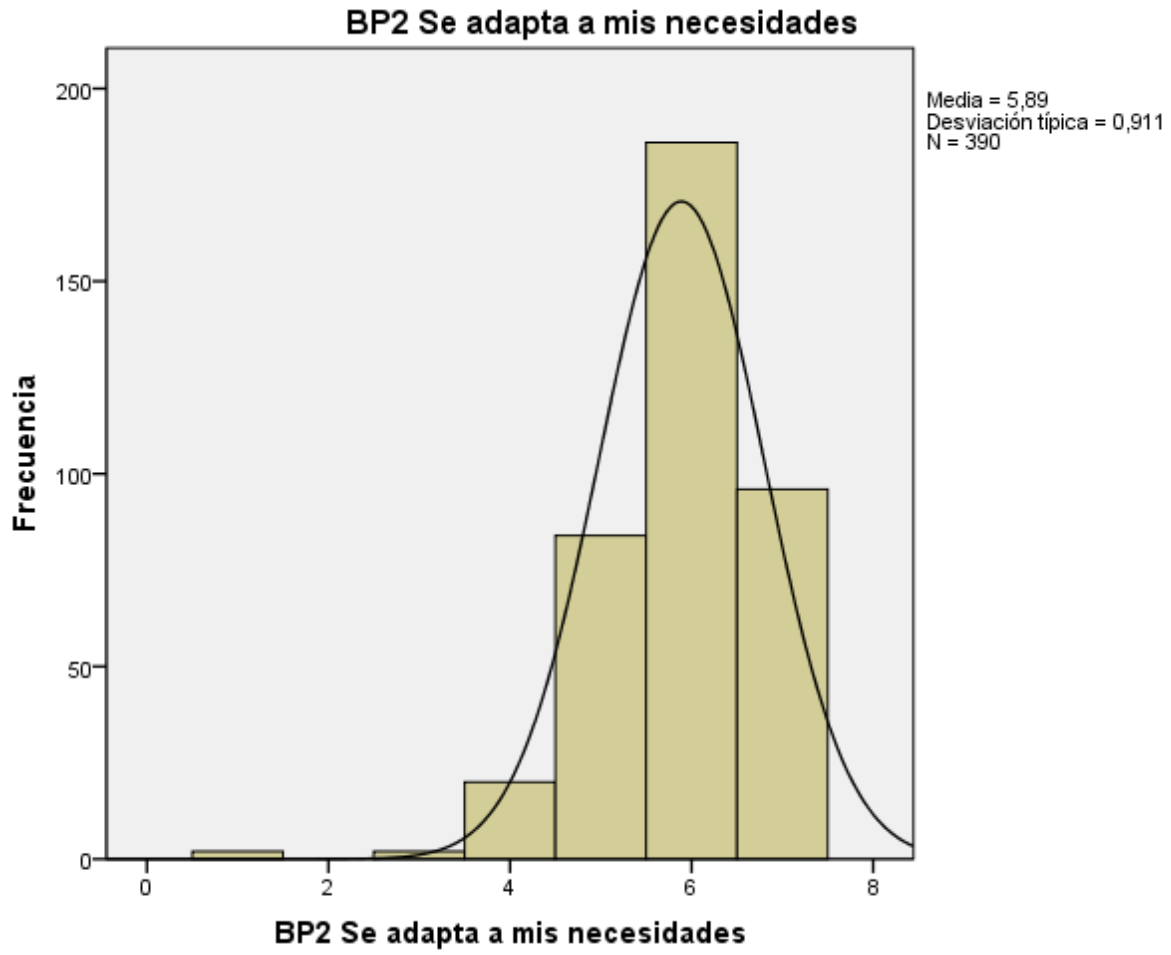


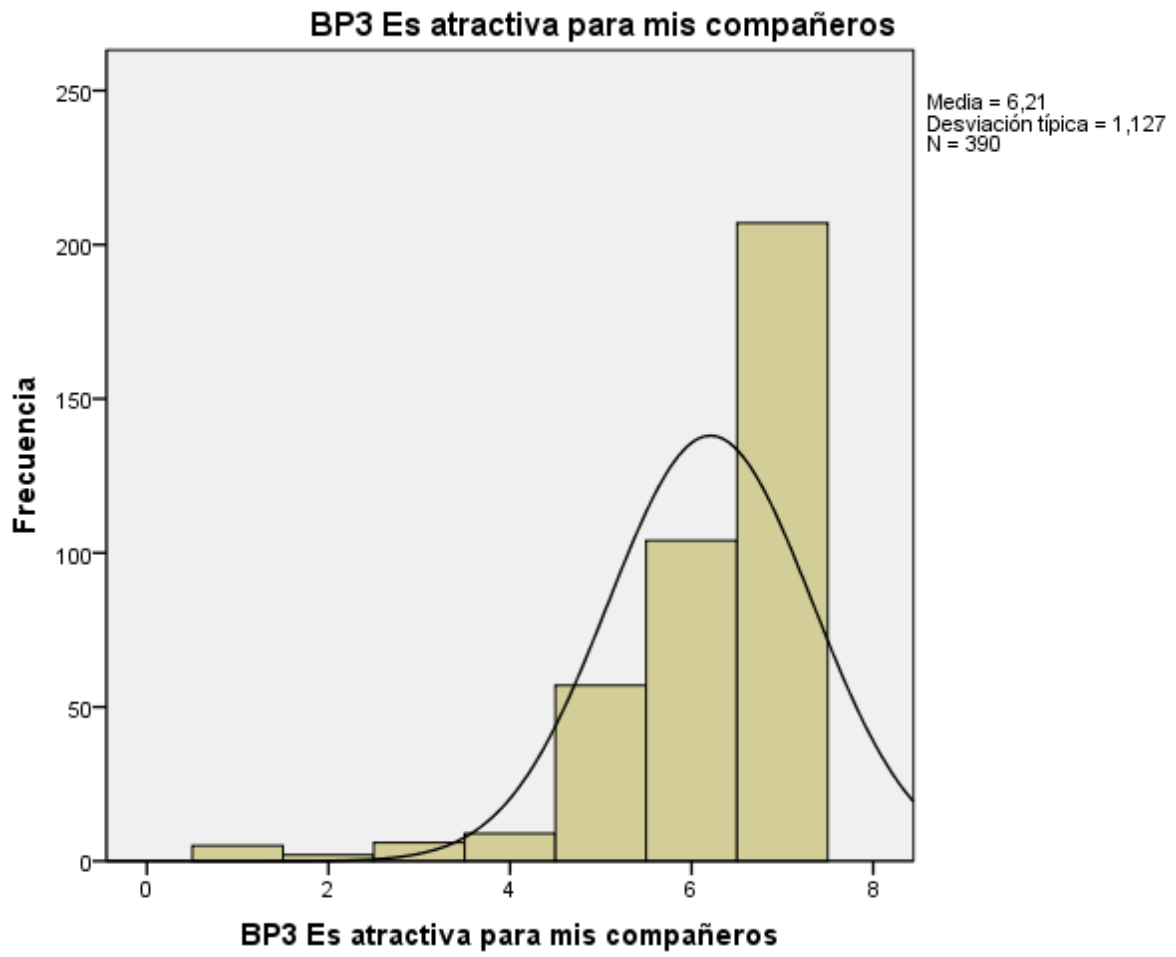


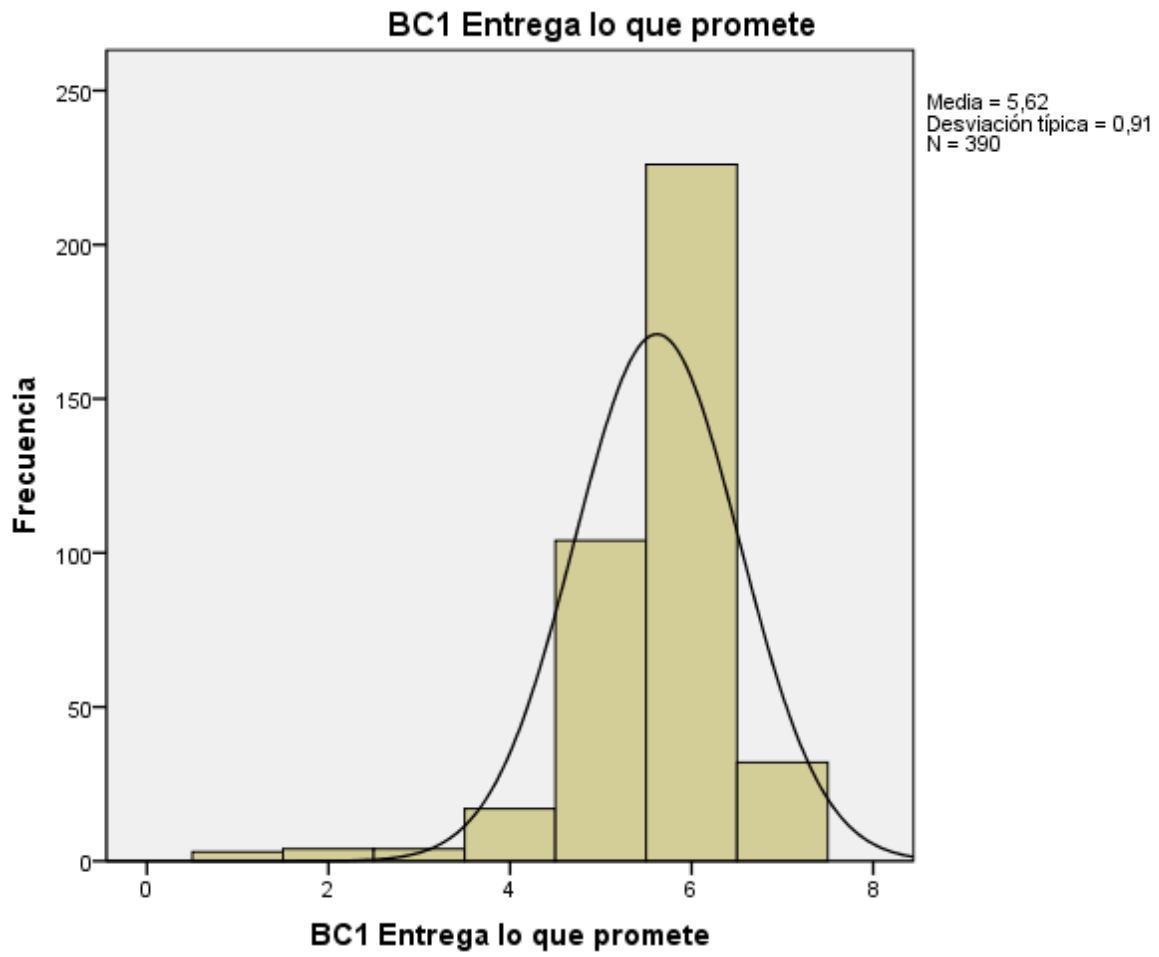


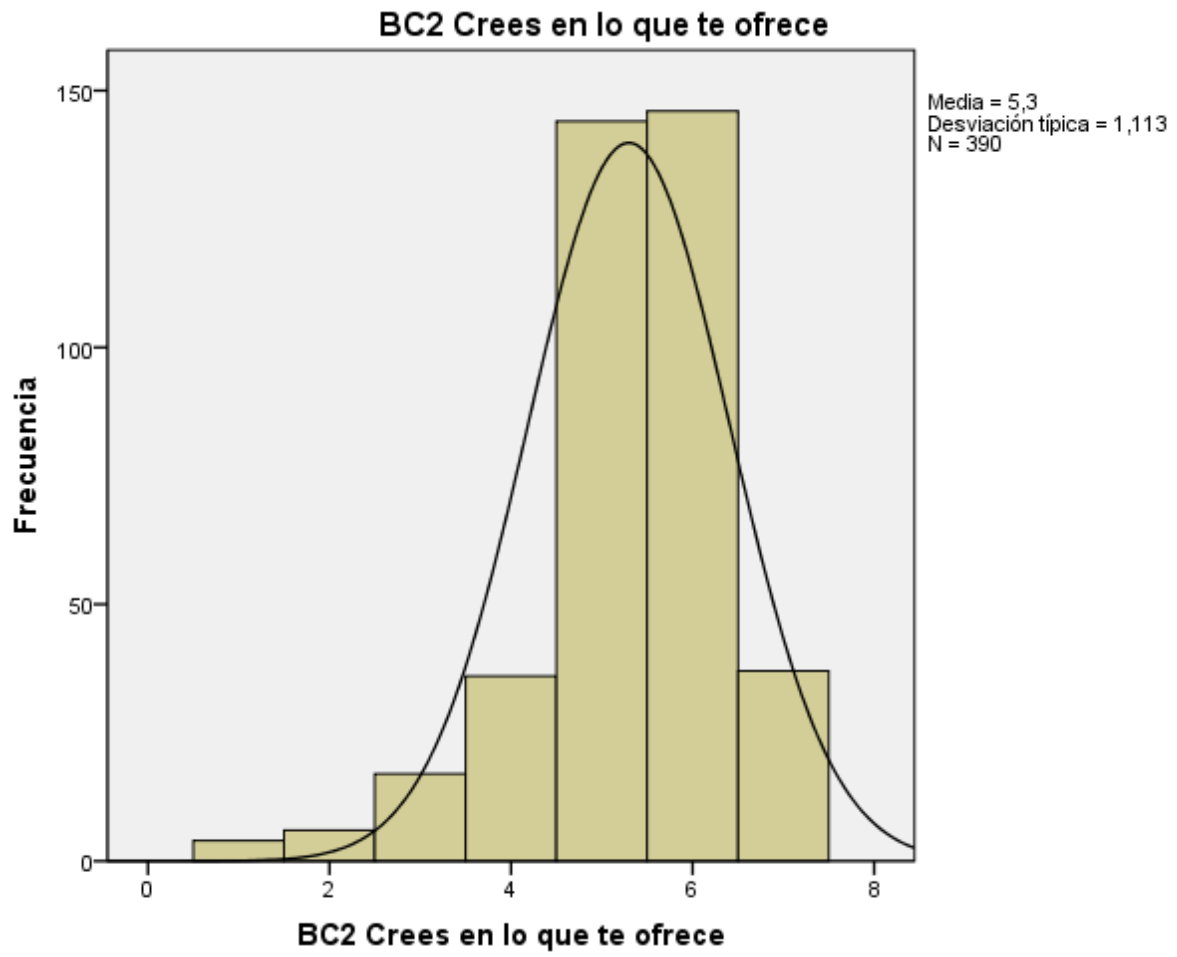




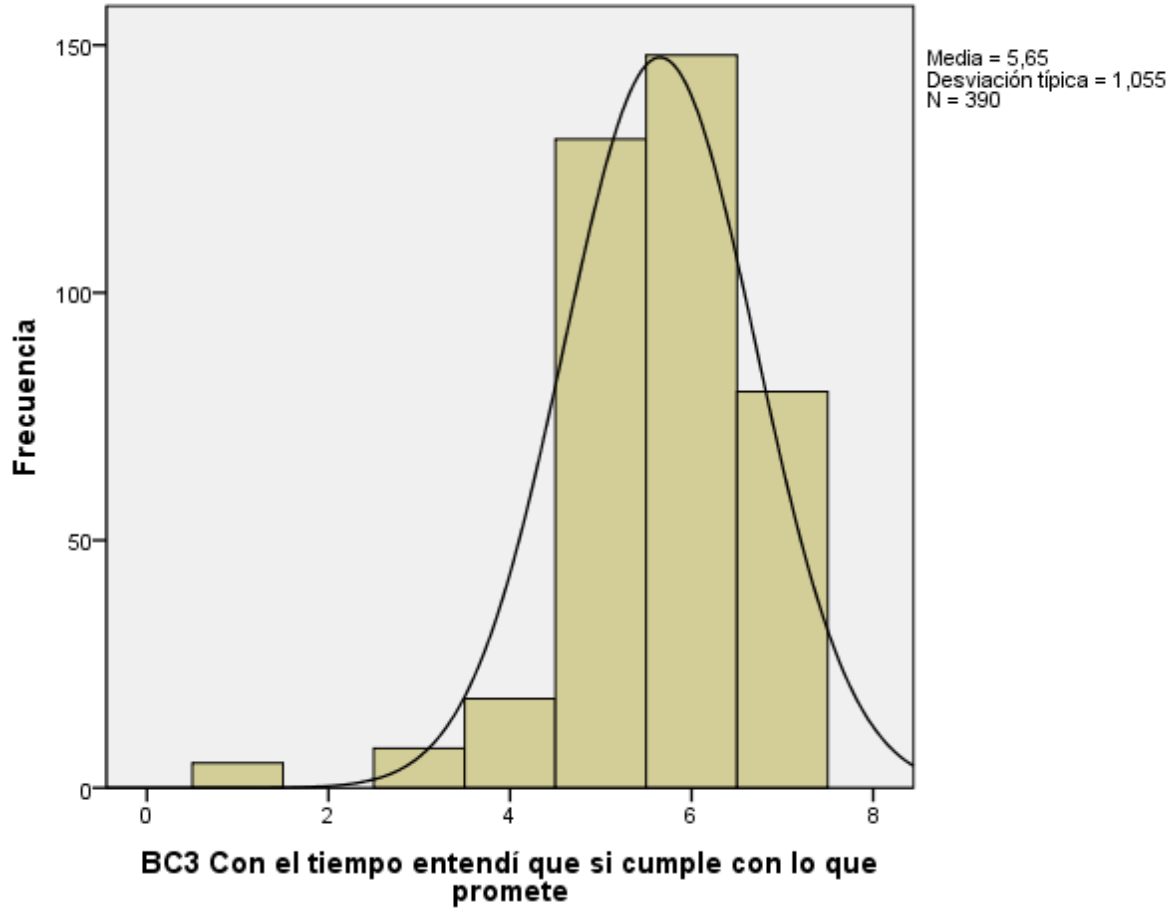






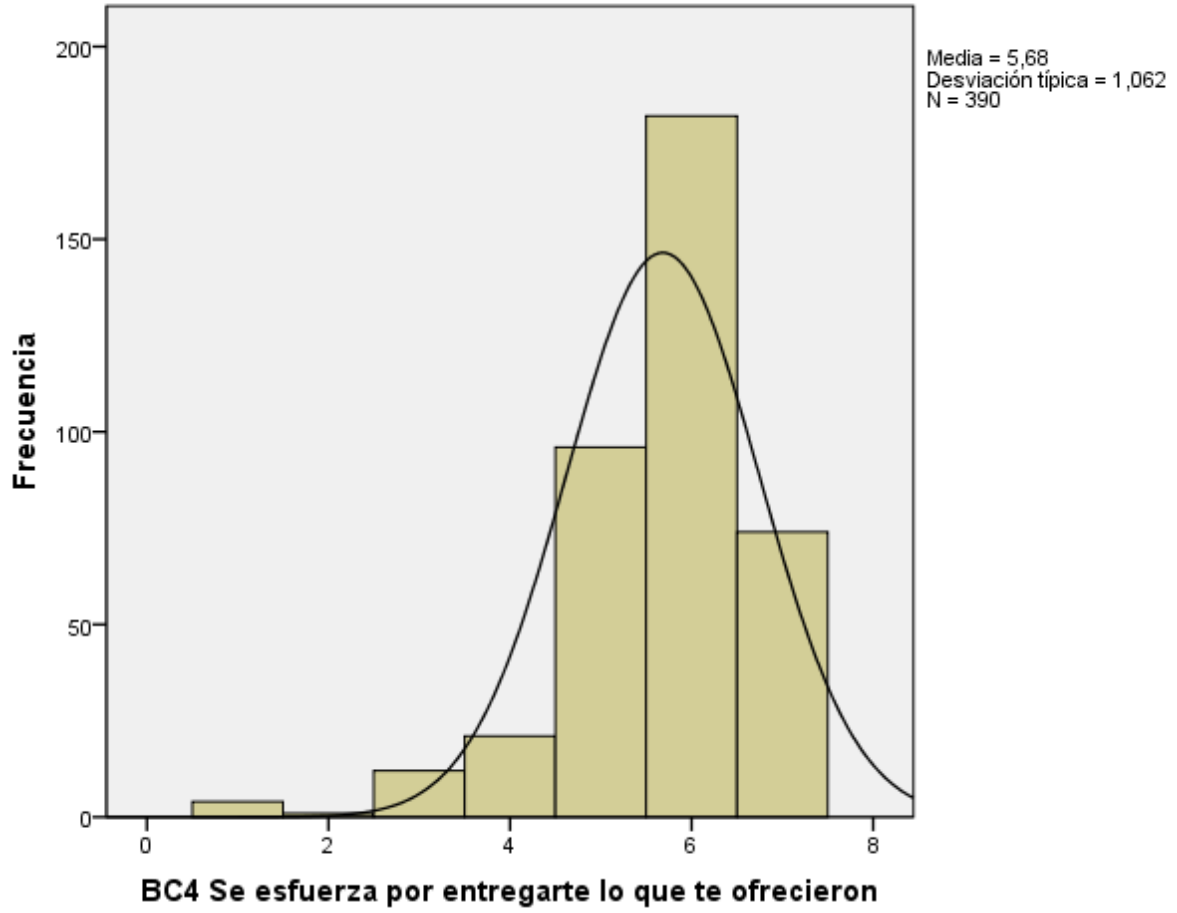


