



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**INNOVACIÓN DE LA OFERTA EN LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA  
COMO APORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL  
VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del título de:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

**AUTORA:**

**GÉNESSIS ESTEFANNY MITE SUÁREZ**

**PROFESORA GUÍA**

**LCDA. AGUIRRE SUÁREZ TANNIA, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2017**

**TEMA:**

**INNOVACIÓN DE LA OFERTA EN LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA  
COMO APOORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL  
VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017**

**AUTOR:**

**Mite Suárez Génessis Estefanny**

**TUTORA:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia, MSc.**

**Resumen**

El presente proyecto de investigación busca solución a la insatisfacción del visitante por la escasa oferta de servicio en la transportación, por lo tanto el objetivo del estudio es diseñar estrategias de innovación para mejorar la oferta de la transportación pública terrestre y satisfacer las necesidades del visitante de General Villamil, se utilizó la metodología de investigación descriptiva con idea a defender, aplicando las técnicas e instrumentos de investigación entre ellos fuentes primarias tales como: encuesta y entrevista, como resultado de la investigación se destaca que el nivel de satisfacción de los visitantes de General Villamil, mejoraría implantándose nuevas tecnologías, seguridad, confort, brindando también una excelente atención al cliente. Dicho estudio es un aporte al turismo como un medio que impulsa al emprendimiento e innovación.

**Palabras claves:** Visitantes - Nivel de satisfacción – Oferta de servicios – Transporte

**THEME:**

**INNOVATION OF THE OFFER IN THE PUBLIC TRANSPORTATION TO  
CONTRIBUTE TO THE SATISFACTION OF THE VISITOR OF  
GENERAL VILLAMIL PLAYAS, YEAR 2017**

**AUTOR:**

**Mite Suárez Génessis Estefanny**

**TUTORA:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia, MSc.**

**Abstract**

The present research project seeks to solve the visitor's dissatisfaction with the limited offer of service in transportation, therefore the objective of the study is to design innovation strategies to improve the offer of public land transportation and meet the needs of the visitor of General Villamil, was used the methodology of descriptive research with idea to defend, applying the techniques and instruments of investigation between them primary sources such as: survey and interview, as a result of the investigation it is emphasized that the level of satisfaction of the Visitors of General Villamil, would improve by implanting new technologies, security, comfort, also providing an excellent customer service. This study is a contribution to tourism as a means that drives entrepreneurship and innovation.

**Key words:** Visitors - Level of satisfaction - Service offer - Transport

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor Guía del Trabajo de Titulación **“INNOVACIÓN DE LA OFERTA EN LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA COMO APOORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017”**, elaborado por la Srta. **MITE SUÁREZ GÉNESSIS ESTEFANNY**, egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

---

**Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
PROFESORA GUÍA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“INNOVACIÓN DE LA OFERTA EN LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA COMO APORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017”**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

### **Transferencia de derechos autorales**

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas**, carrera de **Hotelería y Turismo**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

**Atentamente**

---

**MITE SUÁREZ GÉNESSIS ESTEFANNY**  
**C.C.: 092934885-2**

## **AGRADECIMIENTO**

Expongo mi sincero agradecimiento a DIOS, por permitirme concluir con una de tantas metas en mi vida.

A mi Madre y Hermanos, por su apoyo incondicional durante este proceso Universitario.

También agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a los Docentes que fueron parte de mi formación académica.

*Génessis Mite Suárez*

## **DEDICATORIA**

Se lo dedico de corazón sincero a mi Madre, por su esfuerzo, apoyo y confianza, que permitieron seguir con mi estudio de Nivel Superior, también por incentivar me día a día a ser mejor persona.

***Génessis Mite Suárez***

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.  
**DECANA DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.  
**DIRECTOR DE CARRERA  
HOTELERÍA Y TURISMO**

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.  
**PROFESOR TUTOR**

---

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.  
**PROFESOR DE ÁREA**

---

Ab. Brenda Reyes Tomalá, MSc.  
**SECRETARIA GENERAL**

## ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Pág.
<b>RESUMEN</b> .....	ii
<b>APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA</b> .....	iv
<b>DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>DEDICATORIA</b> .....	vii
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	viii
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xii
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xiii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	8
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	8
<b>REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	8
<b>DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS</b> .....	11
<b>FUNDAMENTOS SOCIALES, PSICOLÓGICOS Y LEGALES</b> .....	29

<b>CAPÍTULO II</b> .....	33
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	33
<b>TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	33
<b>MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	34
<b>DISEÑO DE MUESTREO</b> .....	35
<b>DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	36
<b>CAPÍTULO III</b> .....	38
<b>RESULTADOS Y DISCUSIONES</b> .....	38
<b>ANÁLISIS DE ENTREVISTAS</b> .....	38
<b>ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	40
<b>LIMITACIONES</b> .....	52
<b>RESULTADOS</b> .....	52
<b>CONCLUSIONES</b> .....	56
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	57
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	59

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1</b> Población .....	35
<b>Tabla N° 2</b> Datos para calcular la muestra .....	36
<b>Tabla N° 3</b> Género .....	41
<b>Tabla N° 4</b> Lugar de procedencia .....	42
<b>Tabla N° 5</b> Frecuencia de visita a General Villamil .....	43
<b>Tabla N° 6</b> Motivo de visita a General Villamil.....	44
<b>Tabla N° 7</b> Calificación del servicio de atención al cliente .....	45
<b>Tabla N° 8</b> Recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños ..	46
<b>Tabla N° 9</b> Mejorar la calidad del servicio.....	47
<b>Tabla N° 10</b> Aspectos que deberían mejorar las cooperativas de transporte .....	48
<b>Tabla N° 11</b> Otros servicios que pueden considerar las cooperativas de transporte .....	49
<b>Tabla N° 12</b> Nivel de satisfacción si se diversificara la oferta del servicio .....	50
<b>Tabla N° 13</b> Nivel de satisfacción si se mejoran las instalaciones de las cooperativas de transporte.....	51

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1</b> Género .....	41
<b>Gráfico N° 2</b> Lugar de procedencia .....	42
<b>Gráfico N° 3</b> Frecuencia de visita a General Villamil .....	43
<b>Gráfico N° 4</b> Motivo de visita a General Villamil.....	44
<b>Gráfico N° 5</b> Calificación del servicio de atención al cliente .....	45
<b>Gráfico N° 6</b> Recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños	46
<b>Gráfico N° 7</b> Mejorar la calidad del servicio.....	47
<b>Gráfico N° 8</b> Aspectos que deberían mejorar las cooperativas de transporte .....	48
<b>Gráfico N° 9</b> Otro servicio que pueden considerar las cooperativas de transporte .....	49
<b>Gráfico N° 10</b> Nivel de satisfacción si se diversificara la oferta del servicio .....	50
<b>Gráfico N° 11</b> Nivel de satisfacción si se mejoran las instalaciones de las cooperativas de transporte.....	51

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo N° 1</b> Formato encuesta .....	63
<b>Anexo N° 2</b> Formato Entrevista .....	64
<b>Anexo N° 3</b> Matriz de consistencia .....	65
<b>Anexo N° 4</b> Aspectos legales .....	66
<b>Anexo N° 5</b> Transporte cooperativa Villamil .....	69
<b>Anexo N° 6</b> Transporte cooperativa Posorja.....	69
<b>Anexo N° 7</b> Turistas ingresando a Villamil Playas .....	70
<b>Anexo N° 8</b> Turistas haciendo cola para comprar boleto .....	70
<b>Anexo N° 9</b> Encuesta a personal operativo de la cooperativa Posorja .....	71
<b>Anexo N° 10</b> Entrevista a socio .....	71
<b>Anexo N° 11</b> Encuesta a visitante .....	72
<b>Anexo N° 12</b> Tamaño muestra.....	72
<b>Anexo N° 13</b> Presupuesto .....	73
<b>Anexo N° 14</b> Cronograma de trabajo .....	74

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que se ha convertido en uno de los ejes principales de la economía a nivel mundial, debido a su gran potencial que ha permitido el desarrollo turístico de muchos lugares, generando nuevas plazas de trabajo, creación de establecimientos hoteleros, gastronómicos y el mejoramiento del servicio en el transporte aéreo, marítimo y terrestre, logrando satisfacer las necesidades de aquellas personas que por diversos motivos emprenden una travesía temporal.

En la actualidad el transporte público terrestre, se ha constituido en uno de los medios más importantes y utilizados en todo el mundo, especialmente en la actividad turística de varios países, ya que permite desplazar de un lugar a otro principalmente a las personas que viajan mucho y no poseen transporte propio, tanto así que ha ido evolucionando de forma sorprendente, intentando recorrer distancias en el menor tiempo posible, brindando rapidez y confort a los turistas.

Por otra parte la relación que existen entre el turismo y el transporte se da básicamente por el desplazamiento que las personas realizan para llegar a un destino ya sea con fines de recreación, sin embargo es importante realizar esta investigación ya que no todas las personas se movilizan con la finalidad de hacer turismo; sino más bien lo hacen por estudio o trabajo, entonces el transporte deberá contar con

los servicios necesarios que generen satisfacción a todos en general, empezando por la tecnología, es decir cámaras de seguridad, zona wifi, cargadores portátiles, entre otros aspectos tales como la atención al cliente y la calidad en el servicio.

Escorsa (2003) manifiesta que la innovación de la oferta, es el proceso en el que a partir de una idea o conocimiento de una necesidad, se desarrolla un producto, técnica o servicio rentable, hasta que sea comercialmente aceptada por la humanidad.

En el Ecuador, el destino de viaje que prefieren visitar los turistas con un 22% es la provincia del Guayas, gracias a su infraestructura, planta turística, atractivos y lugares representativos como: Parque Histórico de Guayaquil, El Malecón 2000, La Perla, entre otros. (Mintur, 2012)

Sin embargo General Villamil por ser parte de la provincia y tener la ventaja de que las personas se trasladen a menor tiempo posible para poder disfrutar de su extensa playa y de sus atractivos naturales y culturales, las cooperativas de transporte público terrestre, están obligadas a investigar para mejorar la actual oferta de sus servicios, ya que sin transporte no sería posible la activación del turismo en el destino mencionado. Por tal motivo es importante realizar este trabajo de investigación, que permita recopilar información para la creación de una línea base, a fin de que a futuro sea un aporte al turismo como un medio que impulsa al

emprendimiento e innovación de la oferta de la transportación pública terrestre de General Villamil, así como también medir el grado de satisfacción del usuario en el servicio que ha recibido durante mucho tiempo.