### BC3 Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete

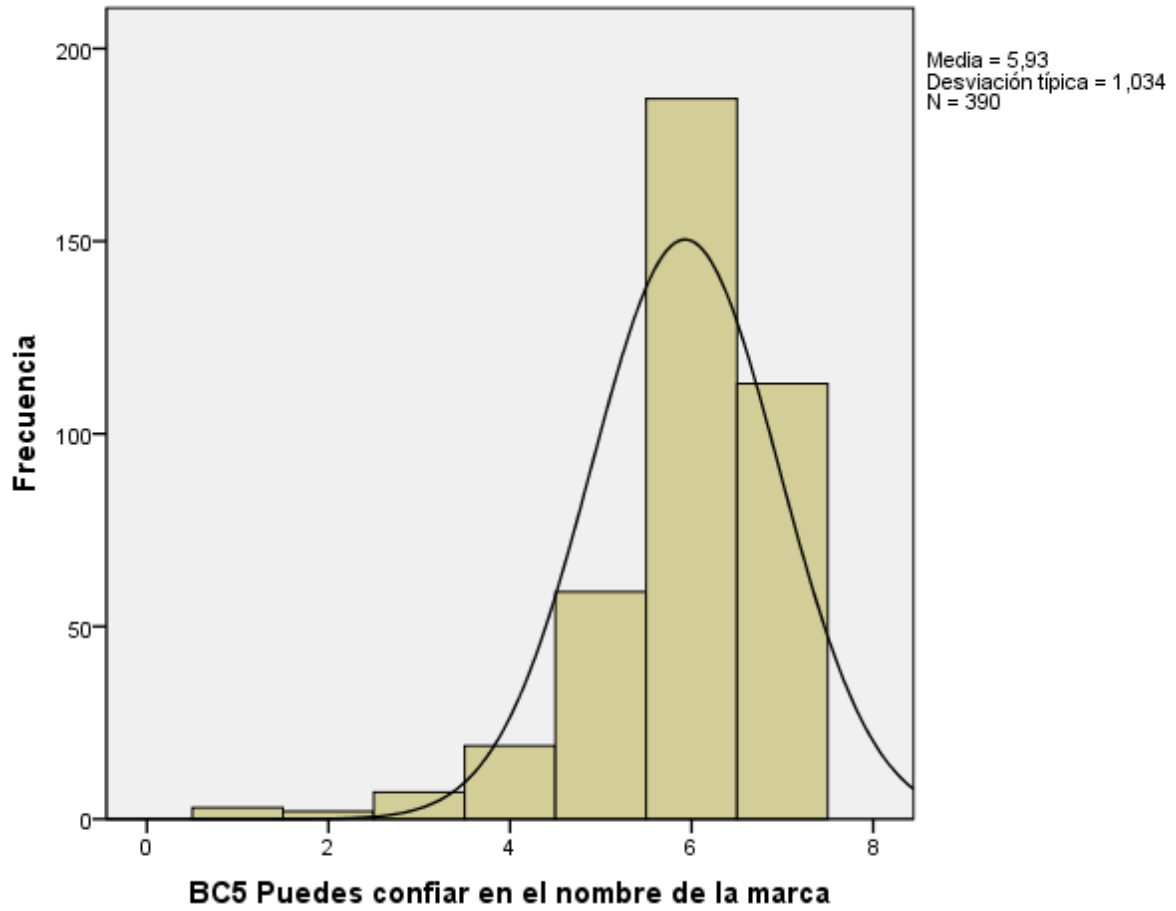




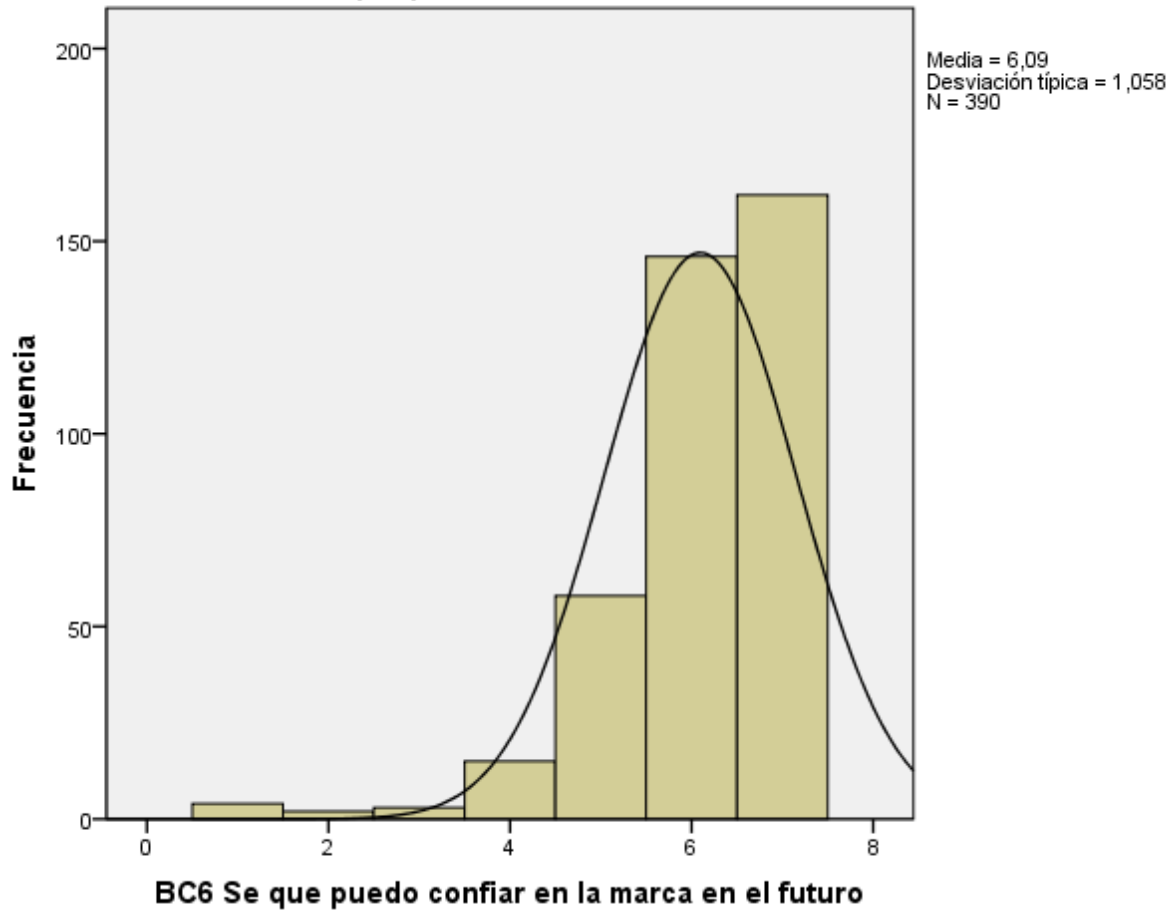
### BC4 Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron



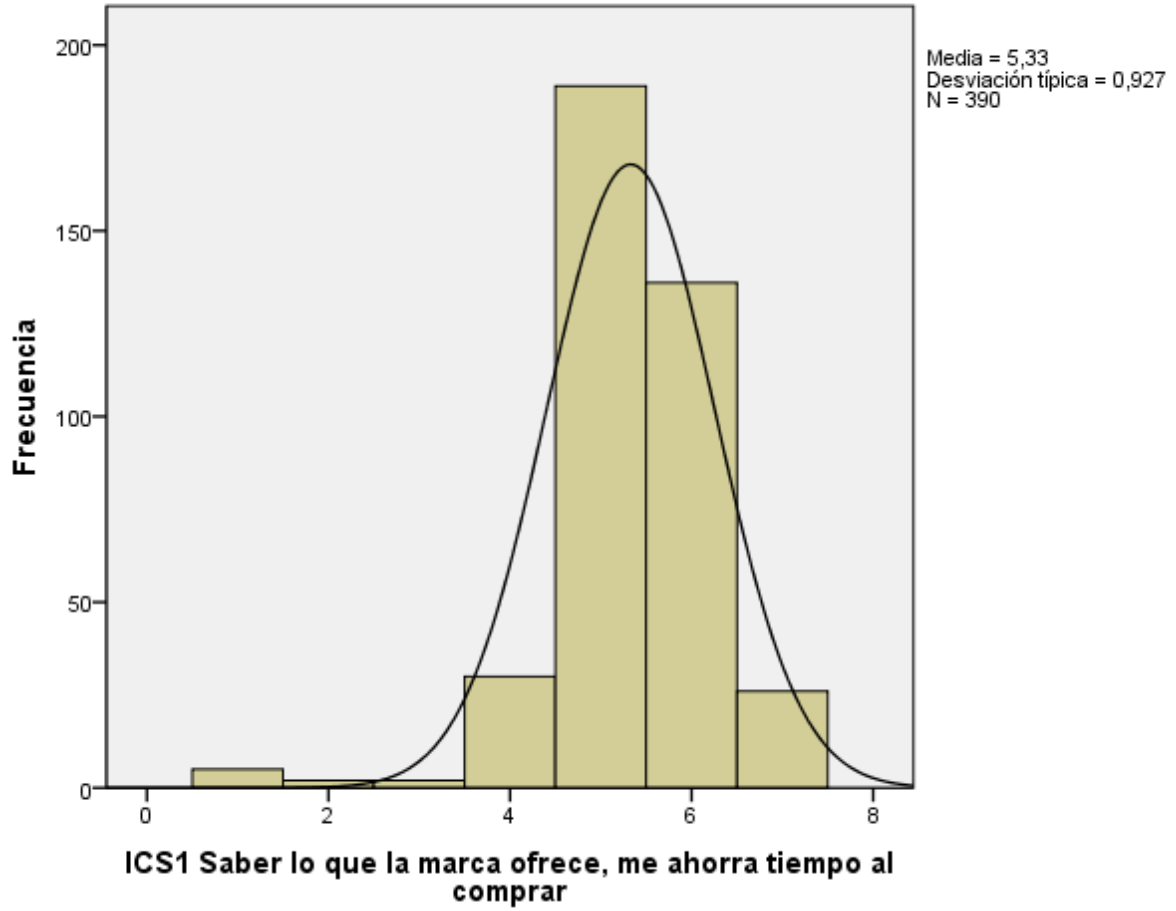
### BC5 Puedes confiar en el nombre de la marca



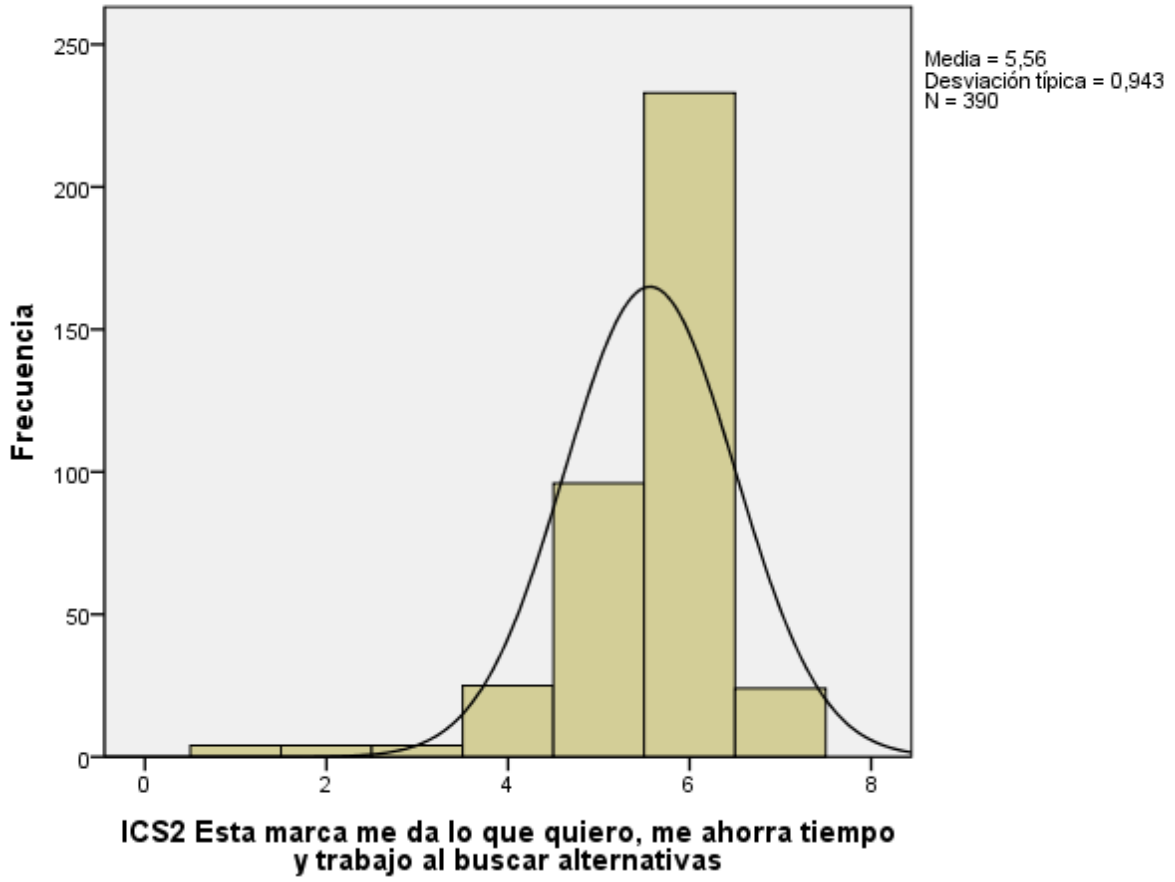
### BC6 Se que puedo confiar en la marca en el futuro



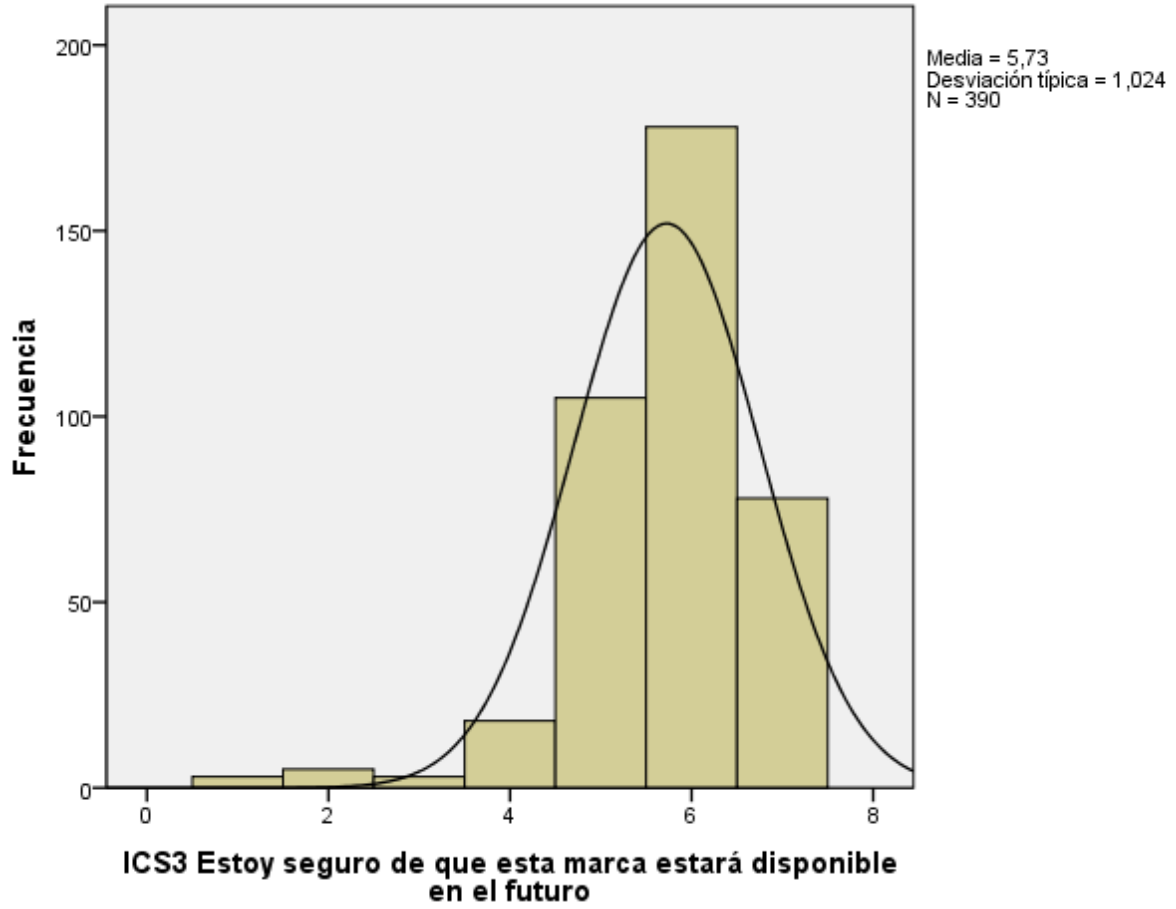
### ICS1 Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar



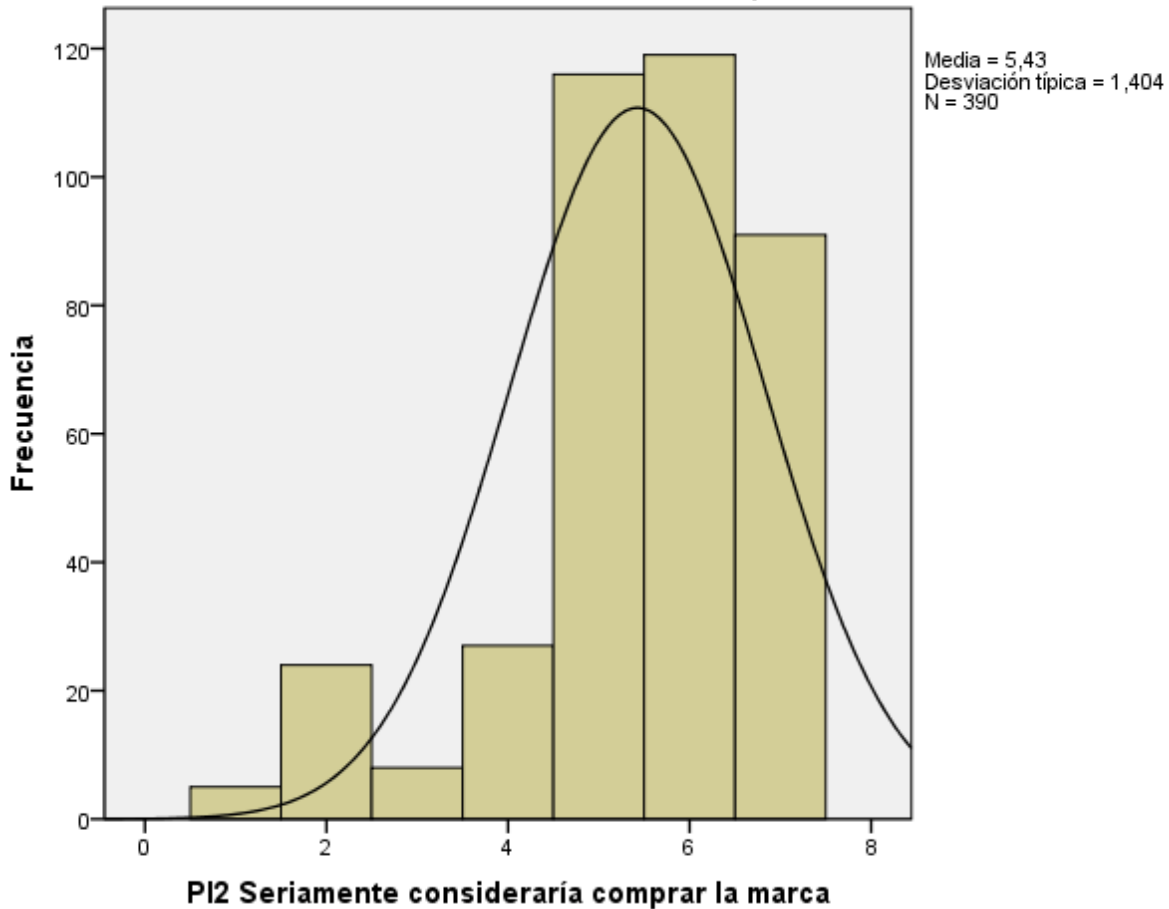
**ICS2 Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas**



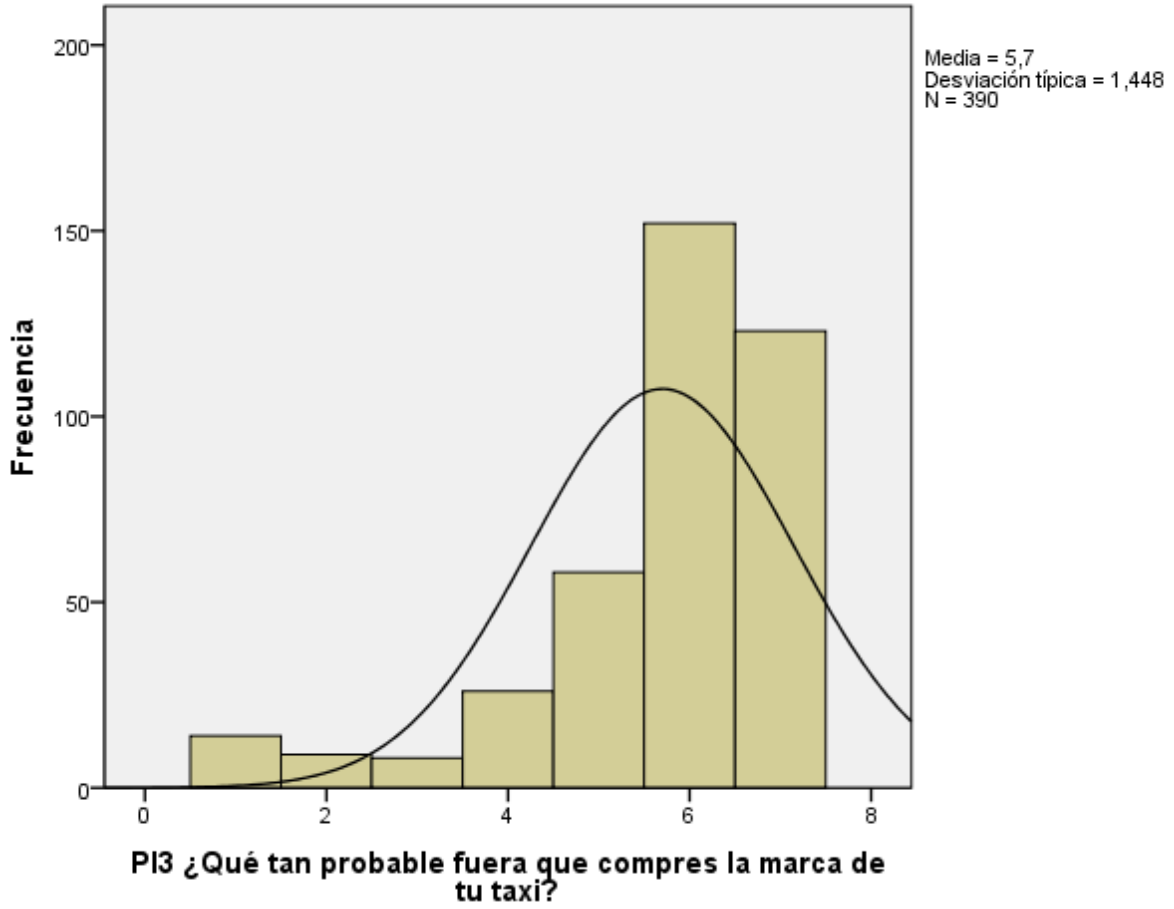
### ICS3 Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro



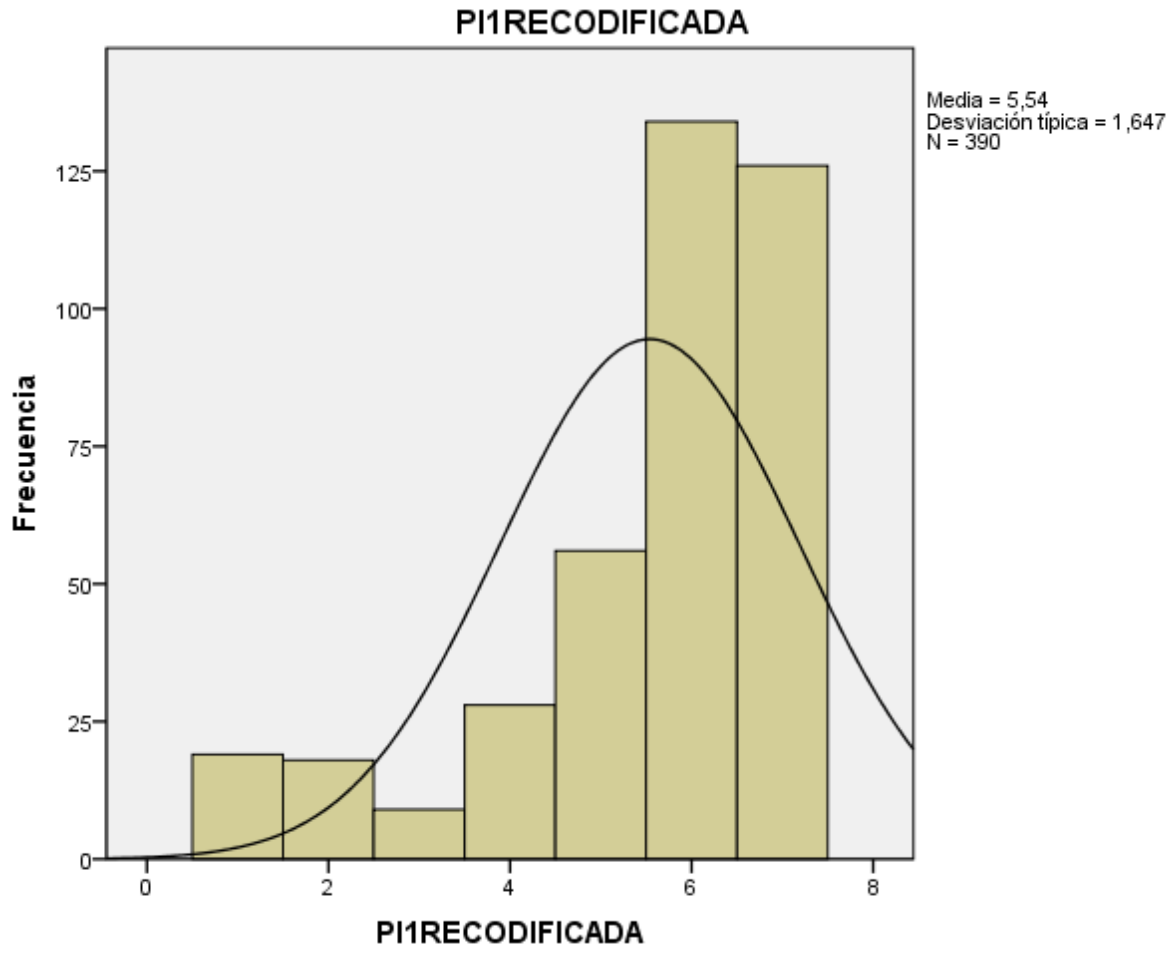
PI2 Seriamente consideraría comprar la marca



**PI3 ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?**







**Anexo 15.***Tablas de contingencia y pruebas de chi-cuadrado***Es un modelo moderno y atractivo****Tabla de contingencia**

|           |             |             | Es un modelo moderno y atractivo |      |       |       |       |      |
|-----------|-------------|-------------|----------------------------------|------|-------|-------|-------|------|
|           |             |             | 1                                | 2    | 3     | 4     | 5     | 6    |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 7                                | 3    | 10    | 19    | 33    | 36   |
|           |             | % del total | 1,8%                             | ,8%  | 2,6%  | 4,9%  | 8,5%  | 9,2% |
| Quito     | Recuento    | 0           | 1                                | 2    | 14    | 10    | 77    |      |
|           | % del total | ,0%         | ,3%                              | ,5%  | 3,6%  | 2,6%  | 19,7% |      |
| Guayaquil | Recuento    | 10          | 13                               | 8    | 19    | 36    | 29    |      |
|           | % del total | 2,6%        | 3,3%                             | 2,1% | 4,9%  | 9,2%  | 7,4%  |      |
| Total     | Recuento    | 17          | 17                               | 20   | 52    | 79    | 142   |      |
|           | % del total | 4,4%        | 4,4%                             | 5,1% | 13,3% | 20,3% | 36,4% |      |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es un modelo moderno y atractivo | Total  |
|--------|-------------|-------------|----------------------------------|--------|
|        |             |             | 7                                |        |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 22                               | 130    |
|        |             | % del total | 5,6%                             | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 26                               | 130    |
|        |             | % del total | 6,7%                             | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 15                               | 130    |
|        |             | % del total | 3,8%                             | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 63                               | 390    |
|        | % del total |             | 16,2%                            | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 76,772 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 83,744              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 5,525               | 1  | ,019                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.  
La frecuencia mínima esperada es 5,67.