Como planteamiento del problema del presente trabajo de titulación, se manifiesta lo siguiente: General Villamil, mejor conocida como Playas, se encuentra ubicada al suroeste del océano Pacífico a 97 km de la ciudad de Guayaquil, es parte de la provincia del Guayas, de acuerdo a la información emitida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, cuenta con una población de aproximadamente 41.935 habitantes, donde 20.693 corresponden al sexo femenino y 21.242 al sexo masculino. Posee 14 km de extensas playas, las mismas que son visitadas en los 365 días del año por turistas nacionales e internacionales. Actualmente la pesca y el turismo son las actividades generadoras de economía. (Vélez, 2012)

Sin embargo, hoy en día existe deficiencia en los servicios de transporte que se ofertan en General Villamil; la tecnología, seguridad, confort, entre otros aspectos son muy limitados. Por otra parte el desconocimiento de la importancia del transporte público en el turismo hace que no exista la suficiente predisposición de las autoridades pertinentes para invertir en nuevos proyectos que beneficien, en este caso a las cooperativas de transportes Villamil y Posorja, que han venido durante varios años realizando la ardua labor de movilizar a las personas de un lugar a otro.

En consecuencia, dicha problemática genera insatisfacción en los turistas e induce a que estas personas opten por visitar destinos que se acoplen o cumplan con sus expectativas, como en el caso de la provincia de Santa Elena, en este lugar en los últimos 7 años se ha palpado el cambio trascendental, debido a las inversiones públicas y privadas que han contribuido al mejoramiento total de la planta turística, de esta manera han logrado ser uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros.

El proyecto de investigación cumplirá con el objetivo N° 3 del Plan Nacional del Buen Vivir, en cuanto al mejoramiento de calidad de vida de la población y lineamiento 3.12.a que indica incentivar el uso del transporte público masivo, seguro, digno y sustentable, bajo un enfoque de derechos, así como también induce a la ampliación de la oferta del transporte público masivo e integrado para garantizar el acceso equitativo de la población al servicio (SENPLADES, 2017).

En base a este contexto, se formulan diferentes interrogantes que deberán generar resultados que en lo posterior, regule y disminuya el porcentaje de turistas insatisfechos por la problemática antes mencionada.

El objetivo general de la investigación se basa en diseñar estrategias de innovación para mejorar la oferta de la transportación pública terrestre y satisfacer las necesidades del visitante de General Villamil.

Por otra parte las tareas científicas que se plantean en el presente documento son:

- ✓ Análisis del marco teórico sobre la importancia de transportación pública del turista de General Villamil.
  
- ✓ Identificación del nivel de satisfacción que requerirán los visitantes que utilizan el servicio de transportación pública en General Villamil.
  
- ✓ Diseñar una propuesta que contenga estrategias de innovación que requiere la oferta de la transportación pública en General Villamil.

El presente proyecto de investigación se justifica, puesto que es imprescindible que la mayoría de las cooperativas de transportes terrestres, opten por innovar su oferta, esto permitirá que el turista se sienta satisfecho del servicio recibido, a su vez estimulará a las personas a que visiten constantemente General Villamil.

Innovar la oferta del transporte, significa atraer nuevos mercados que generen ingresos económicos, ser más competitivos frente a los servicios ya existentes en los lugares cercanos, tales como: la provincia de Santa Elena y ciudad de Guayaquil, también significa contribuir al desarrollo turístico sostenible y sustentable, sin alterar o perjudicar los recursos naturales y culturales que posee General Villamil, para las futuras generaciones. Los efectos o resultados beneficiarán

primordialmente a la población local, turistas nacionales y extranjeros e indirectamente a la provincia del Guayas.

La investigación que se plantea en el presente documento tiene un enfoque cuantitativo y se llevará a cabo como descriptiva con idea a defender, porque se buscan establecer estrategias que a futuro progresen la situación económica y el nivel de complacencia de los visitantes de General Villamil.

Por tal motivo la idea a defender es una propuesta de estrategias de innovación de la oferta de la transportación pública, para mejorar el nivel de satisfacción del visitante de General Villamil.

Por otro lado, la matriz de consistencia es un instrumento que permite analizar de manera global todo el proceso de la investigación que se está realizando. (Ver en Anexo #3)

La investigación está constituida de la siguiente manera:

Introducción – Se describió el planteamiento del problema, justificación de la investigación, objetivo general, tareas científicas e idea a defender, lo que conllevan al lector a entender por qué se realizó dicha investigación.

En el capítulo uno - Se consideró el análisis de varios autores que han ejecutado estudios relacionados con la presente investigación para dar formación a la revisión literaria, luego se analizaron diversos fundamentos conceptuales, filosóficos y legales, justificando el desarrollo de la investigación.

En el capítulo dos - Se describieron los tipos, método y técnicas de investigación que se utilizaron en el presente estudio, así mismo se realizó el diseño de muestreo, con la finalidad de trabajar con una población objetiva, se aplicaron diseños para la recolección de datos, que ayudaron satisfactoriamente a la investigación.

Y por último en el capítulo tres - Se realizó el análisis de las encuestas y entrevistas para la obtención de información, de acuerdo a la investigación, procedimientos que se realizan por considerarse un estudio descriptivo con idea a defender, así también se elaboró la propuesta de estrategias de innovación para mejorar la oferta en la transportación pública.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **REVISIÓN DE LITERATURA**

En el presente trabajo de investigación se han considerado diversos estudios y criterios de la comunidad científica.

Un estudio realizado por Valeria y Miguel (2009) sobre “El transporte como un servicio turístico en Galicia”, tuvo objetivo de que la transportación no solo sea tratada como un componente necesario para movilizar a las personas, sino que también sea considerado como un servicio que atrae al turista por las experiencias que se puedan obtener.

A través de una investigación exploratoria se demostró que la demanda turística es cautivada, si el servicio de transporte se convierte en una atracción turística; como se da en el caso en los buses de Londres y de algunas ciudades latinoamericanas, ya que; dichos transportes son de doble piso y permiten visualizar sin problema alguno todo el panorama de un destino turístico, considerando geográficamente las rutas, también brindan servicio de internet, cámaras de seguridad, calidad y confort, dichos aspectos generan satisfacción al cliente, desarrollo económico y turístico.

Por otra parte Vilorio (2012), realizó un estudio muy importante denominado “Desarrollo turístico y su relación con el transporte”, con el objetivo de analizar la importancia del transporte como aporte al turismo. La metodología que se utilizó fue investigación documental, basándose en criterios propios de autores, en libros, revistas y de organizaciones que respaldan la actividad turística, por lo tanto se determinó que los transportes son importantes en la actividad turística por que permiten el desplazamiento de personas y la conexión con los elementos básicos de un destino, es decir: alojamiento, establecimientos gastronómicos, centros de recreación, atractivos turísticos, entre otros, generando economía y desarrollo, considerando que actualmente la demanda exige calidad, rapidez, seguridad y confort, factores principales y determinantes que satisfacen las necesidades de las personas.

El autor Campodónico (2010) basa su trabajo de investigación en la incidencia del transporte en el desarrollo turístico de Uruguay, un destino turístico en potencia, con la finalidad de crear propuestas innovadoras para promover el turismo. Mediante una metodología de investigación documental, se determina que una de las propuestas con beneficios positivos, tanto para el destino como para el turista, es crear recorridos que incentiven conocer todos los atractivos naturales y culturales que posee un lugar, porque generan la activación económica no solamente para el transporte, sino también para los servicios de alojamiento, establecimientos gastronómicos, centros de diversión nocturna, tales como bares y discotecas, entre otros.

Los autores Sánchez y Romero (2009) realizaron un estudio sobre la calidad del servicio en el transporte público de pasajeros en México, con el objetivo de identificar qué factores permiten captar la mayor cantidad de usuarios; a través de la investigación exploratoria se identificaron cinco factores que determinan la calidad del servicio: estado físico del transporte, la manera de transportar del conductor, costo del viaje, tiempo del viaje y la atención al cliente, de tal manera que se deben definir estrategias en base al diagnóstico con la finalidad de garantizar la calidad en el servicio de transporte.

Por otro lado, la investigación del autor Cayo (2011) sobre la satisfacción del cliente en Perú, busca medir el grado de complacencia, en base a las experiencias que el turista obtiene al utilizar los servicios turísticos, bajo los parámetros de alto, medio y bajo, mediante un estudio de campo se evidencia que el nivel de satisfacción del turista, en el transporte es bajo, por causa de las condiciones físicas del transporte y la impuntualidad en los horarios de salida, de tal manera se deberán tomar medidas estratégicas para dar seguridad al usuario, porque cubrir las expectativas del turista implica brindar un servicio de calidad.

La investigación de los autores Pasquotto y Augusto (2012) está basada en identificar los elementos que influyen en el nivel de satisfacción del turista en los servicios turísticos de Brasil, mediante un estudio descriptivo cuantitativo se determinó que los paseos turísticos, son muy relevantes a la hora de satisfacer las

necesidades del turista. Para mejorar el nivel de satisfacción del turista se deberán considerar los resultados establecidos en la investigación.

## **DESARROLLO DE LAS TEORÍAS Y CONCEPTOS**

### **Innovación de la oferta de la transportación pública terrestre**

Actualmente la innovación es una herramienta de éxito e indispensable para todas las empresas industriales, comerciales o ligadas al turismo, que trae como resultado el crecimiento de los países. Generalmente la palabra innovación es sinónimo de modificación o cambio, todos en lo absoluto están obligados a modernizarse, debido a que el mercado cada vez se vuelve mucho más competitivo, evidentemente el mundo está evolucionando de manera asombrosa, Las empresas deben estar cambiando constantemente sus productos o servicios, para obtener resultados distintos.

Carbacos (2006) citado por Valadez (2012) manifiesta que la oferta, es un conjunto de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a ofrecer. La oferta genera en el cliente el interés de volver a visitar dicho destino o establecimiento, también permite diferenciarse de la competencia, aunque no por mucho tiempo, debido a que suelen ser imitados o copiados inmediatamente. Por tal motivo las cooperativas de transportación pública, deben innovar continuamente, logrando en los usuarios un nivel de satisfacción alto.

La oferta de servicio en el transporte, es promotora del turismo, no solamente determina un costo turístico, sino que también en su gran mayoría es responsable de la satisfacción o insatisfacción final del turista. En la actualidad General Villamil, se inclina a promover el turismo mediante la utilización de sus recursos naturales y culturales, debido a que la pesca como actividad comercial del sector no sustenta en su totalidad al destino, razón por la cual se está consolidando de manera paulatina otras actividades incluyendo la oferta de servicios en la transportación, como eje potencial que dinamice la economía escuálida que atraviesa el sector antes mencionado.