**Es seguro**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es seguro |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-----------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1         | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 3         | 5    | 2    | 7    | 54    | 41    |
|        |           | % del total | ,8%       | 1,3% | ,5%  | 1,8% | 13,8% | 10,5% |
|        | Quito     | Recuento    | 0         | 0    | 3    | 3    | 57    | 67    |
|        |           | % del total | ,0%       | ,0%  | ,8%  | ,8%  | 14,6% | 17,2% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3         | 7    | 6    | 15   | 39    | 49    |
|        |           | % del total | ,8%       | 1,8% | 1,5% | 3,8% | 10,0% | 12,6% |
| Total  |           | Recuento    | 6         | 12   | 11   | 25   | 150   | 157   |
|        |           | % del total | 1,5%      | 3,1% | 2,8% | 6,4% | 38,5% | 40,3% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es seguro | Total  |
|--------|-----------|-------------|-----------|--------|
|        |           |             | 7         |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 18        | 130    |
|        |           | % del total | 4,6%      | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0         | 130    |
|        |           | % del total | ,0%       | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 11        | 130    |
|        |           | % del total | 2,8%      | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 29        | 390    |
|        |           | % del total | 7,4%      | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 48,355 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 62,011              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,273               | 1  | ,132                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

### Tabla de contingencia

|        |           |             | Es práctico |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1           | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 2           | 1    | 1    | 8    | 22    | 70    |
|        |           | % del total | ,5%         | ,3%  | ,3%  | 2,1% | 5,6%  | 17,9% |
|        | Quito     | Recuento    | 0           | 10   | 1    | 11   | 28    | 66    |
|        |           | % del total | ,0%         | 2,6% | ,3%  | 2,8% | 7,2%  | 16,9% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3           | 7    | 7    | 10   | 34    | 48    |
|        |           | % del total | ,8%         | 1,8% | 1,8% | 2,6% | 8,7%  | 12,3% |
| Total  |           | Recuento    | 5           | 18   | 9    | 29   | 84    | 184   |
|        |           | % del total | 1,3%        | 4,6% | 2,3% | 7,4% | 21,5% | 47,2% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es práctico | Total  |
|--------|-------------|-------------|-------------|--------|
|        |             |             | 7           |        |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 26          | 130    |
|        |             | % del total | 6,7%        | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 14          | 130    |
|        |             | % del total | 3,6%        | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 21          | 130    |
|        |             | % del total | 5,4%        | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 61          | 390    |
|        | % del total |             | 15,6%       | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 28,906 <sup>a</sup> | 12 | ,004                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 31,940              | 12 | ,001                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 10,689              | 1  | ,001                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

## Tiene la última tecnología

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Tiene la última tecnología |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|----------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                          | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 11                         | 10   | 7    | 8    | 33    | 37    |
|        |           | % del total | 2,8%                       | 2,6% | 1,8% | 2,1% | 8,5%  | 9,5%  |
|        | Quito     | Recuento    | 4                          | 5    | 1    | 1    | 29    | 29    |
|        |           | % del total | 1,0%                       | 1,3% | ,3%  | ,3%  | 7,4%  | 7,4%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3                          | 16   | 11   | 20   | 22    | 30    |
|        |           | % del total | ,8%                        | 4,1% | 2,8% | 5,1% | 5,6%  | 7,7%  |
| Total  |           | Recuento    | 18                         | 31   | 19   | 29   | 84    | 96    |
|        |           | % del total | 4,6%                       | 7,9% | 4,9% | 7,4% | 21,5% | 24,6% |



**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Tiene la última tecnología |        |
|--------|-------------|-------------|----------------------------|--------|
|        |             |             | 7                          | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 24                         | 130    |
|        |             | % del total | 6,2%                       | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 61                         | 130    |
|        |             | % del total | 15,6%                      | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 28                         | 130    |
|        |             | % del total | 7,2%                       | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 113                        | 390    |
|        | % del total |             | 29,0%                      | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |            | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de         | 64,603 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de         | 67,383              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal | por lineal | ,031                | 1  | ,860                        |
| N de casos válidos           |            | 390                 |    |                             |

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,00.

## Es espacioso

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es espacioso |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|--------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1            | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1            | 4    | 3    | 7    | 40    | 39    |
|        |           | % del total | ,3%          | 1,0% | ,8%  | 1,8% | 10,3% | 10,0% |
|        | Quito     | Recuento    | 4            | 10   | 7    | 16   | 12    | 39    |
|        |           | % del total | 1,0%         | 2,6% | 1,8% | 4,1% | 3,1%  | 10,0% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 6            | 5    | 8    | 14   | 24    | 42    |
|        |           | % del total | 1,5%         | 1,3% | 2,1% | 3,6% | 6,2%  | 10,8% |
| Total  |           | Recuento    | 11           | 19   | 18   | 37   | 76    | 120   |
|        |           | % del total | 2,8%         | 4,9% | 4,6% | 9,5% | 19,5% | 30,8% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es espacioso |        |
|--------|-------------|-------------|--------------|--------|
|        |             |             | 7            | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 36           | 130    |
|        |             | % del total | 9,2%         | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 42           | 130    |
|        |             | % del total | 10,8%        | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 31           | 130    |
|        |             | % del total | 7,9%         | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 109          | 390    |
|        | % del total |             | 27,9%        | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 30,071 <sup>a</sup> | 12 | ,003                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 31,483              | 12 | ,002                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 3,505               | 1  | ,061                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 3 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,67.

## Es económico

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es económico |     |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|--------------|-----|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1            | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0            | 1   | 3    | 7    | 19    | 62    |
|               | % del total |  | ,0%          | ,3% | ,8%  | 1,8% | 4,9%  | 15,9% |
| Quito         | Recuento    |  | 0            | 0   | 0    | 9    | 25    | 88    |
|               | % del total |  | ,0%          | ,0% | ,0%  | 2,3% | 6,4%  | 22,6% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3            | 2   | 5    | 12   | 47    | 44    |
|               | % del total |  | ,8%          | ,5% | 1,3% | 3,1% | 12,1% | 11,3% |
| Total         | Recuento    |  | 3            | 3   | 8    | 28   | 91    | 194   |
|               | % del total |  | ,8%          | ,8% | 2,1% | 7,2% | 23,3% | 49,7% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es<br>económico |        |
|--------|-------------|-------------|-----------------|--------|
|        |             |             | 7               | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 38              | 130    |
|        |             | % del total | 9,7%            | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 8               | 130    |
|        |             | % del total | 2,1%            | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 17              | 130    |
|        |             | % del total | 4,4%            | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 63              | 390    |
|        | % del total |             | 16,2%           | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                    |     | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|--------------------|-----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado       | de  | 66,142 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Pearson            |     |                     |    |                                   |
| Razón              | de  | 68,988              | 12 | ,000                              |
| verosimilitudes    |     |                     |    |                                   |
| Asociación lineal  | por | 25,483              | 1  | ,000                              |
| lineal             |     |                     |    |                                   |
| N de casos válidos |     | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

## Tiene buena potencia

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Tiene buena potencia |     |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|----------------------|-----|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1                    | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0                    | 0   | 1    | 9    | 29    | 52    |
|               | % del total |  | ,0%                  | ,0% | ,3%  | 2,3% | 7,4%  | 13,3% |
| Quito         | Recuento    |  | 0                    | 0   | 8    | 3    | 38    | 33    |
|               | % del total |  | ,0%                  | ,0% | 2,1% | ,8%  | 9,7%  | 8,5%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3                    | 2   | 3    | 16   | 28    | 48    |
|               | % del total |  | ,8%                  | ,5% | ,8%  | 4,1% | 7,2%  | 12,3% |
| Total         | Recuento    |  | 3                    | 2   | 12   | 28   | 95    | 133   |
|               | % del total |  | ,8%                  | ,5% | 3,1% | 7,2% | 24,4% | 34,1% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Tiene buena potencia |        |
|--------|-----------|-------------|----------------------|--------|
|        |           |             | 7                    | Total  |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 39                   | 130    |
|        |           | % del total | 10,0%                | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 48                   | 130    |
|        |           | % del total | 12,3%                | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 30                   | 130    |
|        |           | % del total | 7,7%                 | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 117                  | 390    |
|        |           | % del total | 30,0%                | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 36,167 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de | 38,148              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal |    | 7,530               | 1  | ,006                        |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                             |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

## Tiene la mejor calidad

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Tiene la mejor calidad |      |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|------------------------|------|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1                      | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 1                      | 1    | 4    | 16   | 23    | 49    |
|               | % del total |  | ,3%                    | ,3%  | 1,0% | 4,1% | 5,9%  | 12,6% |
| Quito         | Recuento    |  | 0                      | 0    | 2    | 4    | 24    | 76    |
|               | % del total |  | ,0%                    | ,0%  | ,5%  | 1,0% | 6,2%  | 19,5% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3                      | 6    | 4    | 13   | 22    | 51    |
|               | % del total |  | ,8%                    | 1,5% | 1,0% | 3,3% | 5,6%  | 13,1% |
| Total         | Recuento    |  | 4                      | 7    | 10   | 33   | 69    | 176   |
|               | % del total |  | 1,0%                   | 1,8% | 2,6% | 8,5% | 17,7% | 45,1% |



**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Tiene la mejor calidad | Total  |
|--------|-----------|-------------|------------------------|--------|
|        |           |             | 7                      |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 36                     | 130    |
|        |           | % del total | 9,2%                   | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 24                     | 130    |
|        |           | % del total | 6,2%                   | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 31                     | 130    |
|        |           | % del total | 7,9%                   | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 91                     | 390    |
|        |           | % del total | 23,3%                  | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 30,447 <sup>a</sup> | 12 | ,002                        |
| Razón de verosimilitudes     | de | 32,986              | 12 | ,001                        |
| Asociación lineal por lineal |    | 2,110               | 1  | ,146                        |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                             |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

## Tiene buen servicio post-venta

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Tiene buen servicio post-venta |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|--------------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                              | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1                              | 1    | 1    | 9    | 35    | 39    |
|        |           | % del total | ,3%                            | ,3%  | ,3%  | 2,3% | 9,0%  | 10,0% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                              | 0    | 3    | 3    | 15    | 75    |
|        |           | % del total | ,0%                            | ,0%  | ,8%  | ,8%  | 3,8%  | 19,2% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 2                              | 4    | 3    | 17   | 22    | 42    |
|        |           | % del total | ,5%                            | 1,0% | ,8%  | 4,4% | 5,6%  | 10,8% |
| Total  |           | Recuento    | 3                              | 5    | 7    | 29   | 72    | 156   |
|        |           | % del total | ,8%                            | 1,3% | 1,8% | 7,4% | 18,5% | 40,0% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Tiene buen servicio post-venta |        |
|--------|-------------|-------------|--------------------------------|--------|
|        |             |             | 7                              | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 44                             | 130    |
|        |             | % del total | 11,3%                          | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 34                             | 130    |
|        |             | % del total | 8,7%                           | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 40                             | 130    |
|        |             | % del total | 10,3%                          | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 118                            | 390    |
|        | % del total |             | 30,3%                          | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |            | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de         | 43,767 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de         | 45,305              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal | por lineal | 2,629               | 1  | ,105                        |
| N de casos válidos           |            | 390                 |    |                             |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

## Tiene buen precio de reventa

**Tabla de contingencia**

|           |             |             | Tiene buen precio de reventa |      |      |       |       |       |
|-----------|-------------|-------------|------------------------------|------|------|-------|-------|-------|
|           |             |             | 1                            | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 13                           | 6    | 0    | 8     | 30    | 45    |
|           |             | % del total | 3,3%                         | 1,5% | ,0%  | 2,1%  | 7,7%  | 11,5% |
| Quito     | Recuento    | 1           | 7                            | 2    | 9    | 31    | 58    |       |
|           | % del total | ,3%         | 1,8%                         | ,5%  | 2,3% | 7,9%  | 14,9% |       |
| Guayaquil | Recuento    | 7           | 17                           | 8    | 19   | 22    | 40    |       |
|           | % del total | 1,8%        | 4,4%                         | 2,1% | 4,9% | 5,6%  | 10,3% |       |
| Total     | Recuento    | 21          | 30                           | 10   | 36   | 83    | 143   |       |
|           | % del total | 5,4%        | 7,7%                         | 2,6% | 9,2% | 21,3% | 36,7% |       |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Tiene buen precio de reventa |        |
|--------|-------------|-------------|------------------------------|--------|
|        |             |             | 7                            | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 28                           | 130    |
|        |             | % del total | 7,2%                         | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 22                           | 130    |
|        |             | % del total | 5,6%                         | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 17                           | 130    |
|        |             | % del total | 4,4%                         | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 67                           | 390    |
|        | % del total |             | 17,2%                        | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |     | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|-----|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de  | 42,350 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de  | 44,984              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal | por | 5,461               | 1  | ,019                        |
| N de casos válidos           |     | 390                 |    |                             |

a. 3 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,33.