El crecimiento poblacional del cantón Playas, se lo debe observar desde un punto de vista positivo, la proliferación de grupos de familias que en la actualidad están habilitando varios sectores de terrenos baldíos, se convierte en un agente de desarrollo económico, puesto que los prestadores de servicios de transportación pública, no solo van a satisfacer al turista sino también a moradores del entorno, expandiendo su actividad genera flujo de ingresos y mejora el bienestar de la comunidad.

### **Transporte**

El transporte es considerado como la oferta básica de un destino, por lo tanto; Baca (2013), define al transporte como un medio que permite desplazarse de un lugar a otro, con la finalidad de recrearse en el atractivo que motivó viajar.

Cabe destacar que el transporte indirectamente genera turismo, puesto que es un medio que se encarga de dar a conocer el potencial que tiene un lugar, gracias a los recorridos que realizan, de esta manera se incentivan a las personas a que opten por regresar e involucrarse comúnmente en las actividades naturales o culturales que por festividades o costumbres se realicen en el destino convirtiéndolos en fieles visitantes y generadores de economía. Por otra parte el precio, la seguridad y confort son componentes primordiales que permiten dar calidad al servicio en general.

El servicio actual de transporte terrestre de General Villamil Playas, permite el desplazamiento hacia los sitios aledaños tales como: Engabao, Pto. Engabao, El Morro, Pto. El Morro, lugares que ofrecen atractivos turísticos, gastronomía, deportes extremos y los más importante sitios naturales y culturales, donde las personas pueden recrearse y descansar sin molestia alguna, por tal razón el servicio deberá en este caso mejorar su oferta especialmente en aspectos tecnológicos ya que es muy indispensable, porque permiten cubrir las expectativas del visitante.

### **Atención al cliente**

En la actualidad la atención al cliente es una actividad que constantemente desarrollan las empresas u organizaciones de cualquier índole con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes frente a la competencia.

Pérez (2007) define a la atención al cliente como: *“Elemento diferenciador que debe contar con políticas eficaces, una estructura organizativa coherente, una cultura corporativa dirigida al cliente y una infraestructura que dé soporte a todos los procesos de calidad”* (p. 19).

Por otra parte Godoy (2011) menciona lo siguiente: “Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, por lo tanto, el talento humano como factor clave para el desarrollo y surgimiento económico de la empresa, deberá estar capacitado y ser formado como persona multifuncional para todas las áreas” (p. 30). Cabe recalcar que si la atención al cliente es excelente, aquella persona regresa con tres o más individuos, mientras que si el servicio o atención al cliente es pésima o de mala calidad dicho cliente jamás regresará, por muchas ofertas que ofrezcan los establecimientos ya sean de alojamientos, restaurantes, transporte, entre otros.

Corroborando lo antes mencionado por la autora, se puede considerar que la atención al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un negocio con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada. Así también la atención al cliente se ha convertido en un factor imprescindible en el mundo de los negocios, puesto que al hacer buen uso de este atributo se logra satisfacer los requerimientos y las exigencias de los clientes. La atención al cliente no solo consiste en un trato personalizado, o socializando momentáneamente para que haga su consumo en lo

que se oferta, sino demostrando todo el interés hacia él, reconociendo que el cliente es el personaje más importante del negocio.

### **Técnicas de atención al cliente**

Para que la atención al cliente satisfaga las necesidades de las personas y logre fidelizar al cliente logrando beneficios económicos a la empresa, deberían aplicarse técnicas de atención al cliente.

El autor Blanco (2001) citado por Pérez (2007), señala que la atención al cliente, requiere aplicar procesos o metodologías que encaminen a la identificación de las necesidades de los clientes, de tal manera que permita satisfacer las expectativas del cliente.

Por otra parte, la atención al cliente, hoy en día es aplicada en diferentes ámbitos, de tal manera que se deben utilizar diversas técnicas y estrategias que permitan el éxito total de un negocio. A continuación Páez, (2007) menciona las siguientes técnicas:

**1.- Acogida:** Es fundamental para establecer una buena relación futura con el cliente. Cuando un cliente entra a un establecimiento, aunque lo haya hecho en numerosas ocasiones, se crea una nueva relación, y constituye una nueva

experiencia, caso contrario el cliente no regresará. Es importante brindar un cordial recibimiento al cliente, esta característica despierta el interés de manera que se lo hace sentir importante persuadiéndolo en fiel consumidor del servicio.

**2.- Indagación:** En varias ocasiones el cliente señala con toda confianza el servicio o producto que realmente requiere, así también existen personas que necesitan de asesoramiento que le permita escoger lo que desee de acuerdo a sus intereses.

**3.- Presentación:** Es preferible dar a conocer al cliente cuales son los productos o servicios que ofrece la empresa, ésta debe ser la carta de presentación que alcance sus expectativas, así mismo acoger sugerencias que el cliente pueda emitir, con el propósito de perfeccionar el servicio.

**4.- Persuasión:** Se trata de tener el poder de convencimiento, de manera que el cliente tenga la plena convicción de servirse lo que le ofrecen y consecuentemente tomar decisiones de acuerdo a sus percepciones.

**5.- Cierre de negociación:** El cierre de negociación consiste en poner en acción todas las alternativas, buscando una solución imparcial para que el cliente y el ofertante no se sientan afectados, sino que se logre un acuerdo mutuo en el negocio.

**6.- Despedida:** Las despedidas deberán ser muy sociables y familiarizadas, mostrando actitud positiva, cortesía y gentileza, para que el cliente sienta la necesidad de regresar a un lugar donde recibió atención, afecto y responsabilidad.

### **Tecnología**

Cegarra (2012) expresa lo siguiente: *“La tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlas”* (p. 19)

A partir del siglo XX, el transporte se ha convertido en un medio fundamental del turismo, debido a la afluencia en cuanto al desplazamiento del turista desde su lugar de origen a otro. Es notable el desarrollo turístico de otros destinos gracias a los avances o cambios tecnológicos que se han aplicado en el transporte terrestre. Para muchos países la tecnología en el transporte, significa o representa altos ingresos económicos; a pesar de que la inversión también será elevada pero que la misma será recuperada en corto plazo.

La tecnología va ligada con la innovación, la cual consiste en crear o mejorar un producto o servicio para la satisfacción de la demanda, que a su vez permitirá despertar nuevas expectativas, logrando no solo la estabilidad de la empresa u organización sino la supervivencia de las mismas.

Haciendo un análisis general que sustente los criterios planteados, se determina que para influenciar a los visitantes es necesario dar un cambio trascendental a la oferta de servicios complementarios de transporte ya existente aplicando la innovación como eje fundamental de desarrollo. Cada país o ciudad que apunte a ser reconocida como lugar o destino turístico debe en primer lugar solucionar problemas que impiden desarrollarse como tal.

### **Seguridad del usuario y del transporte**

El término seguridad posee diversos conceptos, en este caso se puede decir que significa estar en un lugar fuera de peligro, la misma palabra transmite confianza y da certeza de cualquier acción.

Mintur (2012), en el manual del conductor de transportes turísticos terrestres, describe lo siguiente: antes de emprender los recorridos; el mantenimiento electrónico - mecánico y limpieza de los transportes, es indiscutiblemente necesario, puesto que; son acciones que permitirán dar mayor seguridad a la existencia y salud de los usuarios, poniendo en consideración ciertos detalles se aminora inconvenientes que suelen presentarse inesperadamente.

Por otro lado, en caso de accidentes o emergencias, el conductor como responsable del transporte deberá tener conocimientos previos de normas de seguridad y primeros auxilios, la intervención inmediata logra generar mayor confianza al

cliente que hace uso de las unidades correspondientes. Se entiende por seguridad y primeros auxilios, a la atención que un individuo no especializado en la rama de medicina, pero que con conocimientos empíricos puede socorrer y salvar vidas. El conductor deberá ser capaz de tranquilizar y transmitir calma a los demás usuarios.

### **Responsabilidad del conductor**

La Real Academia Española, citada por Pérez (2012) define a la responsabilidad como: *“La habilidad del ser humano para medir y reconocer las consecuencias de una situación que se llevó a cabo con plena conciencia y libertad”* (p. 1)

El conductor, antes de emprender un viaje deberá evaluar en su totalidad el transporte, ya que este detalle le genera la plena seguridad de realizar su actividad sin inconveniente alguno.

La responsabilidad del conductor también consiste en cuidar la apariencia interna y externa del transporte, es decir, que el distintivo de la empresa a la que pertenece, el parabrisas, ventanas, cortinas, asientos, piso, tachos de basura, aire acondicionado, tv, radio, parlantes, se encuentren en perfectas condiciones, así como también deberá ser responsable de llevar llantas de emergencias y botiquín de primeros auxilios para cualquier emergencia que se presente a lo largo del camino, salvaguardando la vida de los cliente.

La puntualidad, en el servicio de transporte es parte de la responsabilidad del conductor, y es algo que se debe mejorar evitando retrasar la llegada del usuario a su respectivo destino.

Se concluye por responsabilidad una manera de cumplir una obligación en la que una o varias personas pueden estar involucradas y comprometidas, en este caso es la responsabilidad del conductor o transportista en movilizar a los usuarios desde un sitio a otro, con el mayor cuidado posible.

### **Cooperativas de transporte**

De acuerdo a lo que estipula la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, las cooperativas (2014) son entendidas como:

El conjunto de personas que se han unido de manera voluntaria, con la finalidad de satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. (p. 8)

De acuerdo al autor García (2001) Las cooperativas de transportes son una agrupación de personas con espíritu empresarial cuyo enfoque es brindar el servicio de transportación a la sociedad en general. Corroborando la definición del autor y aplicándola en el ámbito turístico, las cooperativas de transportes en la actualidad

se han convertido en la base fundamental para ofrecer servicio vehicular, de manera que el turista se traslade donde desee pasar su tiempo de esparcimiento.

### **Organización administrativa de las cooperativas de transportes**

Villavicencio (2016) considera que para la perfecta organización administrativa de las cooperativas de transporte, deberán estar sostenidas en los valores como ética, responsabilidad, imparcialidad, apoyo, honestidad, confianza y transparencia, los mismos que deberán ser practicados por sus socios ya que de esta manera se garantiza el buen funcionamiento, fraternidad y perdurabilidad de las cooperativas.

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2014):

Las cooperativas deberán contar con una asamblea general de socios o de representantes, un consejo de administración y vigilancia, deberán regirse a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, la misma deberá constar en el estatuto social y reglamento de la cooperativa. (p. 10)

Entonces una vez analizado el criterio de los autores en mención, se determina que las organizaciones administrativas de las cooperativas de transporte Villamil y Posorja, deberán trabajar con responsabilidad y cumplir con los reglamentos establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, por el bien de las cooperativas y de las personas que requieren el servicio de transportación pública. Alcanzar el éxito y diferenciarse de la competencia que existe en otras

ciudades, implica trabajar con esfuerzo, dedicación y predisposición de quienes estén al mando de la cooperativa.

### **Rutas de transportes**

La Real Academia Española, citada por Pérez (2012) determina que las rutas de transporte son consideradas los caminos o carreteras que permite a las personas trasladarse de un sitio a otro, generalmente las rutas son asfaltadas para el correcto tránsito vehicular, pudiendo también disfrutar de los diversos paisajes en el transcurso del viaje.

Las rutas de transportes van a variar de acuerdo a la situación geográfica o necesidad de cada destino. Actualmente la cooperativa de transporte Villamil ha expandido su servicio por las siguientes rutas Playas - Guayaquil / Puerto El Morro - Guayaquil y viceversa; mientras que la cooperativa de transporte Posorja brinda su servicio desde Posorja – Playas - Guayaquil e inversamente.

Actualmente los horarios de salida de los transportes de la cooperativa Villamil desde el terminal de Guayaquil son desde las 04h00 a.m. hasta las 21h00 p.m., y la salida desde el terminal de Playas es desde las 04h00 a.m. hasta las 20h00. Los horarios de salida de los transportes de la cooperativa Posorja desde el terminal de Guayaquil son desde las 04h00 a.m. hasta las 20h30 p.m., y la salida desde el terminal de Posorja es desde las 03h40 a.m. hasta las 19h30. Es muy importante

conocer que las cooperativas de transportes movilizan alrededor de 2.000 pasajeros diariamente, 3.500 los fines de semana y cerca 20.000 en temporadas altas o feriados.

## **Precios**

Kotler y Armstrong (2012), consideran al precio como *“La cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio. En otros términos, es también la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar y disfrutar un bien o un servicio.”* (p. 290).

Hoy en día, el precio es quien influye en la decisión de compra del ser humano y en la posición competitiva de las empresas, puesto que se involucra en los ingresos generales y la utilidad neta del negocio.

La fijación de precios es una herramienta fundamental de todo negocio, debido a que el cliente percibe el valor del producto o servicio, es decir que si los consumidores observan que el precio es mayor que su valor no lo adquieren. Para la fijación de precios, es necesario estudiar los factores internos y externo de la empresa e incluso a la competencia, ya que no se puede establecer precios por debajo del costo de un producto o servicio, esto implicaría baja rentabilidad en el negocio.

En la actualidad, el precio del pasaje de la cooperativa de transporte Villamil, desde el terminal de Guayaquil a Playas es de \$3.10 incluyendo tasa y de Playas a Guayaquil es de \$2.85. Por otra parte el precio del pasaje de la cooperativa de transporte Posorja, desde el terminal de Guayaquil a Posorja es de \$3.85 incluyendo tasa y de Posorja a Guayaquil es de \$3.50.

En consecuencia a lo mencionado anteriormente por los autores, el precio en las cooperativas de transporte puede depender del valor agregado que deseen incorporar en el servicio de transporte, en el caso de que el cliente pague más por un pésimo servicio, optará por visitar otros destinos turísticos, donde el servicio que oferta la planta turística satisfaga todas sus necesidades. Todo es cuestión de implementar estrategias que beneficien a las cooperativas y usuarios.

### **Satisfacción del cliente**

Es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente. La satisfacción del cliente se define como "el número de clientes, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus experiencia con una empresa, sus productos, o sus servicios superan los niveles de satisfacción establecida.

Thompson (2012) hace referencia a que hoy en día la satisfacción al cliente se ha convertido en un requerimiento indispensable para posicionarse en la mente del consumidor.

Por otra parte el autor Kotler (1989) citado por Thompson (2012), define a la satisfacción del cliente como: El nivel del estado de ánimo de una persona cuando recibe un producto o servicio y este a su vez causa efecto negativo o positivo según las expectativas del cliente.

Thompson explica que existen tres niveles de satisfacción del cliente, los mismos que se generan después de haber adquirido el producto o servicio. A continuación se detallan:

**1.- Bajo:** En el cliente se genera un sentimiento de enojo o insatisfacción, cuando el producto o servicio adquirido no cumple con las expectativas que él requiere. Generalmente las empresas suelen emitir publicidad engañosa, argumentando brindar servicio de calidad, precio, confort, entre otros aspectos, en muchos de los casos los clientes suelen ser engañados por el marketing de dichas entidades, y por lo tanto jamás volverán a tener de regreso a un cliente que no ha cubierto sus necesidades. Un cliente insatisfecho cambiará de marca o empresa inmediatamente.

**2.- Medio:** Se produce cuando las empresas trabajan arduamente en la formación del empleado, con la finalidad de brindar servicio y atención al cliente de calidad. Un empleado capacitado y muy bien remunerado genera compromiso con la empresa, esto conlleva a la satisfacción del cliente. Un cliente satisfecho se mantendrá fiel aunque en el mercado salgan otras empresas con las mismas características.

Cabe destacar que para la generación de satisfacción del cliente es muy importante realizar un estudio de mercado, analizando las características y necesidades del cliente, entre otros aspectos.

**3.- Alto:** Es generada cuando las empresas exceden en el servicio que brindan al cliente. Evidentemente el cliente regresará con dos o más personas. Un cliente complacido siempre será leal a la empresa, marca, producto o servicio.

De acuerdo a los criterios de autores citados, se concluye que la satisfacción al cliente se logra cuando el dueño de la organización y sus colaboradores brindan un bien o servicio que cumpla las expectativas y requerimientos que el cliente busca al momento de ser atendido. Por otra parte la satisfacción del cliente es aquello que ha traspasado fronteras de tal manera que se ha convertido en una exigencia mundial, a todas las personas le gusta complacer sus necesidades recibiendo un servicio de calidad ante todo.

## **Necesidades del cliente**

Sandhusen (2002) citado por Thompson (2012) define a las necesidades como: *“Aquellas sensaciones que se le presenta al ser humano como impulsos casi imposibles de controlar, hasta conseguir lo que se necesita”*. Si queremos diferenciarnos de la competencia, debemos precisamente tener un alto estándar de excelencia. En conclusión, para conocer realmente las necesidades del cliente es imprescindible la elaboración y ejecución de una encuesta que determine cuáles son las necesidades reales de los clientes, de tal manera que se tomen las medidas respectivas para el perfeccionamiento del servicio.

## **Beneficio de la satisfacción al cliente**

De acuerdo a lo que establece Thompson (2012) existen tres beneficios importantes después de brindar calidad en el servicio que se oferte.

**Beneficio N° 1:** Si un cliente es satisfecho con la compra del producto o servicios, el cliente regresa hasta convertirse es un fiel comprador o consumidor de aquello que la empresa oferte en el mercado.

**Beneficio N° 2:** El cliente que ha sido satisfecho por la adquisición del producto o servicio, se encargará de promocionar sin compromiso alguno a sus demás familiares, conocidos, amigos, toda la oferta que la empresa tenga a disposición en

el mercado. Por lo tanto, el beneficio es publicidad gratuita a través de la calidad y atención al cliente emitido desde el primer momento.

**Beneficio N° 3:** Un cliente que se siente satisfecho se olvida por completo de adquirir los productos o servicios de la competencia. Entonces la empresa se convierte en la número uno en el mercado.

### **Calidad en el servicio de transporte**

Según la Organización Mundial de Turismo, citada por Gesualdo (2011), considera a la calidad en el aspecto turístico como “El resultado de un proceso que implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas de los consumidores con respecto a los productos y servicios, a precios accesibles con factores como seguridad, higiene, accesibilidad y transparencia”.

Actualmente la demanda se ha vuelto muy exigente frente a los productos y servicios que existen en el mercado, de tal manera que las empresas crean estrategias que permitan diferenciarse de la competencia, fidelizar clientes y cubrir las necesidades o expectativas del cliente.

Villagómez (2014), Director del observatorio de movilidad de Quito, menciona que la calidad del servicio en medio de transporte es lo primordial, el mismo que deberá

ser seguro, agradable, las rutas y frecuencias se las deben realizar en corto tiempo con el propósito de disminuir tiempo entre un destino y origen.

Desde el punto de vista de otro autor, Pedro (2003), la calidad de servicio lleva en primera instancia, a considerar que la entidad pública prestataria de servicio sea responsable de orientar su actividad hacia la satisfacción del usuario.

De acuerdo a las definiciones citadas anteriormente, se puede concretar que la calidad en la prestación de servicio de transporte se ha convertido en un requisito imprescindible, las personas continuamente están en busca de una mejor asistencia; por lo tanto, se deberá generar estrategias que atiendan las expectativas del cliente y que esto a su vez contribuya a un rendimiento económico favorable.

## **FUNDAMENTOS SOCIALES, PSICOLÓGICOS Y LEGALES**

### **Social**

La innovación de la oferta de transportación pública aportará positivamente a la sociedad en general debido a que el perfeccionamiento de los servicios, traerá consigo nuevas oportunidades de trabajo, que permitirá mejorar la actual situación económica por la que está atravesando la localidad, solo es cuestión de brindar un mejor servicio que influya positivamente en el comportamiento y necesidades del visitante.

La presente investigación, busca beneficios equitativos tanto para la localidad como para las cooperativas de transporte, siempre y cuando no se difunda por ningún motivo publicidad engañosa del servicio a ofertar, causando daños o perjuicios que afecten la integridad de las personas. Para evitar los hechos antes mencionados la empresa prestataria del servicio tendrá la obligación de proveer información clara, precisa y concisa.

### **Psicológico**

Todo proyecto de diferente característica al iniciarse crea incertidumbre exclusivamente a los involucrados, debido a que no se sabe verdaderamente el impacto que este va a generar al momento de considerarlo, el estado psíquico de las personas se altera, causando inquietud, nerviosismo, entre otras, al no saber definitivamente el resultado que se obtendrá pese a las distintas estrategias que se tiene previsto llevar a cabo.

### **Legal**

A continuación, se puntualizan los incisos y numerales sobre las disposiciones de la Constitución del Ecuador, Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, que fundamentan y respaldan el desarrollo del proyecto de investigación. En el Ecuador, la Constitución respalda a la educación, a su vez, promueve el desarrollo de investigaciones científicas y tecnológicas que generen

efectos positivos al país.