## Es maniobrable

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es maniobrable |      |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|----------------|------|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1              | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0              | 0    | 1    | 1    | 49    | 49    |
|               | % del total |  | ,0%            | ,0%  | ,3%  | ,3%  | 12,6% | 12,6% |
| Quito         | Recuento    |  | 0              | 7    | 6    | 8    | 24    | 74    |
|               | % del total |  | ,0%            | 1,8% | 1,5% | 2,1% | 6,2%  | 19,0% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 2              | 4    | 4    | 14   | 43    | 47    |
|               | % del total |  | ,5%            | 1,0% | 1,0% | 3,6% | 11,0% | 12,1% |
| Total         | Recuento    |  | 2              | 11   | 11   | 23   | 116   | 170   |
|               | % del total |  | ,5%            | 2,8% | 2,8% | 5,9% | 29,7% | 43,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es maniobrable |        |
|--------|-------------|-------------|----------------|--------|
|        |             |             | 7              | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 30             | 130    |
|        |             | % del total | 7,7%           | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 11             | 130    |
|        |             | % del total | 2,8%           | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 16             | 130    |
|        |             | % del total | 4,1%           | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 57             | 390    |
|        | % del total |             | 14,6%          | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 52,234 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de | 58,625              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal |    | 14,376              | 1  | ,000                        |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                             |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

## Tiene un diseño bien pensado

**Tabla de contingencia**

|           |        |             | Tiene un diseño bien pensado |      |      |       |       |       |
|-----------|--------|-------------|------------------------------|------|------|-------|-------|-------|
|           |        |             | 1                            | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca | Recuento    | 0                            | 2    | 1    | 14    | 29    | 63    |
|           |        | % del total | ,0%                          | ,5%  | ,3%  | 3,6%  | 7,4%  | 16,2% |
| Quito     |        | Recuento    | 0                            | 0    | 5    | 17    | 43    | 43    |
|           |        | % del total | ,0%                          | ,0%  | 1,3% | 4,4%  | 11,0% | 11,0% |
| Guayaquil |        | Recuento    | 2                            | 4    | 7    | 14    | 40    | 44    |
|           |        | % del total | ,5%                          | 1,0% | 1,8% | 3,6%  | 10,3% | 11,3% |
| Total     |        | Recuento    | 2                            | 6    | 13   | 45    | 112   | 150   |
|           |        | % del total | ,5%                          | 1,5% | 3,3% | 11,5% | 28,7% | 38,5% |



**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Tiene un<br>diseño bien<br>pensado |        |
|--------|-------------|-------------|------------------------------------|--------|
|        |             |             | 7                                  | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 21                                 | 130    |
|        |             | % del total | 5,4%                               | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 22                                 | 130    |
|        |             | % del total | 5,6%                               | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 19                                 | 130    |
|        |             | % del total | 4,9%                               | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 62                                 | 390    |
|        | % del total |             | 15,9%                              | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |     | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|-----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de  | 20,924 <sup>a</sup> | 12 | ,052                              |
| Razón de verosimilitudes     | de  | 23,694              | 12 | ,022                              |
| Asociación lineal por lineal | por | 7,175               | 1  | ,007                              |
| N de casos válidos           |     | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Es cómodo**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Es cómodo |      |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|-----------|------|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1         | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0         | 1    | 1    | 8    | 20    | 68    |
|           |          | % del total | ,0%       | ,3%  | ,3%  | 2,1% | 5,1%  | 17,4% |
| Quito     | Recuento | 0           | 2         | 2    | 7    | 37   | 46    |       |
|           |          | % del total | ,0%       | ,5%  | ,5%  | 1,8% | 9,5%  | 11,8% |
| Guayaquil | Recuento | 2           | 1         | 8    | 15   | 29   | 51    |       |
|           |          | % del total | ,5%       | ,3%  | 2,1% | 3,8% | 7,4%  | 13,1% |
| Total     | Recuento | 2           | 4         | 11   | 30   | 86   | 165   |       |
|           |          | % del total | ,5%       | 1,0% | 2,8% | 7,7% | 22,1% | 42,3% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es cómodo | Total  |
|--------|-------------|-------------|-----------|--------|
|        |             |             | 7         |        |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 32        | 130    |
|        |             | % del total | 8,2%      | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 36        | 130    |
|        |             | % del total | 9,2%      | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 24        | 130    |
|        |             | % del total | 6,2%      | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 92        | 390    |
|        | % del total |             | 23,6%     | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 28,436 <sup>a</sup> | 12 | ,005                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 28,296              | 12 | ,005                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 12,025              | 1  | ,001                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

## Es Fiable

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es Fiable |     |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|-----------|-----|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1         | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0         | 0   | 0    | 6    | 40    | 59    |
|               | % del total |  | ,0%       | ,0% | ,0%  | 1,5% | 10,3% | 15,1% |
| Quito         | Recuento    |  | 4         | 0   | 2    | 3    | 29    | 65    |
|               | % del total |  | 1,0%      | ,0% | ,5%  | ,8%  | 7,4%  | 16,7% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 2         | 2   | 3    | 15   | 26    | 50    |
|               | % del total |  | ,5%       | ,5% | ,8%  | 3,8% | 6,7%  | 12,8% |
| Total         | Recuento    |  | 6         | 2   | 5    | 24   | 95    | 174   |
|               | % del total |  | 1,5%      | ,5% | 1,3% | 6,2% | 24,4% | 44,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Es Fiable |        |
|--------|-------------|-------------|-----------|--------|
|        |             |             | 7         | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 25        | 130    |
|        |             | % del total | 6,4%      | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 27        | 130    |
|        |             | % del total | 6,9%      | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 32        | 130    |
|        |             | % del total | 8,2%      | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 84        | 390    |
|        | % del total |             | 21,5%     | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 26,876 <sup>a</sup> | 12 | ,008                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 29,955              | 12 | ,003                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 1,834               | 1  | ,176                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Tiene todas las prestaciones necesarias**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Tiene todas las prestaciones necesarias |     |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|---|-----|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                                       | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 1                                       | 0   | 1    | 6    | 31    | 32    |
|           |          | % del total | ,3%                                     | ,0% | ,3%  | 1,5% | 7,9%  | 8,2%  |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                                       | 0   | 9    | 15   | 76    |       |
|           |          | % del total | ,0%                                     | ,0% | ,0%  | 2,3% | 3,8%  | 19,5% |
| Guayaquil | Recuento | 2           | 1                                       | 7   | 11   | 20   | 36    |       |
|           |          | % del total | ,5%                                     | ,3% | 1,8% | 2,8% | 5,1%  | 9,2%  |
| Total     | Recuento | 3           | 1                                       | 8   | 26   | 66   | 144   |       |
|           |          | % del total | ,8%                                     | ,3% | 2,1% | 6,7% | 16,9% | 36,9% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Tiene todas las prestaciones necesarias |        |
|--------|-------------|-------------|---|--------|
|        |             |             | 7                                       | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 59                                      | 130    |
|        |             | % del total | 15,1%                                   | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 30                                      | 130    |
|        |             | % del total | 7,7%                                    | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 53                                      | 130    |
|        |             | % del total | 13,6%                                   | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 142                                     | 390    |
|        | % del total |             | 36,4%                                   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 56,871 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 57,801              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 3,232               | 1  | ,072                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

**Es refinado**



**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es refinado |      |      |       |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------|------|------|-------|-------|-------|
|        |           |             | 1           | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0           | 2    | 1    | 5     | 27    | 71    |
|        |           | % del total | ,0%         | ,5%  | ,3%  | 1,3%  | 6,9%  | 18,2% |
|        | Quito     | Recuento    | 0           | 1    | 15   | 12    | 29    | 72    |
|        |           | % del total | ,0%         | ,3%  | 3,8% | 3,1%  | 7,4%  | 18,5% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 5           | 3    | 10   | 28    | 41    | 36    |
|        |           | % del total | 1,3%        | ,8%  | 2,6% | 7,2%  | 10,5% | 9,2%  |
| Total  |           | Recuento    | 5           | 6    | 26   | 45    | 97    | 179   |
|        |           | % del total | 1,3%        | 1,5% | 6,7% | 11,5% | 24,9% | 45,9% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es refinado | Total  |
|--------|-----------|-------------|-------------|--------|
|        |           |             | 7           |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 24          | 130    |
|        |           | % del total | 6,2%        | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 1           | 130    |
|        |           | % del total | ,3%         | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 7           | 130    |
|        |           | % del total | 1,8%        | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 32          | 390    |
|        |           | % del total | 8,2%        | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 85,472 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 92,738              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 47,252              | 1  | ,000                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

**Es atractivo**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es atractivo |      |      |       |       |       |
|--------|-----------|-------------|--------------|------|------|-------|-------|-------|
|        |           |             | 1            | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1            | 5    | 3    | 23    | 32    | 42    |
|        |           | % del total | ,3%          | 1,3% | ,8%  | 5,9%  | 8,2%  | 10,8% |
|        | Quito     | Recuento    | 5            | 12   | 9    | 3     | 62    | 30    |
|        |           | % del total | 1,3%         | 3,1% | 2,3% | ,8%   | 15,9% | 7,7%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4            | 10   | 13   | 21    | 39    | 26    |
|        |           | % del total | 1,0%         | 2,6% | 3,3% | 5,4%  | 10,0% | 6,7%  |
| Total  |           | Recuento    | 10           | 27   | 25   | 47    | 133   | 98    |
|        |           | % del total | 2,6%         | 6,9% | 6,4% | 12,1% | 34,1% | 25,1% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es atractivo | Total  |
|--------|-----------|-------------|--------------|--------|
|        |           |             | 7            |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 24           | 130    |
|        |           | % del total | 6,2%         | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 9            | 130    |
|        |           | % del total | 2,3%         | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 17           | 130    |
|        |           | % del total | 4,4%         | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 50           | 390    |
|        |           | % del total | 12,8%        | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 49,176 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 55,050              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 9,936               | 1  | ,002                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 3 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,33.

**Está bien diseñado**

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Está bien diseñado |      |      |       |       |       |
|---------------|-------------|--|--------------------|------|------|-------|-------|-------|
|               |             |  | 1                  | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 2                  | 1    | 3    | 11    | 36    | 44    |
|               | % del total |  | ,5%                | ,3%  | ,8%  | 2,8%  | 9,2%  | 11,3% |
| Quito         | Recuento    |  | 0                  | 6    | 11   | 10    | 16    | 58    |
|               | % del total |  | ,0%                | 1,5% | 2,8% | 2,6%  | 4,1%  | 14,9% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 4                  | 0    | 7    | 20    | 29    | 45    |
|               | % del total |  | 1,0%               | ,0%  | 1,8% | 5,1%  | 7,4%  | 11,5% |
| Total         | Recuento    |  | 6                  | 7    | 21   | 41    | 81    | 147   |
|               | % del total |  | 1,5%               | 1,8% | 5,4% | 10,5% | 20,8% | 37,7% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Está bien diseñado | Total  |
|---------------|-------------|--|--------------------|--------|
|               |             |  | 7                  |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 33                 | 130    |
|               | % del total |  | 8,5%               | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 29                 | 130    |
|               | % del total |  | 7,4%               | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 25                 | 130    |
|               | % del total |  | 6,4%               | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 87                 | 390    |
|               | % del total |  | 22,3%              | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 33,090 <sup>a</sup> | 12 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 35,897              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,997               | 1  | ,083                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

**Es accesible**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es accesible |      |      |       |       |       |
|--------|-----------|-------------|--------------|------|------|-------|-------|-------|
|        |           |             | 1            | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0            | 0    | 0    | 8     | 32    | 63    |
|        |           | % del total | ,0%          | ,0%  | ,0%  | 2,1%  | 8,2%  | 16,2% |
|        | Quito     | Recuento    | 0            | 7    | 0    | 19    | 64    | 39    |
|        |           | % del total | ,0%          | 1,8% | ,0%  | 4,9%  | 16,4% | 10,0% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4            | 2    | 8    | 13    | 44    | 43    |
|        |           | % del total | 1,0%         | ,5%  | 2,1% | 3,3%  | 11,3% | 11,0% |
| Total  |           | Recuento    | 4            | 9    | 8    | 40    | 140   | 145   |
|        |           | % del total | 1,0%         | 2,3% | 2,1% | 10,3% | 35,9% | 37,2% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es accesible | Total  |
|--------|-----------|-------------|--------------|--------|
|        |           |             | 7            |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 27           | 130    |
|        |           | % del total | 6,9%         | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 1            | 130    |
|        |           | % del total | ,3%          | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 16           | 130    |
|        |           | % del total | 4,1%         | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 44           | 390    |
|        |           | % del total | 11,3%        | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 78,485 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 89,306              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 21,973              | 1  | ,000                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

**Es confiable**



**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es confiable |      |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|--------------|------|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1            | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0            | 0    | 1    | 7    | 31    | 63    |
|               | % del total |  | ,0%          | ,0%  | ,3%  | 1,8% | 7,9%  | 16,2% |
| Quito         | Recuento    |  | 0            | 5    | 4    | 13   | 15    | 68    |
|               | % del total |  | ,0%          | 1,3% | 1,0% | 3,3% | 3,8%  | 17,4% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3            | 2    | 3    | 17   | 37    | 44    |
|               | % del total |  | ,8%          | ,5%  | ,8%  | 4,4% | 9,5%  | 11,3% |
| Total         | Recuento    |  | 3            | 7    | 8    | 37   | 83    | 175   |
|               | % del total |  | ,8%          | 1,8% | 2,1% | 9,5% | 21,3% | 44,9% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es confiable | Total  |
|---------------|-------------|--|--------------|--------|
|               |             |  | 7            |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 28           | 130    |
|               | % del total |  | 7,2%         | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 25           | 130    |
|               | % del total |  | 6,4%         | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 24           | 130    |
|               | % del total |  | 6,2%         | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 77           | 390    |
|               | % del total |  | 19,7%        | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 32,471 <sup>a</sup> | 12 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 36,204              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 10,180              | 1  | ,001                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

**Es de una marca prestigiosa**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca prestigiosa |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                           | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                           | 1    | 0    | 6    | 31    | 40    |
|        |           | % del total | ,0%                         | ,3%  | ,0%  | 1,5% | 7,9%  | 10,3% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                           | 10   | 1    | 0    | 7     | 49    |
|        |           | % del total | ,0%                         | 2,6% | ,3%  | ,0%  | 1,8%  | 12,6% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4                           | 2    | 4    | 13   | 23    | 41    |
|        |           | % del total | 1,0%                        | ,5%  | 1,0% | 3,3% | 5,9%  | 10,5% |
| Total  |           | Recuento    | 4                           | 13   | 5    | 19   | 61    | 130   |
|        |           | % del total | 1,0%                        | 3,3% | 1,3% | 4,9% | 15,6% | 33,3% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una<br>marca<br>prestigiosa | Total  |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------------|--------|
|        |           |             | 7                                 |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 52                                | 130    |
|        |           | % del total | 13,3%                             | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 63                                | 130    |
|        |           | % del total | 16,2%                             | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 43                                | 130    |
|        |           | % del total | 11,0%                             | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 158                               | 390    |
|        |           | % del total | 40,5%                             | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 57,421 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 65,317              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 6,024               | 1  | ,014                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

### Es deportivo

**Tabla de contingencia**

|           |             |             | Es deportivo |      |       |       |       |       |
|-----------|-------------|-------------|--------------|------|-------|-------|-------|-------|
|           |             |             | 1            | 2    | 3     | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 3            | 7    | 7     | 10    | 38    | 39    |
|           |             | % del total | ,8%          | 1,8% | 1,8%  | 2,6%  | 9,7%  | 10,0% |
| Quito     | Recuento    | 2           | 12           | 6    | 18    | 36    | 53    |       |
|           | % del total | ,5%         | 3,1%         | 1,5% | 4,6%  | 9,2%  | 13,6% |       |
| Guayaquil | Recuento    | 9           | 13           | 9    | 21    | 20    | 40    |       |
|           | % del total | 2,3%        | 3,3%         | 2,3% | 5,4%  | 5,1%  | 10,3% |       |
| Total     | Recuento    | 14          | 32           | 22   | 49    | 94    | 132   |       |
|           | % del total | 3,6%        | 8,2%         | 5,6% | 12,6% | 24,1% | 33,8% |       |

**Tabla de contingencia**

|           |             |             | Es deportivo | Total |
|-----------|-------------|-------------|--------------|-------|
|           |             |             | 7            |       |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 26           | 130   |
|           |             | % del total | 6,7%         | 33,3% |
| Quito     | Recuento    | 3           | 130          |       |
|           | % del total | ,8%         | 33,3%        |       |
| Guayaquil | Recuento    | 18          | 130          |       |
|           | % del total | 4,6%        | 33,3%        |       |
| Total     | Recuento    | 47          | 390          |       |
|           | % del total | 12,1%       | 100,0%       |       |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 39,066 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 43,536              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 8,012               | 1  | ,005                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 3 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,67.