De acuerdo a la Constitución del Ecuador, Título II, Derechos, Capítulo segundo, de los derechos del buen vivir, las empresas que se dediquen a la prestación de servicios públicos, tienen la obligación de incorporar sistemas que permitan medir el nivel de satisfacción del usuario según la atención recibida. A lo largo del proceso dicho sistema mejorará las actitudes de las personas que ofrecen asistencia al usuario.

Por lo consiguiente el artículo 54, explica que las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, de mala calidad, automáticamente son responsable de asumir acusaciones civiles o penales, esto se dará siempre y cuando el servicio que ofrecen ponga en riesgo la vida de las personas.

En conclusión, las empresas o entidades que presten servicios públicos en este caso de transportes, deberán innovar y velar por la seguridad e integridad de los usuarios, de tal manera que permita brindar un servicio de calidad que promueva el bienestar de las personas.

De acuerdo al Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, Libro II, del Transporte Terrestre Automotor, Título I, de las Condiciones de Transporte Terrestre, p. 14 - Artículo 40.- Menciona que el transporte terrestre, es

un servicio que deberá estar ligado a las condiciones de responsabilidad, accesibilidad, comodidad, seguridad y calidad. Todo aquello garantizará el confiable acceso a los servicios de transporte terrestre; así mismo responderá al cumplimiento de la calidad y responsabilidad en los servicios de transportes, con proyecciones sostenibles y sustentables.

En la ley de Turismo, en el Capítulo II, de las actividades turísticas y de quienes las ejercen, Artículo 5.- Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a) Alojamiento, b) Servicios de alimentos y bebidas, c) Transportación, cuando se dedica al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.

## **CAPÍTULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo se describen los materiales y métodos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo de titulación, cabe recalcar que existen diversos tipos de investigaciones, entre ellos están la exploratoria, documental, campo, y descriptiva con idea a defender entre otras, sin embargo, fue necesario analizar el grado de complejidad del estudio para emplear la metodología de la investigación de manera correcta y de esta manera concretar resultados que beneficie a la localidad en general.

En base a lo expuesto anteriormente, el tipo de investigación que se aplicó según la necesidad del estudio fue descriptiva con idea a defender, porque implicó indagar la realidad de los hechos, fue preciso conocer si con el servicio que prestan las cooperativas de transporte en la actualidad, se satisfacen las necesidades de los visitantes de General Villamil; en su gran mayoría existe un descontento por parte de los usuarios debido a las irregularidades en velocidad, seguridad y tecnología. A causa de esta situación se diseñaron estrategias de innovación, para mejorar el nivel de satisfacción del visitante, las mismas que a futuro podrían ser consideradas, cuidando la integridad de los pasajeros, mejorando flujos económicos que sustente el desarrollo de la localidad.

Para que la investigación fuese más exhaustiva, se dialogó con el personal operativo de las cooperativas de transporte público tales como Villamil y Posorja, dicho diálogo permitió esclarecer la problemática que existe hoy del destino en mención. Por otra parte fue necesario indagar y profundizar la revisión literaria, fundamentaciones teóricas, sociales, y legales, las mismas que fueron sustentadas en base a los criterios de autores que se analizaron en fuentes de información primaria y secundaria; entre ellos, artículos científicos, revistas, libros, etc.

## **MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Método inductivo**

La investigación establecida en el presente documento se basó en la observación de los hechos, en el análisis de otros estudios y en los criterios de varios autores, como punto de comparación para la correcta elaboración de las respectivas conclusiones generales del estudio.

### **Método deductivo**

Este método conlleva a la determinación de las diferentes causas por lo cual se ha originado el problema, entre ellos está involucrada la mala calidad y atención al cliente, la delimitada oferta de servicios en las cooperativas de transportación pública, lo que implicó analizar los resultados de la entrevista y encuesta, para elaborar conclusiones en base a los criterios de los visitantes.

## **Método explicativo**

El presente método implicó analizar las falencias en el servicio de transportación pública, para el respectivo diseño de estrategias que permitieran corregir aquello que no admite la satisfacción del cliente.

## **DISEÑO DE MUESTREO**

### **Población**

La población y el muestreo dependieron de la naturaleza del problema y de los objetivos establecidos, por lo tanto para el desarrollo de la investigación se consideró a los visitantes de General Villamil.

**Tabla N° 1 Población**

<b>Población</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Instrumento de investigación</b>
Visitantes	100.000	Encuestas
Socios de Cooperativas	4	Entrevistas
<b>Total</b>	<b>104.000</b>	

Elaborado por: Mite, G. (2017)

### **Muestreo**

Establecida la población objetiva dentro del proyecto de investigación, se obtuvo una muestra específica, con la finalidad de aplicar un instrumento de investigación,

en este caso la encuesta, y obtener información relevante que facilite la obtención de resultados para minimizar o regular la problemática que se analiza en el presente estudio.

**Tabla N° 2** Datos para calcular la muestra

<b>Tamaño de la muestra</b>	
<b>n:</b> Muestra	<b>383</b>
<b>N:</b> POBLACIÓN	100.000
<b>P:</b> Probabilidad acumulada	0.5
<b>Q:</b> Probabilidad no ocurrente	0.5
<b>E:</b> Error máximo	5%
<b>Z:</b> Nivel de confiabilidad	1.96

Elaborado por: Mite, G. (2017)

En el presente trabajo de investigación se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que se está trabajando con la población específica de visitantes que ingresan a General Villamil. Todos tienen la probabilidad de ser incluidos o seleccionados para la obtención de resultados exitosos.

## **DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para que la investigación fuese más exhaustiva, se consideró la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación, entre ellos fuentes primarias que corresponden a la encuesta y entrevista.

## **Encuesta**

En el presente trabajo de investigación se aplicaron las encuestas, que permitieron analizar los criterios de los visitantes de General Villamil, con relación a la problemática establecida en el documento, para este fin se plantearon 11 preguntas, las cuales fueron analizadas y validadas, por los Docentes Lcda. Tannia Aguirre e Ing. Joel Fortis, cabe recalcar que se mejoraron ciertas preguntas para que el objetivo de la encuesta pueda ser alcanzado.

## **Entrevista**

En este caso las entrevistas fueron dirigidas a socios de las cooperativas de transportes Villamil y Posorja, consideradas en el presente proyecto de investigación, de igual manera las encuestas fueron analizadas y validadas por los Docentes Lcda. Tannia Aguirre e Ing. Joel Fortis, en la entrevista se consideraron cinco preguntas específicas, las mismas que permitieron la recolección de la información precisa y necesaria.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIONES**

#### **ANÁLISIS DE ENTREVISTAS**

##### **1.- ¿Cuál es la cantidad exacta de unidades de transportes con la que cuenta la cooperativa?**

Las personas entrevistadas proporcionaron la siguiente información: la cooperativa de transporte Villamil cuenta con 32 Unidades, 22 de ellas están climatizadas, cuentan con sistema de vigilancia y monitoreo, así mismo la cooperativa de transporte Posorja cuenta con 38 unidades climatizadas. Actualmente ambas cooperativas están en proceso de adquirir nuevos buses con la finalidad de mejorar el servicio, especialmente en temporadas altas, que es donde generalmente hacen falta transportes para movilizar a la gran cantidad de personas que visitan General Villamil, evitando así las extensas colas que se forman para comprar boleto, obstaculizando la circulación a los vehículos más pequeños.

##### **2.- ¿Usted considera que el servicio que brinda la cooperativa de transporte satisface las necesidades del usuario? ¿Por qué?**

Los entrevistados concuerdan en que ambas cooperativas si satisfacen las necesidades de los usuarios, por que movilizan a las personas a su lugar de destino sin problema alguno, pero también consideran que las cooperativas de transportes

tienen mucho por mejorar y reflexionan que ofreciendo otros tipos de servicios podrían satisfacer por completo las necesidades de los usuarios.

**3.- ¿Cree Usted que innovando el servicio de transporte, mejorará el nivel de satisfacción de visitante de General Villamil?**

Si mejorará el nivel de satisfacción del visitante de General Villamil, debido a que las personas están en busca de algo nuevo, hoy en día la tecnología en los buses de transportación pública, se ha vuelto imprescindible ya que permite perfeccionar la oferta, sin duda alguna esto se sumará a la contribución del desarrollo turístico del destino en mención.

**4.- ¿Qué otros servicios complementarios cree que se deberían implementar en las cooperativas de transporte?**

Las personas entrevistadas coinciden en que deberían implementarse en todas las unidades el servicio de zona wifi, hoy en día es uno de los principales medios tecnológicos que llama mucho la atención de los usuarios, esto permitiría sumar puntos a favor en lo que respecta a la satisfacción del cliente; otro de los servicios que podría implementarse es el pago con tarjeta electrónica, siempre y cuando se realice un estudio que indique la factibilidad del mismo, evitando situaciones parecidas a las que sucedieron cuando se implementó dicho servicio en los buses de la provincia de Santa Elena.

**5.- ¿Desde su punto de vista, qué importancia tiene el transporte en el turismo?**

El transporte cumple un papel muy importante en el turismo, ya que permite trasladar a las personas de un lugar a otro, dando la facilidad de conocer cada uno de los atractivos turísticos que posee un destino. El transporte es el motor que conlleva a la obtención de experiencias de cada ser humano.

**ANÁLISIS DE DATOS**

Pregunta 1.- ¿Cuál es su Género?

**Tabla N° 3 Género**

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
1	Masculino	261	68,15%
	Femenino	122	31,85%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

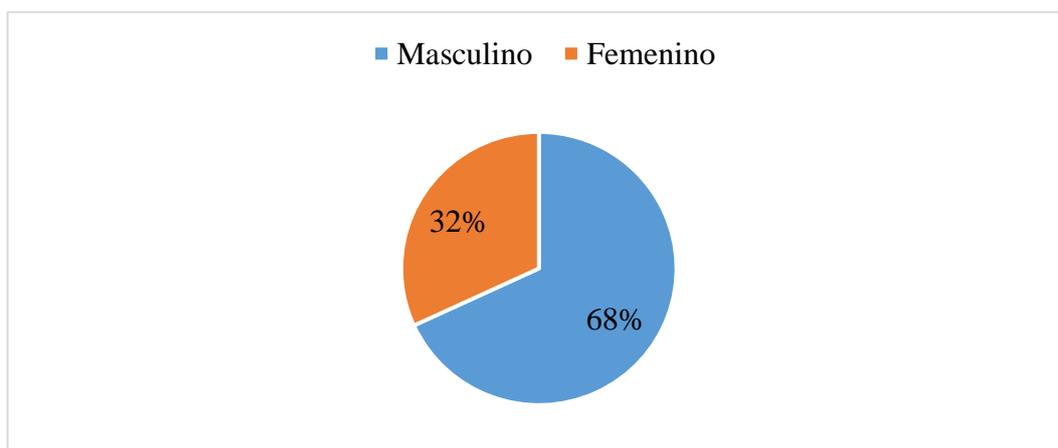
**Fuente:** Visitantes de General Villamil

**Elaborado por:** Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 1 Género**

**Fuente:** Visitantes de General Villamil

**Elaborado por:** Mite, G. (2017)



De acuerdo a las encuestas, se puede determinar que la información obtenida fue de un 68% que corresponde al género masculino y con un 32% al género femenino. Dichas personas contribuyeron con sus criterios de acuerdo a las preguntas citadas en el instrumento de investigación, para identificar el nivel de satisfacción con relación a los servicios que ofertan en la actualidad las cooperativas de transportes públicos de General Villamil.

Pregunta 2.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?

**Tabla N° 4** Lugar de procedencia

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
2	Guayaquil	313	81,72%
	Quito	15	3,92%
	Manabí	14	3,66%
	Santa Elena	13	3,39%
	Loja	13	3,39%
	Riobamba	15	3,92%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

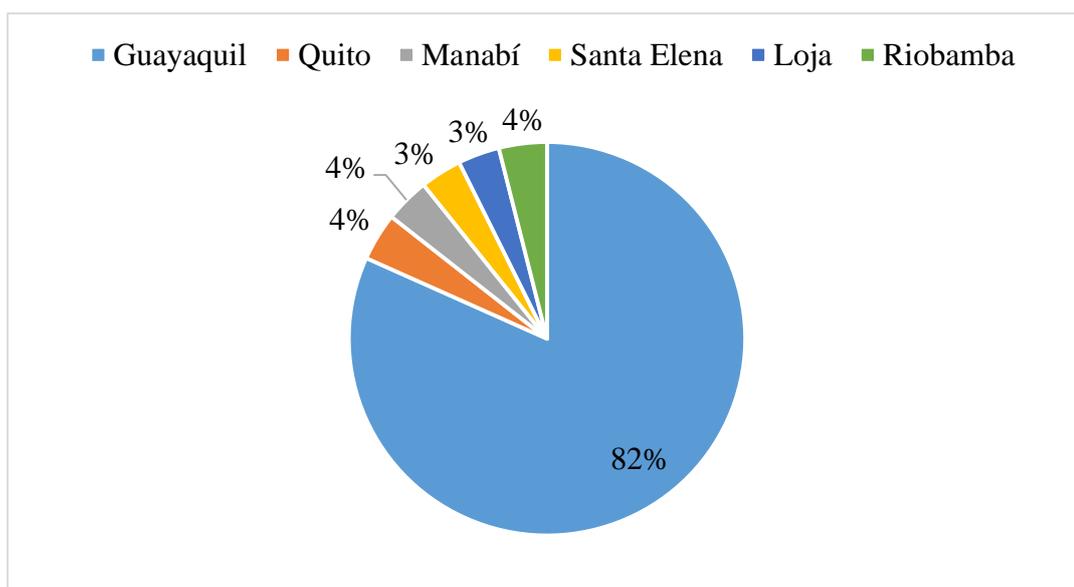
Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 2** Lugar de procedencia

Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)



Conforme a lo que se establece en la gráfica, se puede observar que General Villamil es visitado por personas de diferentes lugares del Ecuador; sin embargo, por la cercanía que existe entre ambos lugares, los guayaquileños son los que visitan constantemente dicho destino.

Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia Usted visita General Villamil?

**Tabla N° 5** Frecuencia de visita a General Villamil

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
3	Todos los días	60	15,67%
	1 vez a la semana	146	38,12%
	2 veces a la semana	107	27,94%
	1 vez al mes	42	10,97%
	1 vez al año	28	7,31
	<b>Total</b>		<b>383</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 3** Frecuencia de visita a General Villamil

Fuente: Visitantes de General Villamil



Elaborado por: Mite, G. (2017)

Los datos estadísticos revelan que en su gran mayoría las personas visitan a General Villamil, 1 o 2 veces a la semana, con la finalidad de disfrutar del sol, mar y arena; por otra parte un 16% indica viajar todos los días debido a cuestiones de trabajo. Esto demuestra que de alguna u otra manera utilizan la transportación pública para movilizarse de un lugar a otro, cuyos fines han sido mencionados anteriormente, de tal manera que se considera necesario mejorar el servicio por los constantes viajes que se realizan, logrando satisfacer las necesidades de los usuarios.

Pregunta 4.- ¿Cuál es el motivo por el cual Ud. visita General Villamil?

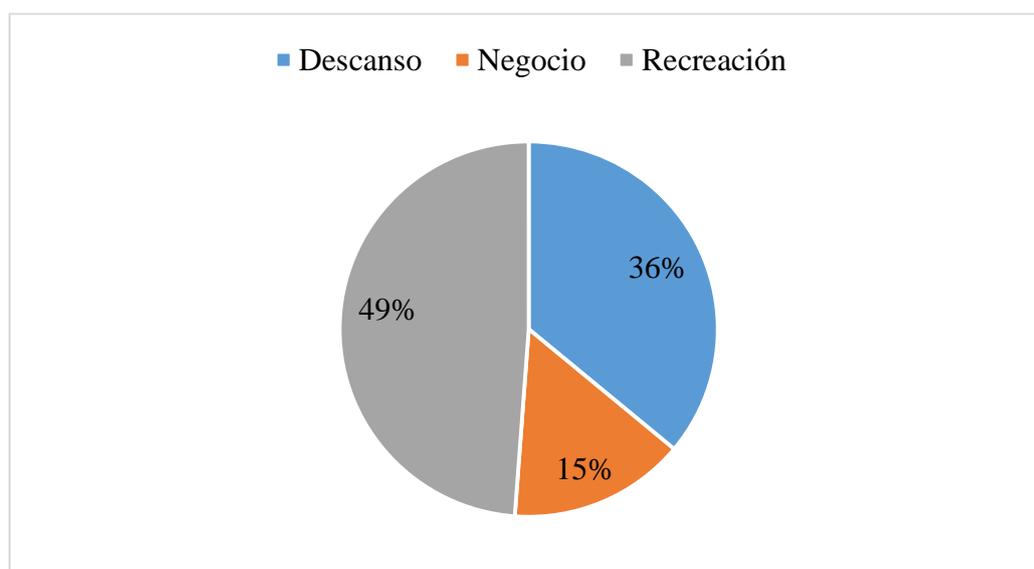
**Tabla N° 6** Motivo de visita a General Villamil

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
4	Descanso	138	36,03%
	Negocio	58	15,14%
	Gastronomía	0	0%
	Recreación	187	48,83%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 4** Motivo de visita a General Villamil



Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

Dicho análisis determina que los principales motivos por los cuales los usuarios prefieren visitar General Villamil, son por recreación y descanso; las intensas horas de trabajo exigen a las personas tomarse un merecido descanso en la playa o sitios aledaños del destino en mención.

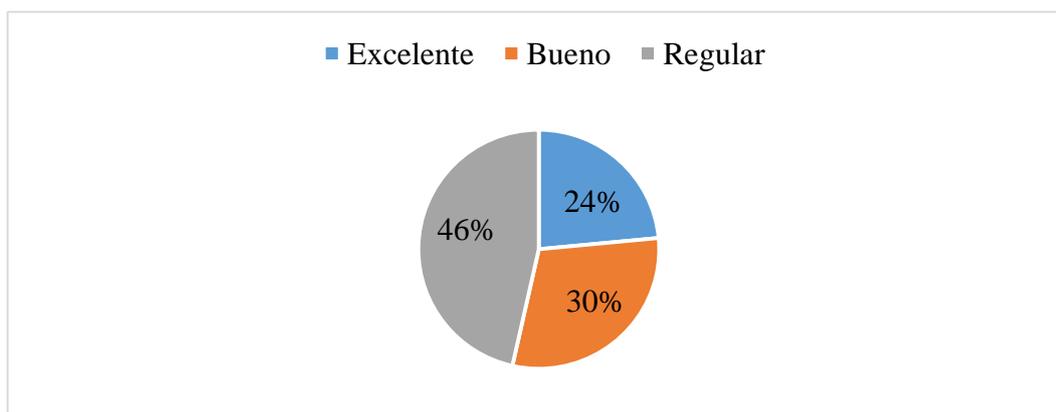
Pregunta 5.- ¿Cómo Usted considera el servicio que recibe de las cooperativas de transportación pública terrestre de General Villamil?

**Tabla N° 7** Calificación del servicio de atención al cliente

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
5	Excelente	90	23,50%
	Bueno	115	30,03%
	Regular	178	46,48%
	Malo	0	0%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 5** Calificación del servicio de atención al cliente



Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

De acuerdo a los resultados, los usuarios consideran que el servicio que brindan las cooperativas de transporte público es regular debido a que no todas las unidades cuentan con tecnología y seguridad, por lo tanto no les permite ser partícipes en su totalidad de la calidad del servicio, aparte la atención que brindan especialmente en boletería no es el adecuado, el saludo es lo primordial en toda empresa, cabe destacar que en muchas ocasiones se han extraviado equipajes de los usuarios, por lo tanto se debería tener un poco más de control.

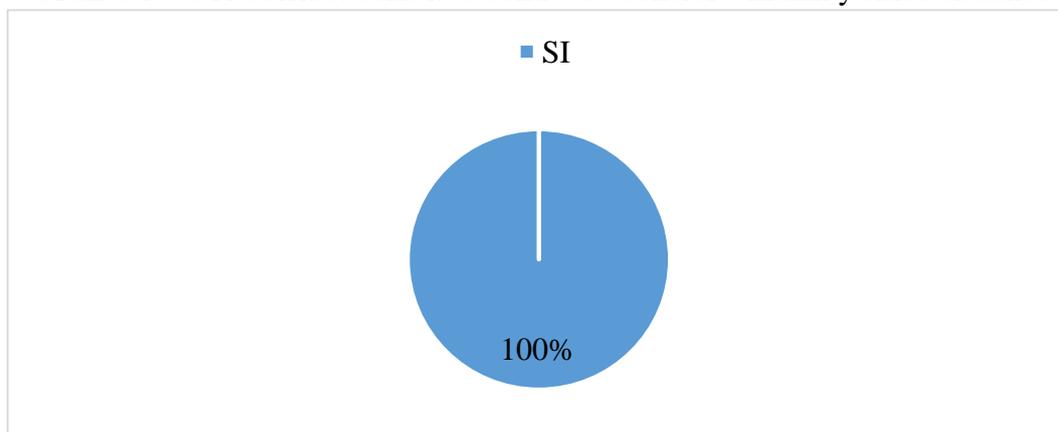
Pregunta 6.- ¿Le gustaría que las cooperativas de transportes realizaran recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños?