**Es moderno**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es moderno |      |      |       |       |       |
|--------|-----------|-------------|------------|------|------|-------|-------|-------|
|        |           |             | 1          | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 6          | 5    | 12   | 10    | 16    | 56    |
|        |           | % del total | 1,5%       | 1,3% | 3,1% | 2,6%  | 4,1%  | 14,4% |
|        | Quito     | Recuento    | 15         | 2    | 0    | 18    | 24    | 61    |
|        |           | % del total | 3,8%       | ,5%  | ,0%  | 4,6%  | 6,2%  | 15,6% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 9          | 12   | 9    | 12    | 32    | 35    |
|        |           | % del total | 2,3%       | 3,1% | 2,3% | 3,1%  | 8,2%  | 9,0%  |
| Total  |           | Recuento    | 30         | 19   | 21   | 40    | 72    | 152   |
|        |           | % del total | 7,7%       | 4,9% | 5,4% | 10,3% | 18,5% | 39,0% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es moderno | Total  |
|--------|-----------|-------------|------------|--------|
|        |           |             | 7          |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 25         | 130    |
|        |           | % del total | 6,4%       | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 10         | 130    |
|        |           | % del total | 2,6%       | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 21         | 130    |
|        |           | % del total | 5,4%       | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 56         | 390    |
|        |           | % del total | 14,4%      | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 45,569 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 52,948              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 4,373               | 1  | ,037                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.  
La frecuencia mínima esperada es 6,33.

**Le hace sentir seguro de si mismo**



**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Le hace sentir seguro de si mismo |     |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|-----------------------------------|-----|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                                 | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0                                 | 0   | 1    | 13   | 33    | 46    |
|           |          | % del total | ,0%                               | ,0% | ,3%  | 3,3% | 8,5%  | 11,8% |
| Quito     | Recuento | Recuento    | 1                                 | 0   | 0    | 1    | 27    | 98    |
|           |          | % del total | ,3%                               | ,0% | ,0%  | ,3%  | 6,9%  | 25,1% |
| Guayaquil | Recuento | Recuento    | 3                                 | 1   | 5    | 8    | 25    | 51    |
|           |          | % del total | ,8%                               | ,3% | 1,3% | 2,1% | 6,4%  | 13,1% |
| Total     | Recuento | Recuento    | 4                                 | 1   | 6    | 22   | 85    | 195   |
|           |          | % del total | 1,0%                              | ,3% | 1,5% | 5,6% | 21,8% | 50,0% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Le hace sentir seguro de si mismo | Total  |
|-----------|----------|-------------|-----------------------------------|--------|
|           |          |             | 7                                 |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 37                                | 130    |
|           |          | % del total | 9,5%                              | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | Recuento    | 3                                 | 130    |
|           |          | % del total | ,8%                               | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | Recuento    | 37                                | 130    |
|           |          | % del total | 9,5%                              | 33,3%  |
| Total     | Recuento | Recuento    | 77                                | 390    |
|           |          | % del total | 19,7%                             | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 78,982 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 92,930              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,636                | 1  | ,425                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

**Le hace sentir orgulloso**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Le hace sentir orgulloso |     |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|--------------------------|-----|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                        | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1                        | 1   | 1    | 18   | 22    | 55    |
|        |           | % del total | ,3%                      | ,3% | ,3%  | 4,6% | 5,6%  | 14,1% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                        | 0   | 0    | 1    | 36    | 63    |
|        |           | % del total | ,0%                      | ,0% | ,0%  | ,3%  | 9,2%  | 16,2% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3                        | 2   | 4    | 12   | 21    | 50    |
|        |           | % del total | ,8%                      | ,5% | 1,0% | 3,1% | 5,4%  | 12,8% |
| Total  |           | Recuento    | 4                        | 3   | 5    | 31   | 79    | 168   |
|        |           | % del total | 1,0%                     | ,8% | 1,3% | 7,9% | 20,3% | 43,1% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Le hace sentir orgulloso | Total  |
|--------|-----------|-------------|--------------------------|--------|
|        |           |             | 7                        |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 32                       | 130    |
|        |           | % del total | 8,2%                     | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 30                       | 130    |
|        |           | % del total | 7,7%                     | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 38                       | 130    |
|        |           | % del total | 9,7%                     | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 100                      | 390    |
|        |           | % del total | 25,6%                    | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 33,005 <sup>a</sup> | 12 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 39,590              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,050                | 1  | ,823                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

### Le hace sentir optimista

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Le hace sentir optimista |     |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|-----|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                        | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0                        | 0   | 1    | 11   | 32    | 45    |
|           |          | % del total | ,0%                      | ,0% | ,3%  | 2,8% | 8,2%  | 11,5% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                        | 1   | 0    | 4    | 86    |       |
|           |          | % del total | ,0%                      | ,0% | ,3%  | ,0%  | 1,0%  | 22,1% |
| Guayaquil | Recuento | 3           | 1                        | 4   | 12   | 23   | 38    |       |
|           |          | % del total | ,8%                      | ,3% | 1,0% | 3,1% | 5,9%  | 9,7%  |
| Total     | Recuento | 3           | 1                        | 6   | 23   | 59   | 169   |       |
|           |          | % del total | ,8%                      | ,3% | 1,5% | 5,9% | 15,1% | 43,3% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Le hace sentir optimista | Total  |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|--------|
|           |          |             | 7                        |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 41                       | 130    |
|           |          | % del total | 10,5%                    | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 39          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 10,0%                    | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 49          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 12,6%                    | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 129         | 390                      |        |
|           |          | % del total | 33,1%                    | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 68,517 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 79,782              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,596                | 1  | ,440                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

**Es elegante**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es elegante |      |      |       |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------|------|------|-------|-------|-------|
|        |           |             | 1           | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 2           | 3    | 2    | 14    | 48    | 39    |
|        |           | % del total | ,5%         | ,8%  | ,5%  | 3,6%  | 12,3% | 10,0% |
|        | Quito     | Recuento    | 0           | 11   | 0    | 13    | 32    | 55    |
|        |           | % del total | ,0%         | 2,8% | ,0%  | 3,3%  | 8,2%  | 14,1% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4           | 4    | 11   | 17    | 45    | 30    |
|        |           | % del total | 1,0%        | 1,0% | 2,8% | 4,4%  | 11,5% | 7,7%  |
| Total  |           | Recuento    | 6           | 18   | 13   | 44    | 125   | 124   |
|        |           | % del total | 1,5%        | 4,6% | 3,3% | 11,3% | 32,1% | 31,8% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es elegante | Total  |
|--------|-----------|-------------|-------------|--------|
|        |           |             | 7           |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 22          | 130    |
|        |           | % del total | 5,6%        | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 19          | 130    |
|        |           | % del total | 4,9%        | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 19          | 130    |
|        |           | % del total | 4,9%        | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 60          | 390    |
|        |           | % del total | 15,4%       | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 38,300 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 41,034              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 4,760               | 1  | ,029                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

### Le da confianza



**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Le da confianza |      |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|-----------------|------|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1               | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0               | 1    | 0    | 9    | 42    | 51    |
|               | % del total |  | ,0%             | ,3%  | ,0%  | 2,3% | 10,8% | 13,1% |
| Quito         | Recuento    |  | 0               | 1    | 10   | 13   | 31    | 59    |
|               | % del total |  | ,0%             | ,3%  | 2,6% | 3,3% | 7,9%  | 15,1% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3               | 3    | 4    | 13   | 43    | 40    |
|               | % del total |  | ,8%             | ,8%  | 1,0% | 3,3% | 11,0% | 10,3% |
| Total         | Recuento    |  | 3               | 5    | 14   | 35   | 116   | 150   |
|               | % del total |  | ,8%             | 1,3% | 3,6% | 9,0% | 29,7% | 38,5% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Le da confianza | Total  |
|---------------|-------------|--|-----------------|--------|
|               |             |  | 7               |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 27              | 130    |
|               | % del total |  | 6,9%            | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 16              | 130    |
|               | % del total |  | 4,1%            | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 24              | 130    |
|               | % del total |  | 6,2%            | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 67              | 390    |
|               | % del total |  | 17,2%           | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 28,200 <sup>a</sup> | 12 | ,005                              |
| Razón de verosimilitudes     | 32,149              | 12 | ,001                              |
| Asociación lineal por lineal | 6,538               | 1  | ,011                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

**Es diseñado para cubrir sus necesidades**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Es diseñado para cubrir sus necesidades |     |      |       |       |       |
|-----------|----------|-------------|---|-----|------|-------|-------|-------|
|           |          |             | 1                                       | 2   | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0                                       | 1   | 3    | 10    | 26    | 43    |
|           |          | % del total | ,0%                                     | ,3% | ,8%  | 2,6%  | 6,7%  | 11,0% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                                       | 1   | 16   | 8     | 73    |       |
|           |          | % del total | ,0%                                     | ,0% | ,3%  | 4,1%  | 2,1%  | 18,7% |
| Guayaquil | Recuento | 3           | 0                                       | 2   | 18   | 25    | 56    |       |
|           |          | % del total | ,8%                                     | ,0% | ,5%  | 4,6%  | 6,4%  | 14,4% |
| Total     | Recuento | 3           | 1                                       | 6   | 44   | 59    | 172   |       |
|           |          | % del total | ,8%                                     | ,3% | 1,5% | 11,3% | 15,1% | 44,1% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Es diseñado para cubrir sus necesidades | Total  |
|-----------|----------|-------------|---|--------|
|           |          |             | 7                                       |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 47                                      | 130    |
|           |          | % del total | 12,1%                                   | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 32          | 130                                     |        |
|           |          | % del total | 8,2%                                    | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 26          | 130                                     |        |
|           |          | % del total | 6,7%                                    | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 105         | 390                                     |        |
|           |          | % del total | 26,9%                                   | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 36,351 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 38,868              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 6,176               | 1  | ,013                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

**Es de una marca prestigiosa**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca prestigiosa |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                           | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                           | 1    | 0    | 6    | 31    | 40    |
|        |           | % del total | ,0%                         | ,3%  | ,0%  | 1,5% | 7,9%  | 10,3% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                           | 10   | 1    | 0    | 7     | 49    |
|        |           | % del total | ,0%                         | 2,6% | ,3%  | ,0%  | 1,8%  | 12,6% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4                           | 2    | 4    | 13   | 23    | 41    |
|        |           | % del total | 1,0%                        | ,5%  | 1,0% | 3,3% | 5,9%  | 10,5% |
| Total  |           | Recuento    | 4                           | 13   | 5    | 19   | 61    | 130   |
|        |           | % del total | 1,0%                        | 3,3% | 1,3% | 4,9% | 15,6% | 33,3% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una<br>marca<br>prestigiosa | Total  |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------------|--------|
|        |           |             | 7                                 |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 52                                | 130    |
|        |           | % del total | 13,3%                             | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 63                                | 130    |
|        |           | % del total | 16,2%                             | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 43                                | 130    |
|        |           | % del total | 11,0%                             | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 158                               | 390    |
|        |           | % del total | 40,5%                             | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 57,421 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 65,317              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 6,024               | 1  | ,014                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

**Es de una marca que tiene un alto estatus**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca que tiene un alto estatus |      |     |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|---|------|-----|------|-------|-------|
|        |           |             | 1   | 2    | 3   | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0   | 0    | 0   | 4    | 23    | 63    |
|        |           | % del total | ,0%                                       | ,0%  | ,0% | 1,0% | 5,9%  | 16,2% |
|        | Quito     | Recuento    | 0   | 0    | 1   | 17   | 3     | 63    |
|        |           | % del total | ,0%                                       | ,0%  | ,3% | 4,4% | ,8%   | 16,2% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3   | 4    | 1   | 12   | 23    | 44    |
|        |           | % del total | ,8%                                       | 1,0% | ,3% | 3,1% | 5,9%  | 11,3% |
| Total  |           | Recuento    | 3   | 4    | 2   | 33   | 49    | 170   |
|        |           | % del total | ,8%                                       | 1,0% | ,5% | 8,5% | 12,6% | 43,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca que tiene un alto estatus | Total  |
|--------|-----------|-------------|---|--------|
|        |           |             | 7   |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 40  | 130    |
|        |           | % del total | 10,3%                                     | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 46  | 130    |
|        |           | % del total | 11,8%                                     | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 43  | 130    |
|        |           | % del total | 11,0%                                     | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 129                                       | 390    |
|        |           | % del total | 33,1%                                     | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 43,810 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 51,976              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 7,098               | 1  | ,008                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Es de una marca muy exclusiva**



**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca muy exclusiva |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                             | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                             | 1    | 6    | 9    | 33    | 38    |
|        |           | % del total | ,0%                           | ,3%  | 1,5% | 2,3% | 8,5%  | 9,7%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0                             | 0    | 0    | 1    | 11    | 70    |
|        |           | % del total | ,0%                           | ,0%  | ,0%  | ,3%  | 2,8%  | 17,9% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 5                             | 6    | 6    | 11   | 16    | 41    |
|        |           | % del total | 1,3%                          | 1,5% | 1,5% | 2,8% | 4,1%  | 10,5% |
| Total  |           | Recuento    | 5                             | 7    | 12   | 21   | 60    | 149   |
|        |           | % del total | 1,3%                          | 1,8% | 3,1% | 5,4% | 15,4% | 38,2% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una<br>marca muy<br>exclusiva | Total  |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------------|--------|
|        |           |             | 7                                   |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 43                                  | 130    |
|        |           | % del total | 11,0%                               | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 48                                  | 130    |
|        |           | % del total | 12,3%                               | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 45                                  | 130    |
|        |           | % del total | 11,5%                               | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 136                                 | 390    |
|        |           | % del total | 34,9%                               | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 59,014 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 65,938              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,182               | 1  | ,140                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

**Es de una marca de muy alta calidad**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca de muy alta calidad |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                                   | 2    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                                   | 0    | 0    | 45    | 28    |
|        |           | % del total | ,0%                                 | ,0%  | ,0%  | 11,5% | 7,2%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0                                   | 0    | 7    | 26    | 47    |
|        |           | % del total | ,0%                                 | ,0%  | 1,8% | 6,7%  | 12,1% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 3                                   | 4    | 15   | 18    | 33    |
|        |           | % del total | ,8%                                 | 1,0% | 3,8% | 4,6%  | 8,5%  |
| Total  |           | Recuento    | 3                                   | 4    | 22   | 89    | 108   |
|        |           | % del total | ,8%                                 | 1,0% | 5,6% | 22,8% | 27,7% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Es de una marca de muy alta calidad | Total  |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------------|--------|
|        |           |             | 7                                   |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 57                                  | 130    |
|        |           | % del total | 14,6%                               | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 50                                  | 130    |
|        |           | % del total | 12,8%                               | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 57                                  | 130    |
|        |           | % del total | 14,6%                               | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 164                                 | 390    |
|        |           | % del total | 42,1%                               | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 48,316 <sup>a</sup> | 10 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 54,701              | 10 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 3,603               | 1  | ,058                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

**En términos de calidad general, clasificaría esta marca como**

**Tabla de contingencia**

|           |        |             | En términos de calidad general, clasificaría esta marca como |     |     |      |      |       |
|-----------|--------|-------------|--|-----|-----|------|------|-------|
|           |        |             | 1  | 2   | 3   | 4    | 5    | 6     |
| Ciudad    | Cuenca | Recuento    | 0  | 0   | 0   | 9    | 12   | 51    |
|           |        | % del total | ,0%  | ,0% | ,0% | 2,3% | 3,1% | 13,1% |
| Quito     |        | Recuento    | 0  | 0   | 0   | 0    | 4    | 56    |
|           |        | % del total | ,0%  | ,0% | ,0% | ,0%  | 1,0% | 14,4% |
| Guayaquil |        | Recuento    | 3  | 3   | 1   | 8    | 16   | 39    |
|           |        | % del total | ,8%  | ,8% | ,3% | 2,1% | 4,1% | 10,0% |
| Total     |        | Recuento    | 3  | 3   | 1   | 17   | 32   | 146   |
|           |        | % del total | ,8%  | ,8% | ,3% | 4,4% | 8,2% | 37,5% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | En términos<br>de calidad<br>general,<br>clasificaría<br>esta marca<br>como |        |
|--------|-------------|-------------|---|--------|
|        |             |             | 7   | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 57  | 129    |
|        |             | % del total | 14,7%   | 33,2%  |
|        | Quito       | Recuento    | 70  | 130    |
|        |             | % del total | 18,0%   | 33,4%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 60  | 130    |
|        |             | % del total | 15,4%   | 33,4%  |
| Total  | Recuento    |             | 187   | 389    |
|        | % del total |             | 48,1%   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 34,158 <sup>a</sup> | 12 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 41,865              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 3,219               | 1  | ,073                              |
| N de casos válidos           | 389                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

**Estoy familiarizado**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Estoy familiarizado |      |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|---------------------|------|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                   | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 2                   | 2    | 3    | 3    | 34    | 44    |
|           |          | % del total | ,5%                 | ,5%  | ,8%  | ,8%  | 8,7%  | 11,3% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                   | 2    | 6    | 4    | 74    |       |
|           |          | % del total | ,0%                 | ,0%  | ,5%  | 1,5% | 1,0%  | 19,0% |
| Guayaquil | Recuento | 4           | 5                   | 2    | 16   | 27   | 54    |       |
|           |          | % del total | 1,0%                | 1,3% | ,5%  | 4,1% | 6,9%  | 13,8% |
| Total     | Recuento | 6           | 7                   | 7    | 25   | 65   | 172   |       |
|           |          | % del total | 1,5%                | 1,8% | 1,8% | 6,4% | 16,7% | 44,1% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Estoy familiarizado | Total  |
|-----------|----------|-------------|---------------------|--------|
|           |          |             | 7                   |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 42                  | 130    |
|           |          | % del total | 10,8%               | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 44          | 130                 |        |
|           |          | % del total | 11,3%               | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 22          | 130                 |        |
|           |          | % del total | 5,6%                | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 108         | 390                 |        |
|           |          | % del total | 27,7%               | 100,0% |



### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 59,935 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 69,578              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 8,692               | 1  | ,003                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,00.