**Tabla N° 8** Recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
6	Si	383	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 6** Recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños



Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

Todas las personas encuestadas manifestaron que si les gustaría que las cooperativas de transportes oferten el servicio de recorridos turísticos, ya que es una actividad muy interesante y novedosa, solo es cuestión de fijar precio y establecer lugares a conocer, esto incrementaría los ingresos de las cooperativas, los cuales permitirían la adquisición de transportes especializados para realizar la actividad como corresponde. Guayaquil, Salinas, Loja y Quito, ofrecen dicho servicio, lo cual se ha convertido en un atractivo turístico de los destinos en mención.

Pregunta 7.- ¿Considera necesario que las cooperativas de transportes de General Villamil, mejoren constantemente la calidad de sus servicios?

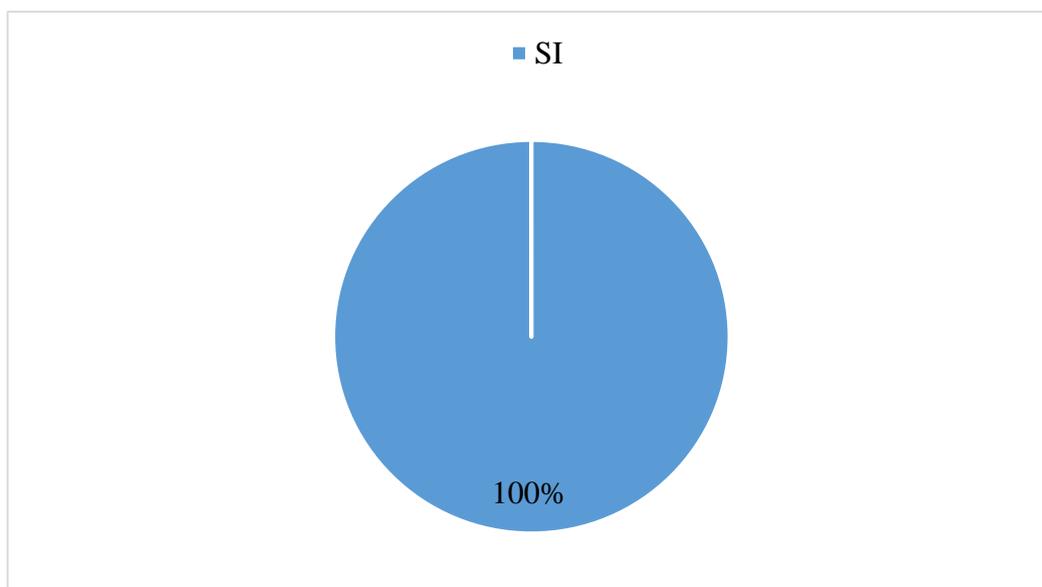
**Tabla N° 9** Mejorar la calidad del servicio

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
7	Si	383	100%
	No	0	0%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 7** Mejorar la calidad del servicio



Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

Todas las personas manifiestan que es muy necesario e importante mejorar la calidad de los servicios que ofertan las cooperativas de transporte público, debido a que hoy en día recibir calidad es tendencia, ayuda a fidelizar a los usuarios y a estabilizar la economía de las empresas; en este caso la cantidad si dependerá de la calidad de sus servicios.

Pregunta 8.- ¿En qué aspectos cree Usted que las cooperativas de transporte público terrestre de General Villamil, deberían mejorar?

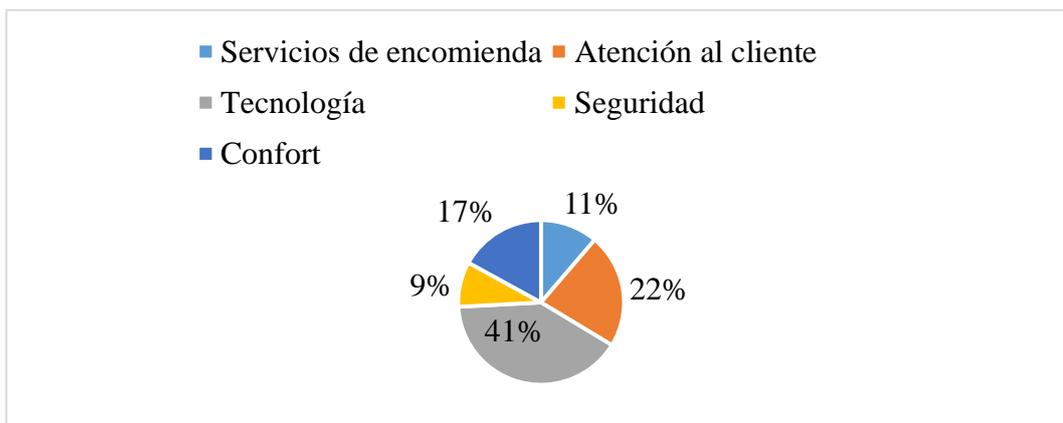
**Tabla N° 10** Aspectos que deberían mejorar las cooperativas de transporte

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
8	Servicios de encomienda	43	11,23%
	Atención al cliente	86	22,45%
	Tecnología	155	40,47%
	Seguridad	34	8,88%
	Confort	65	16,97%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 8** Aspectos que deberían mejorar las cooperativas de transporte



Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

Hoy en día las personas están ligadas al cambio; por lo tanto, consideran que entre los aspectos más importantes que las cooperativas de transportes públicos deberían mejorar están la tecnología y servicio de atención al cliente, estas opciones influyen en los niveles de satisfacción de los usuarios, de tal manera que es necesario ser renovadas, a pesar de que de que la seguridad y confort no se quedan atrás porque también son indispensables.

Pregunta 9.- ¿Qué otro servicio pueden considerar las cooperativas de transportación pública terrestre, para mejorar la calidad del servicio?

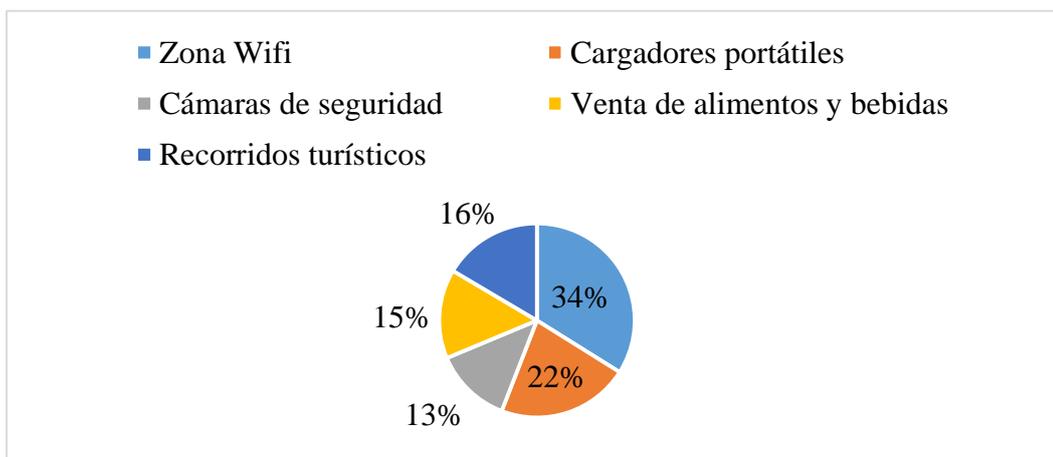
**Tabla N° 11** Otros servicios que pueden considerar las cooperativas de transporte

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
9	Zona wifi	130	33,94%
	Cargadores portátiles	84	21,93%
	Cámaras de seguridad	49	12,79%
	Venta de alimentos y bebidas	57	14,88%
	Recorridos turísticos	63	16,45%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 9** Otro servicio que pueden considerar las cooperativas de transporte



Fuente: Visitantes de General Villamil

Elaborado por: Mite, G. (2017)

Los visitantes dan a conocer que para mejorar en su totalidad la calidad del servicio que brindan las cooperativas de transportación pública terrestre de General Villamil, es necesario considerar las zonas wifi y cargadores portátiles en todos los transportes, hoy en día es lo que más atrae al turista, no dejando de lado los recorridos turísticos y la venta de alimentos y bebidas.

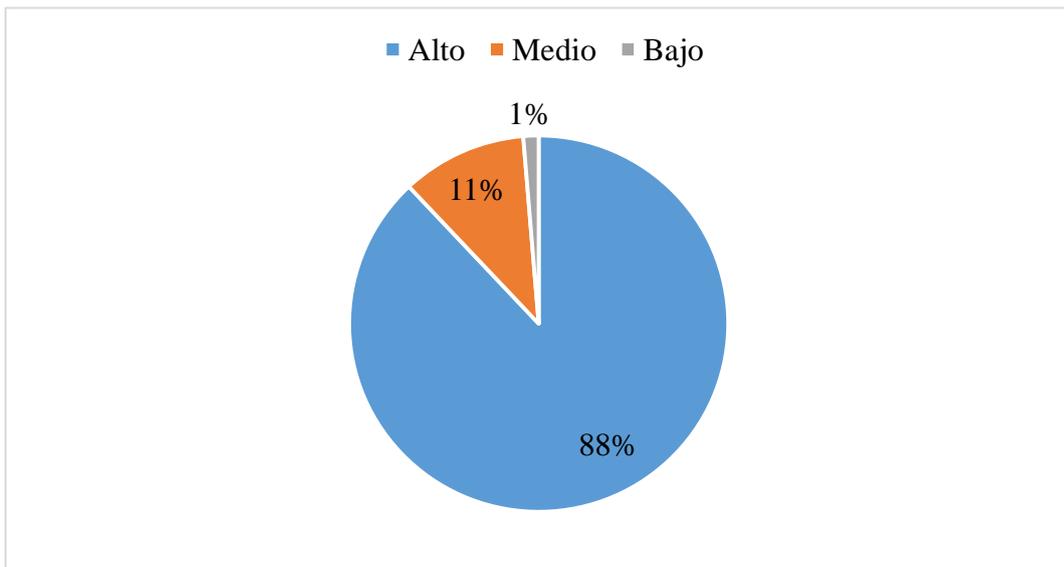
Pregunta 10.- ¿Diversificando la oferta de la transportación pública terrestre de General Villamil, su nivel de satisfacción sería?