**La he usado mucho tiempo**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | La he usado mucho tiempo |      |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|------|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                        | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 5                        | 3    | 2    | 15   | 34    | 39    |
|           |          | % del total | 1,3%                     | ,8%  | ,5%  | 3,8% | 8,7%  | 10,0% |
| Quito     | Recuento | 0           | 2                        | 3    | 6    | 7    | 102   |       |
|           |          | % del total | ,0%                      | ,5%  | ,8%  | 1,5% | 1,8%  | 26,2% |
| Guayaquil | Recuento | 5           | 4                        | 5    | 15   | 33   | 36    |       |
|           |          | % del total | 1,3%                     | 1,0% | 1,3% | 3,8% | 8,5%  | 9,2%  |
| Total     | Recuento | 10          | 9                        | 10   | 36   | 74   | 177   |       |
|           |          | % del total | 2,6%                     | 2,3% | 2,6% | 9,2% | 19,0% | 45,4% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | La he usado mucho tiempo | Total  |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|--------|
|           |          |             | 7                        |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 32                       | 130    |
|           |          | % del total | 8,2%                     | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 10          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 2,6%                     | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 32          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 8,2%                     | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 74          | 390                      |        |
|           |          | % del total | 19,0%                    | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 90,732 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 97,713              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,314                | 1  | ,575                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,00.

**La he usado mucho tiempo**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | La he usado mucho tiempo |      |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|------|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                        | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 5                        | 3    | 2    | 15   | 34    | 39    |
|           |          | % del total | 1,3%                     | ,8%  | ,5%  | 3,8% | 8,7%  | 10,0% |
| Quito     | Recuento | 0           | 2                        | 3    | 6    | 7    | 102   |       |
|           |          | % del total | ,0%                      | ,5%  | ,8%  | 1,5% | 1,8%  | 26,2% |
| Guayaquil | Recuento | 5           | 4                        | 5    | 15   | 33   | 36    |       |
|           |          | % del total | 1,3%                     | 1,0% | 1,3% | 3,8% | 8,5%  | 9,2%  |
| Total     | Recuento | 10          | 9                        | 10   | 36   | 74   | 177   |       |
|           |          | % del total | 2,6%                     | 2,3% | 2,6% | 9,2% | 19,0% | 45,4% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | La he usado mucho tiempo | Total  |
|-----------|----------|-------------|--------------------------|--------|
|           |          |             | 7                        |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 32                       | 130    |
|           |          | % del total | 8,2%                     | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 10          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 2,6%                     | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 32          | 130                      |        |
|           |          | % del total | 8,2%                     | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 74          | 390                      |        |
|           |          | % del total | 19,0%                    | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 90,732 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 97,713              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,314                | 1  | ,575                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,00.

**La conozco bien**

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | La conozco bien |      |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|-----------------|------|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1               | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 1               | 2    | 2    | 4    | 36    | 38    |
|               | % del total |  | ,3%             | ,5%  | ,5%  | 1,0% | 9,2%  | 9,7%  |
| Quito         | Recuento    |  | 0               | 0    | 5    | 13   | 6     | 65    |
|               | % del total |  | ,0%             | ,0%  | 1,3% | 3,3% | 1,5%  | 16,7% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 5               | 2    | 4    | 6    | 22    | 43    |
|               | % del total |  | 1,3%            | ,5%  | 1,0% | 1,5% | 5,6%  | 11,0% |
| Total         | Recuento    |  | 6               | 4    | 11   | 23   | 64    | 146   |
|               | % del total |  | 1,5%            | 1,0% | 2,8% | 5,9% | 16,4% | 37,4% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | La conozco bien | Total  |
|---------------|-------------|--|-----------------|--------|
|               |             |  | 7               |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 47              | 130    |
|               | % del total |  | 12,1%           | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 41              | 130    |
|               | % del total |  | 10,5%           | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 48              | 130    |
|               | % del total |  | 12,3%           | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 136             | 390    |
|               | % del total |  | 34,9%           | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 46,336 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 50,597              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,563                | 1  | ,453                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

**Le doy una buena calificación**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Le doy una buena calificación |     |     |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------|-----|-----|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                             | 2   | 3   | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                             | 0   | 0   | 0    | 35    | 56    |
|        |           | % del total | ,0%                           | ,0% | ,0% | ,0%  | 9,0%  | 14,4% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                             | 0   | 0   | 3    | 11    | 109   |
|        |           | % del total | ,0%                           | ,0% | ,0% | ,8%  | 2,8%  | 27,9% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 2                             | 2   | 3   | 16   | 42    | 40    |
|        |           | % del total | ,5%                           | ,5% | ,8% | 4,1% | 10,8% | 10,3% |
| Total  |           | Recuento    | 2                             | 2   | 3   | 19   | 88    | 205   |
|        |           | % del total | ,5%                           | ,5% | ,8% | 4,9% | 22,6% | 52,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Le doy una buena calificación | Total  |
|--------|-----------|-------------|-------------------------------|--------|
|        |           |             | 7                             |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 39                            | 130    |
|        |           | % del total | 10,0%                         | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 7                             | 130    |
|        |           | % del total | 1,8%                          | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 25                            | 130    |
|        |           | % del total | 6,4%                          | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 71                            | 390    |
|        |           | % del total | 18,2%                         | 100,0% |



### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor                | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 114,787 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 122,798              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 29,304               | 1  | ,000                              |
| N de casos válidos           | 390                  |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Se adapta a mis necesidades**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Se adapta a mis necesidades |     |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------|-----|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                           | 3   | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                           | 0   | 10   | 41    | 36    |
|        |           | % del total | ,0%                         | ,0% | 2,6% | 10,5% | 9,2%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0                           | 0   | 3    | 13    | 94    |
|        |           | % del total | ,0%                         | ,0% | ,8%  | 3,3%  | 24,1% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 2                           | 2   | 7    | 30    | 56    |
|        |           | % del total | ,5%                         | ,5% | 1,8% | 7,7%  | 14,4% |
| Total  |           | Recuento    | 2                           | 2   | 20   | 84    | 186   |
|        |           | % del total | ,5%                         | ,5% | 5,1% | 21,5% | 47,7% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Se adapta a mis necesidades | Total  |
|--------|-----------|-------------|-----------------------------|--------|
|        |           |             | 7                           |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 43                          | 130    |
|        |           | % del total | 11,0%                       | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 20                          | 130    |
|        |           | % del total | 5,1%                        | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 33                          | 130    |
|        |           | % del total | 8,5%                        | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 96                          | 390    |
|        |           | % del total | 24,6%                       | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 62,227 <sup>a</sup> | 10 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 64,592              | 10 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,375                | 1  | ,540                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Es atractiva para mis compañeros**

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es atractiva para mis compañeros |     |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|----------------------------------|-----|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1                                | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 3                                | 1   | 1    | 5    | 25    | 36    |
|               | % del total |  | ,8%                              | ,3% | ,3%  | 1,3% | 6,4%  | 9,2%  |
| Quito         | Recuento    |  | 0                                | 0   | 0    | 0    | 8     | 30    |
|               | % del total |  | ,0%                              | ,0% | ,0%  | ,0%  | 2,1%  | 7,7%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 2                                | 1   | 5    | 4    | 24    | 38    |
|               | % del total |  | ,5%                              | ,3% | 1,3% | 1,0% | 6,2%  | 9,7%  |
| Total         | Recuento    |  | 5                                | 2   | 6    | 9    | 57    | 104   |
|               | % del total |  | 1,3%                             | ,5% | 1,5% | 2,3% | 14,6% | 26,7% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Es atractiva para mis compañeros | Total  |
|---------------|-------------|--|----------------------------------|--------|
|               |             |  | 7                                |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 59                               | 130    |
|               | % del total |  | 15,1%                            | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 92                               | 130    |
|               | % del total |  | 23,6%                            | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 56                               | 130    |
|               | % del total |  | 14,4%                            | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 207                              | 390    |
|               | % del total |  | 53,1%                            | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 37,611 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 44,257              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | ,148                | 1  | ,700                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 12 casillas (57,1%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Entrega lo que promete**

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Entrega lo que promete |      |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|------------------------|------|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                      | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0                      | 1    | 0    | 4    | 34    | 71    |
|           |          | % del total | ,0%                    | ,3%  | ,0%  | 1,0% | 8,7%  | 18,2% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                      | 0    | 0    | 20   | 108   |       |
|           |          | % del total | ,0%                    | ,0%  | ,0%  | ,0%  | 5,1%  | 27,7% |
| Guayaquil | Recuento | 3           | 3                      | 4    | 13   | 50   | 47    |       |
|           |          | % del total | ,8%                    | ,8%  | 1,0% | 3,3% | 12,8% | 12,1% |
| Total     | Recuento | 3           | 4                      | 4    | 17   | 104  | 226   |       |
|           |          | % del total | ,8%                    | 1,0% | 1,0% | 4,4% | 26,7% | 57,9% |

**Tabla de contingencia**

|           |          |             | Entrega lo que promete | Total  |
|-----------|----------|-------------|------------------------|--------|
|           |          |             | 7                      |        |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 20                     | 130    |
|           |          | % del total | 5,1%                   | 33,3%  |
| Quito     | Recuento | 2           | 2                      | 130    |
|           |          | % del total | ,5%                    | 33,3%  |
| Guayaquil | Recuento | 10          | 10                     | 130    |
|           |          | % del total | 2,6%                   | 33,3%  |
| Total     | Recuento | 32          | 32                     | 390    |
|           |          | % del total | 8,2%                   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 86,468 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 93,979              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 28,992              | 1  | ,000                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

**Crees en lo que te ofrece**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Crees en lo que te ofrece |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|---------------------------|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1                         | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0                         | 1    | 1    | 7    | 48    | 60    |
|        |           | % del total | ,0%                       | ,3%  | ,3%  | 1,8% | 12,3% | 15,4% |
|        | Quito     | Recuento    | 0                         | 3    | 14   | 7    | 60    | 43    |
|        |           | % del total | ,0%                       | ,8%  | 3,6% | 1,8% | 15,4% | 11,0% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4                         | 2    | 2    | 22   | 36    | 43    |
|        |           | % del total | 1,0%                      | ,5%  | ,5%  | 5,6% | 9,2%  | 11,0% |
| Total  |           | Recuento    | 4                         | 6    | 17   | 36   | 144   | 146   |
|        |           | % del total | 1,0%                      | 1,5% | 4,4% | 9,2% | 36,9% | 37,4% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Crees en lo que te ofrece | Total  |
|--------|-----------|-------------|---------------------------|--------|
|        |           |             | 7                         |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 13                        | 130    |
|        |           | % del total | 3,3%                      | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 3                         | 130    |
|        |           | % del total | ,8%                       | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 21                        | 130    |
|        |           | % del total | 5,4%                      | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 37                        | 390    |
|        |           | % del total | 9,5%                      | 100,0% |



### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 63,119 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 64,236              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 4,254               | 1  | ,039                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.

**Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete**

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete |      |      |       |       |
|---------------|-------------|--|--|------|------|-------|-------|
|               |             |  | 1  | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 1  | 0    | 5    | 54    | 43    |
|               | % del total |  | ,3%  | ,0%  | 1,3% | 13,8% | 11,0% |
| Quito         | Recuento    |  | 0  | 5    | 0    | 42    | 52    |
|               | % del total |  | ,0%  | 1,3% | ,0%  | 10,8% | 13,3% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 4  | 3    | 13   | 35    | 53    |
|               | % del total |  | 1,0%   | ,8%  | 3,3% | 9,0%  | 13,6% |
| Total         | Recuento    |  | 5  | 8    | 18   | 131   | 148   |
|               | % del total |  | 1,3%   | 2,1% | 4,6% | 33,6% | 37,9% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete | Total  |
|---------------|-------------|--|--|--------|
|               |             |  | 7  |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 27   | 130    |
|               | % del total |  | 6,9%   | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 31   | 130    |
|               | % del total |  | 7,9%   | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 22   | 130    |
|               | % del total |  | 5,6%   | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 80   | 390    |
|               | % del total |  | 20,5%  | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 31,267 <sup>a</sup> | 10 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 38,238              | 10 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,338               | 1  | ,126                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

### Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron

Tabla de contingencia

|           |          |             | Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron |     |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|---|-----|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1   | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0   | 0   | 3    | 8    | 41    | 50    |
|           |          | % del total | ,0%   | ,0% | ,8%  | 2,1% | 10,5% | 12,8% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0   | 6   | 0    | 17   | 88    |       |
|           |          | % del total | ,0%   | ,0% | 1,5% | ,0%  | 4,4%  | 22,6% |
| Guayaquil | Recuento | 4           | 1   | 3   | 13   | 38   | 44    |       |
|           |          | % del total | 1,0%  | ,3% | ,8%  | 3,3% | 9,7%  | 11,3% |
| Total     | Recuento | 4           | 1   | 12  | 21   | 96   | 182   |       |
|           |          | % del total | 1,0%  | ,3% | 3,1% | 5,4% | 24,6% | 46,7% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Se esfuerza<br>por<br>entregarte lo<br>que te<br>ofrecieron | Total  |
|---------------|-------------|--|---|--------|
|               |             |  | 7   |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 28  | 130    |
|               | % del total |  | 7,2%  | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 19  | 130    |
|               | % del total |  | 4,9%  | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 27  | 130    |
|               | % del total |  | 6,9%  | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 74  | 390    |
|               | % del total |  | 19,0%   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 55,215 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 62,427              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 3,493               | 1  | ,062                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,33.

### Puedes confiar en el nombre de la marca

Tabla de contingencia

|           |          |             | Puedes confiar en el nombre de la marca |     |      |      |       |       |
|-----------|----------|-------------|---|-----|------|------|-------|-------|
|           |          |             | 1                                       | 2   | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca   | Recuento    | 0                                       | 0   | 0    | 11   | 25    | 55    |
|           |          | % del total | ,0%                                     | ,0% | ,0%  | 2,8% | 6,4%  | 14,1% |
| Quito     | Recuento | 0           | 0                                       | 3   | 0    | 6    | 80    |       |
|           |          | % del total | ,0%                                     | ,0% | ,8%  | ,0%  | 1,5%  | 20,5% |
| Guayaquil | Recuento | 3           | 2                                       | 4   | 8    | 28   | 52    |       |
|           |          | % del total | ,8%                                     | ,5% | 1,0% | 2,1% | 7,2%  | 13,3% |
| Total     | Recuento | 3           | 2                                       | 7   | 19   | 59   | 187   |       |
|           |          | % del total | ,8%                                     | ,5% | 1,8% | 4,9% | 15,1% | 47,9% |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Puedes confiar en el nombre de la marca | Total  |
|---------------|-------------|--|---|--------|
|               |             |  | 7                                       |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 39                                      | 130    |
|               | % del total |  | 10,0%                                   | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 41                                      | 130    |
|               | % del total |  | 10,5%                                   | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 33                                      | 130    |
|               | % del total |  | 8,5%                                    | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 113                                     | 390    |
|               | % del total |  | 29,0%                                   | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |     | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|-----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de  | 46,903 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | de  | 58,468              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | por | 5,194               | 1  | ,023                              |
| N de casos válidos           |     | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Se que puedo confiar en la marca en el futuro**



**Tabla de contingencia**

|           |             |             | Se que puedo confiar en la marca en el futuro |     |      |       |       |       |
|-----------|-------------|-------------|---|-----|------|-------|-------|-------|
|           |             |             | 1   | 2   | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 1   | 1   | 1    | 6     | 29    | 41    |
|           |             | % del total | ,3%   | ,3% | ,3%  | 1,5%  | 7,4%  | 10,5% |
| Quito     | Recuento    | 0           | 0   | 0   | 0    | 3     | 58    |       |
|           | % del total | ,0%         | ,0%   | ,0% | ,0%  | ,8%   | 14,9% |       |
| Guayaquil | Recuento    | 3           | 1   | 2   | 9    | 26    | 47    |       |
|           | % del total | ,8%         | ,3%   | ,5% | 2,3% | 6,7%  | 12,1% |       |
| Total     | Recuento    | 4           | 2   | 3   | 15   | 58    | 146   |       |
|           | % del total | 1,0%        | ,5%   | ,8% | 3,8% | 14,9% | 37,4% |       |

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Se que<br>puedo<br>confiar en la<br>marca en el<br>futuro | Total  |
|---------------|-------------|--|---|--------|
|               |             |  | 7   |        |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 51  | 130    |
|               | % del total |  | 13,1%   | 33,3%  |
| Quito         | Recuento    |  | 69  | 130    |
|               | % del total |  | 17,7%   | 33,3%  |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 42  | 130    |
|               | % del total |  | 10,8%   | 33,3%  |
| Total         | Recuento    |  | 162   | 390    |
|               | % del total |  | 41,5%   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 45,886 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 59,102              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,147               | 1  | ,143                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar |     |     |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|---|-----|-----|------|-------|-------|
|        |           |             | 1   | 2   | 3   | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0   | 0   | 0   | 17   | 51    | 46    |
|        |           | % del total | ,0%   | ,0% | ,0% | 4,4% | 13,1% | 11,8% |
|        | Quito     | Recuento    | 0   | 1   | 0   | 3    | 91    | 35    |
|        |           | % del total | ,0%   | ,3% | ,0% | ,8%  | 23,3% | 9,0%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 5   | 1   | 2   | 10   | 47    | 55    |
|        |           | % del total | 1,3%  | ,3% | ,5% | 2,6% | 12,1% | 14,1% |
| Total  |           | Recuento    | 5   | 2   | 2   | 30   | 189   | 136   |
|        |           | % del total | 1,3%  | ,5% | ,5% | 7,7% | 48,5% | 34,9% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar |        |
|--------|-------------|-------------|---|--------|
|        |             |             | 7   | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 16  | 130    |
|        |             | % del total | 4,1%  | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 0   | 130    |
|        |             | % del total | ,0%   | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 10  | 130    |
|        |             | % del total | 2,6%  | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 26  | 390    |
|        | % del total |             | 6,7%  | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 63,097 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 72,629              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 2,370               | 1  | ,124                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

**Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas |      |      |      |       |
|--------|-----------|-------------|---|------|------|------|-------|
|        |           |             | 1   | 2    | 3    | 4    | 5     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 0   | 0    | 0    | 14   | 36    |
|        |           | % del total | ,0%   | ,0%  | ,0%  | 3,6% | 9,2%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0   | 0    | 3    | 3    | 22    |
|        |           | % del total | ,0%   | ,0%  | ,8%  | ,8%  | 5,6%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4   | 4    | 1    | 8    | 38    |
|        |           | % del total | 1,0%  | 1,0% | ,3%  | 2,1% | 9,7%  |
| Total  |           | Recuento    | 4   | 4    | 4    | 25   | 96    |
|        |           | % del total | 1,0%  | 1,0% | 1,0% | 6,4% | 24,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Esta marca me da lo que quiero, me ahorra tiempo y trabajo al buscar alternativas |      | Total  |
|--------|-------------|-------------|---|------|--------|
|        |             |             | 6   | 7    |        |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 67  | 13   | 130    |
|        |             | % del total | 17,2%   | 3,3% | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 102   | 0    | 130    |
|        |             | % del total | 26,2%   | ,0%  | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 64  | 11   | 130    |
|        |             | % del total | 16,4%   | 2,8% | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 233   | 24   | 390    |
|        | % del total |             | 59,7%   | 6,2% | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                              |            | Valor               | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de         | 55,274 <sup>a</sup> | 12 | ,000                        |
| Razón de verosimilitudes     | de         | 65,325              | 12 | ,000                        |
| Asociación lineal por lineal | por lineal | 4,157               | 1  | ,041                        |
| N de casos válidos           |            | 390                 |    |                             |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,33.



**Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro**

**Tabla de contingencia**

|               |             |  | Estoy seguro de que esta marca estará disponible en el futuro |      |     |      |       |       |
|---------------|-------------|--|---|------|-----|------|-------|-------|
|               |             |  | 1   | 2    | 3   | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad Cuenca | Recuento    |  | 0   | 2    | 0   | 11   | 36    | 49    |
|               | % del total |  | ,0%   | ,5%  | ,0% | 2,8% | 9,2%  | 12,6% |
| Quito         | Recuento    |  | 0   | 0    | 0   | 3    | 33    | 76    |
|               | % del total |  | ,0%   | ,0%  | ,0% | ,8%  | 8,5%  | 19,5% |
| Guayaquil     | Recuento    |  | 3   | 3    | 3   | 4    | 36    | 53    |
|               | % del total |  | ,8%   | ,8%  | ,8% | 1,0% | 9,2%  | 13,6% |
| Total         | Recuento    |  | 3   | 5    | 3   | 18   | 105   | 178   |
|               | % del total |  | ,8%   | 1,3% | ,8% | 4,6% | 26,9% | 45,6% |

**Tabla de contingencia**

|        |             |             | Estoy seguro<br>de que esta<br>marca estará<br>disponible en<br>el futuro |        |
|--------|-------------|-------------|---|--------|
|        |             |             | 7   | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 32  | 130    |
|        |             | % del total | 8,2%  | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 18  | 130    |
|        |             | % del total | 4,6%  | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 28  | 130    |
|        |             | % del total | 7,2%  | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 78  | 390    |
|        | % del total |             | 20,0%   | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 32,462 <sup>a</sup> | 12 | ,001                              |
| Razón de verosimilitudes     | 34,658              | 12 | ,001                              |
| Asociación lineal por lineal | 1,189               | 1  | ,275                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,00.

**Seramente consideraría comprar la marca**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Seriamente consideraría comprar la marca |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|--|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1  | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1  | 7    | 3    | 7    | 33    | 37    |
|        |           | % del total | ,3%                                      | 1,8% | ,8%  | 1,8% | 8,5%  | 9,5%  |
|        | Quito     | Recuento    | 0  | 7    | 3    | 3    | 62    | 43    |
|        |           | % del total | ,0%                                      | 1,8% | ,8%  | ,8%  | 15,9% | 11,0% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4  | 10   | 2    | 17   | 21    | 39    |
|        |           | % del total | 1,0%                                     | 2,6% | ,5%  | 4,4% | 5,4%  | 10,0% |
| Total  |           | Recuento    | 5  | 24   | 8    | 27   | 116   | 119   |
|        |           | % del total | 1,3%                                     | 6,2% | 2,1% | 6,9% | 29,7% | 30,5% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | Seriamente consideraría comprar la marca | Total  |
|--------|-----------|-------------|--|--------|
|        |           |             | 7  |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 42                                       | 130    |
|        |           | % del total | 10,8%                                    | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 12                                       | 130    |
|        |           | % del total | 3,1%                                     | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 37                                       | 130    |
|        |           | % del total | 9,5%                                     | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 91                                       | 390    |
|        |           | % del total | 23,3%                                    | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              |    | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | de | 58,242 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | de | 61,180              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal |    | 2,669               | 1  | ,102                              |
| N de casos válidos           |    | 390                 |    |                                   |

a. 6 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,67.

**¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?**

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi? |      |      |      |       |       |
|--------|-----------|-------------|--|------|------|------|-------|-------|
|        |           |             | 1  | 2    | 3    | 4    | 5     | 6     |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 1  | 0    | 1    | 9    | 23    | 45    |
|        |           | % del total | ,3%  | ,0%  | ,3%  | 2,3% | 5,9%  | 11,5% |
|        | Quito     | Recuento    | 9  | 0    | 2    | 2    | 17    | 72    |
|        |           | % del total | 2,3%   | ,0%  | ,5%  | ,5%  | 4,4%  | 18,5% |
|        | Guayaquil | Recuento    | 4  | 9    | 5    | 15   | 18    | 35    |
|        |           | % del total | 1,0%   | 2,3% | 1,3% | 3,8% | 4,6%  | 9,0%  |
| Total  |           | Recuento    | 14   | 9    | 8    | 26   | 58    | 152   |
|        |           | % del total | 3,6%   | 2,3% | 2,1% | 6,7% | 14,9% | 39,0% |

**Tabla de contingencia**

|        |           |             | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi? | Total  |
|--------|-----------|-------------|--|--------|
|        |           |             | 7  |        |
| Ciudad | Cuenca    | Recuento    | 51   | 130    |
|        |           | % del total | 13,1%  | 33,3%  |
|        | Quito     | Recuento    | 28   | 130    |
|        |           | % del total | 7,2%   | 33,3%  |
|        | Guayaquil | Recuento    | 44   | 130    |
|        |           | % del total | 11,3%  | 33,3%  |
| Total  |           | Recuento    | 123  | 390    |
|        |           | % del total | 31,5%  | 100,0% |

### Pruebas de chi-cuadrado

|                              | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson      | 60,329 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Razón de verosimilitudes     | 63,923              | 12 | ,000                              |
| Asociación lineal por lineal | 10,872              | 1  | ,001                              |
| N de casos válidos           | 390                 |    |                                   |

a. 9 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,67.

### Nunca compraría esta marca (R)

Tabla de contingencia

|           |             |             | ECODIFICADA |      |      |       |       |       |
|-----------|-------------|-------------|-------------|------|------|-------|-------|-------|
|           |             |             | 1           | 2    | 3    | 4     | 5     | 6     |
| Ciudad    | Cuenca      | Recuento    | 1           | 2    | 5    | 4     | 17    | 42    |
|           |             | % del total | ,3%         | ,5%  | 1,3% | 1,0%  | 4,4%  | 10,8% |
| Quito     | Recuento    | 11          | 2           | 0    | 13   | 17    | 53    |       |
|           | % del total | 2,8%        | ,5%         | ,0%  | 3,3% | 4,4%  | 13,6% |       |
| Guayaquil | Recuento    | 7           | 14          | 4    | 11   | 22    | 39    |       |
|           | % del total | 1,8%        | 3,6%        | 1,0% | 2,8% | 5,6%  | 10,0% |       |
| Total     | Recuento    | 19          | 18          | 9    | 28   | 56    | 134   |       |
|           | % del total | 4,9%        | 4,6%        | 2,3% | 7,2% | 14,4% | 34,4% |       |



**Tabla de contingencia**

|        |             |             | ECODIFICA<br>DA |        |
|--------|-------------|-------------|-----------------|--------|
|        |             |             | 7               | Total  |
| Ciudad | Cuenca      | Recuento    | 59              | 130    |
|        |             | % del total | 15,1%           | 33,3%  |
|        | Quito       | Recuento    | 34              | 130    |
|        |             | % del total | 8,7%            | 33,3%  |
|        | Guayaquil   | Recuento    | 33              | 130    |
|        |             | % del total | 8,5%            | 33,3%  |
| Total  | Recuento    |             | 126             | 390    |
|        | % del total |             | 32,3%           | 100,0% |

**Pruebas de chi-cuadrado**

|                    |     | Valor               | gl | Sig.<br>asintótica<br>(bilateral) |
|--------------------|-----|---------------------|----|-----------------------------------|
| Chi-cuadrado       | de  | 47,111 <sup>a</sup> | 12 | ,000                              |
| Pearson            |     |                     |    |                                   |
| Razón              | de  | 50,720              | 12 | ,000                              |
| verosimilitudes    |     |                     |    |                                   |
| Asociación lineal  | por | 20,423              | 1  | ,000                              |
| lineal             |     |                     |    |                                   |
| N de casos válidos |     | 390                 |    |                                   |

a. 3 casillas (14,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,00.

**Anexo 16.**

*Detalle de la encuesta por sección*

| <b>VARIABLES</b>                          | <b>PREGUNTA</b>  |
|---|--|
| <b>VALORES FUNCIONALES</b>                | Es un modelo moderno y atractivo                             |
|   | Es seguro  |
|   | Es práctico  |
|   | Tiene la última tecnología                                   |
|   | Es espacioso   |
|   | Es económico   |
|   | Tiene buena potencia   |
|   | Tiene la mejor calidad                                       |
|   | Tiene buen servicio post-venta                               |
|   | Tiene buen precio de reventa                                 |
|   | Es maniobrable   |
|   | Tiene un diseño bien pensado                                 |
|   | Es cómodo  |
|   | Es Fiable  |
| Tiene todas las prestaciones necesarias   |  |
| <b>VALORES SIMBOLICOS</b>                 | Es refinado  |
|   | Es atractivo   |
|   | Está bien diseñado   |
|   | Es accesible   |
|   | Es confiable   |
|   | Es de una marca prestigiosa                                  |
|   | Es deportivo   |
|   | Es moderno   |
|   | Le hace sentir seguro de sí mismo                            |
|   | Le hace sentir orgulloso                                     |
|   | Le hace sentir optimista                                     |
|   | Es elegante  |
|   | Le da confianza  |
|   | Es diseñado para cubrir sus necesidades                      |
| Es de una marca que tiene un alto estatus |  |
| <b>FAMILIARIDAD DE MARCA</b>              | Es de una marca muy exclusiva                                |
|   | Es de una marca de muy alta calidad                          |
|   | En términos de calidad general, clasificaría esta marca como |
|   | Estoy familiarizado  |
| <b>PRESTIGIO DE MARCA</b>                 | La he usado mucho tiempo                                     |
|   | La conozco bien  |
|   | Es de una marca prestigiosa                                  |
|   | Es de una marca que tiene un alto estatus                    |
|   | Es de una marca muy exclusiva                                |
|   | Tiene la mejor calidad                                       |

|   |  |
|---|--|
| <b>CALIDAD<br/>PERCIBIDA<br/>PREFERENCIA<br/>DE MARCA</b> | Le doy una buena calificación                                    |
|   | Se adapta a mis necesidades                                      |
|   | Es atractiva para mis compañeros                                 |
| <b>CREDIBILIDAD<br/>DE MARCA</b>                          | Entrega lo que promete   |
|   | Con el tiempo entendí que si cumple con lo que promete           |
|   | Se esfuerza por entregarte lo que te ofrecieron                  |
| <b>INFORMACIÓN<br/>AHORRADA</b>                           | Puedes confiar en el nombre de la marca                          |
|   | Se que puedo confiar en la marca en el futuro                    |
|   | Saber lo que la marca ofrece, me ahorra tiempo al comprar        |
| <b>INTENCIÓN DE<br/>COMPRA</b>                            | Necesito mucha información de la marca antes de comprarla        |
|   | Para saber que tal es esta marca, tendía que usarla varias veces |
|   | Nunca compraría esta marca                                       |
|   | Seramente consideraría comprar la marca                          |
|   | ¿Qué tan probable fuera que compres la marca de tu taxi?         |