**Tabla N° 12** Nivel de satisfacción si se diversificara la oferta del servicio

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
10	Alto	337	87.99%
	Medio	41	10.70%
	Bajo	5	1.31%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 10** Nivel de satisfacción si se diversificara la oferta del servicio



Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

De acuerdo a los resultados el 88% de los visitantes encuestados, manifiestan que su satisfacción ascendería a un nivel alto, innovando la oferta de la transportación pública terrestre, siempre es bueno hacer cambios y salir de la zona de confort, esto implica convertirse en competencia para los destinos cercanos.

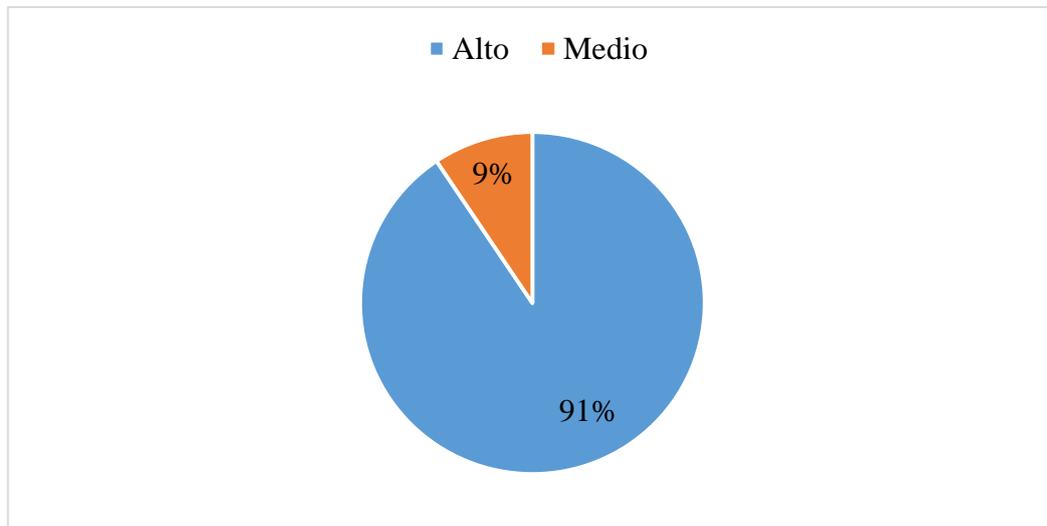
Pregunta 11.- ¿Mejorando las instalaciones de las cooperativas de transporte público terrestre, su nivel de satisfacción sería?

**Tabla N° 13** Nivel de satisfacción si se mejoran las instalaciones de las cooperativas de transporte

Ítem	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
11	Alto	347	90,60%
	Medio	36	9,40%
	Bajo	0	0%
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Gráfico N° 11** Nivel de satisfacción si se mejoran las instalaciones de las cooperativas de transporte



Fuente: Visitantes de General Villamil  
Elaborado por: Mite, G. (2017)

Los datos estadísticos revelan que los visitantes prefieren que se mejoren las instalaciones de las cooperativas de transporte, esto aportaría a su alto nivel de satisfacción.

## **LIMITACIONES**

En el presente trabajo de investigación se presentaron diversas limitaciones, las mismas que se detallan a continuación:

Hubo complicaciones al momento de querer aplicar uno de los instrumentos de investigación, en este caso las encuestas, debido a que los visitantes de General Villamil no querían colaborar por temor a que su información fuese utilizada para actos penados por la ley, tales como robo entre otros. Por otra parte las encuestas se las realizó en la semana de carnaval, que fue feriado para cumplir con las 384 encuestas, esto retrasó la entrega del trabajo de investigación en la fecha establecida en el cronograma de tutorías.

## **RESULTADOS**

Entre los resultados más relevantes encontrados, se determinó que el servicio de transporte que desean recibir los visitantes de General Villamil para aumentar su satisfacción están relacionados con calidad de los servicios como la tecnología (40%), la atención al cliente (22%), confort (16%) y seguridad (8%), corroborando esto los entrevistados quienes mencionaron que se deben fortalecer estos aspectos ya que se trata de un turista que visita frecuentemente el destino. Se pudo identificar que entre los servicios que requieren los visitantes están el servicio de zona wifi, (33%) cargadores portátiles el (21%) y los recorridos turísticos por los sitios

aledaños de General Villamil (16%) y que de implementarse su nivel de satisfacción mejorará si se realiza un cambio radical a la oferta (100%).

El 48% de las personas encuestadas manifestaron que el motivo de desplazarse hacia General Villamil, es por recreación, mientras que un 38% mencionó que la frecuencia de visita hacia el destino en mención son los fines de semana, donde generalmente el servicio de transporte se colapsa, esto incentiva a la implementación de nuevos autobuses, con la finalidad de mejorar el servicio.

Por lo tanto, el diseño de estrategias de innovación, permitirá mejorar la satisfacción del cliente y la oferta de la transportación pública del destino en mención.

**Propuesta:**

En la presente investigación se detalla a continuación las estrategias que permitirán mejorar el servicio de transportación pública, con la finalidad de cubrir las expectativas del visitante de General Villamil.

**Objetivo:** Mejorar el nivel de satisfacción de los visitantes que utilizan el servicio de transportación pública de General Villamil.

1.- Mejorar, la calidad del servicio y atención al cliente debido a que en el análisis de datos se refleja que existen visitantes que califican a este servicio como regular, situación que no permite la satisfacción de cliente, a través de capacitaciones principalmente al personal operativo de las cooperativas de transportes.

2.- Mejorar el aspecto interno y externo de los transportes de las cooperativas Villamil y Posorja, manteniendo el respectivo orden y limpieza de los buses, considerando que la primera impresión de la presentación jamás se olvida, aquello forma parte de la calidad del servicio.

3.- Respetar el horario de salida de los transportes, evitando que el usuario o turistas, se sientan insatisfechos por el servicio, mediante la organización y control respectivo de los buses de las cooperativas.

4.- Implementar tecnología, tales como: GPS (Sistema de posicionamiento global), radio teléfono, servicio de internet, cargadores portátiles, aire acondicionado, pago electrónico, detectores de armas

5.- Mejorar la seguridad de los transportes de las cooperativas Villamil y Posorja, implementando cámaras de vigilancia, a través de financiamiento público o privado.

6.- Implementar la actividad de recorridos turísticos, por sitios aledaños de General Villamil, debido a que los visitantes ingresan por motivos de descanso y recreación, por lo tanto la actividad de recorridos turísticos por sitios aledaños, sería rentable para la cooperativa y atractivo para los turistas. Sin duda alguna esto sumará a la contribución del desarrollo turístico del destino en mención.

7.- Promocionar a General Villamil y sitios aledaños, a través de medios televisivos.

## CONCLUSIONES

- Se determinó que se deberá innovar la oferta de la transportación pública terrestre, debido a que el 100% de las personas encuestadas indican que deben mejorar constantemente la calidad de sus servicios, hoy en día recibir calidad es tendencia, ayuda a fidelizar a los usuarios y a estabilizar la economía de las empresas, por otra parte con un 22% manifiestan que también deben mejorar la atención al cliente.
- Se analizó que la importancia de la transportación pública para el visitante, es relevante, debido a que 49 % de las personas encuestadas manifiestan que el motivo por el cual requieren del servicio de transporte es para visitar a General Villamil por recreación, mientras que un 36% se moviliza por descanso.
- Se identificó que el nivel de satisfacción de visitante en la actualidad es bajo, debido a que el 46% de personas encuestadas mencionaron que el servicio que reciben es regular, ya que no cumplen con las expectativas del usuario; por otro lado el 87% da a conocer que diversificando o innovando la oferta y con un 90% mejorando las instalaciones de las cooperativas, su nivel de satisfacción sería alto.
- Se determinó con un 40% que una de las estrategias de innovación de la oferta de la transportación pública, deberá estar basada en la tecnología, debido a que el turista se siente atraído actualmente con un 33% por las zonas wifi, un

21% por los cargadores portátiles, y por último con un 16% los recorridos turísticos por los sitios aledaños de General Villamil, aspectos que de acuerdo al análisis de resultados requieren los visitantes para cumplir con sus expectativas.

## **RECOMENDACIONES**

- Las autoridades pertinentes deben enfocarse en diseñar estrategias de innovación de la oferta de la transportación pública, con el fin de satisfacer en un 100% las necesidades de los usuarios, de esta manera también se estaría captando nuevos turistas, y mejorando la calidad del servicio en la transportación pública terrestre.
- Financiar nuevos transportes, que permitan dar importancia y relevancia al servicio como tal, los turistas están en busca de la comodidad, seguridad y confort, dichos factores que favorecen a la calidad en el servicio y a la imagen turística de General Villamil.
- Los criterios de las personas encuestadas en base al perfeccionamiento de las instalaciones de las cooperativas e innovación de la oferta de la transportación pública, deberán ser considerados, para mejorar el nivel de satisfacción del visitante.

- El consejo administrativo de las cooperativas de transporte público, deberán realizar un análisis más profundo acerca de las necesidades que requieren los turistas que visitan General Villamil para trabajar para el mejoramiento, desarrollo de la localidad y cooperativas como tal. Los ingresos que se generen a través de la innovación de la oferta, podrán ser invertidos en nuevos proyectos que beneficien a la localidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca, J. (2013). *El transporte turístico*. Mayo 05, 2017, de Coaching Turístico Sitio web: <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Campodónico, R. (2010, febrero 26). Incidencia del transporte en el desarrollo del turismo de Uruguay. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19, 1.
- Cayo, N. (2013, noviembre 30). Grado de satisfacción de los servicios turísticos. *Investigación en comunicación y desarrollo*, 4, pp. 28-37.
- Cegarra, J. (2012). *La tecnología*. Madrid: Díaz de santos.
- Cordero, F. (2014). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Mayo 05, 2017, de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria Sitio web: <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Econom%C3%ADa%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0fb9b64e-fecf-485e-ba73-63df33aa9e6f>
- Escorsa, P. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, SL.
- García Villalobos, J C; (2001). Las sociedades cooperativas de transportistas en España. *REVESCO*. Revista de Estudios Cooperativos, () 49-68. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36707403>
- Gesualdo, G. (2011). *La calidad del turismo*. Mayo 05, 2017, de Consultoría para aplicación en Hotelería y Turismo Sitio web: <http://sgc-aplicado.blogspot.com/2011/07/la-calidad-del-turismo-un-marco.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mayo 05, 2017, de Pearson Sitio web: [https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf)
- Mintur. (2012). *Destino de viajes*. 15 de marzo de 2015, de Ministerio de Turismo Sitio web: [www.servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-turismo-interno](http://www.servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-turismo-interno)
- Mintur. (2012). Manual del conductor de transporte turístico terrestre. Quito
- Najul Godoy, Jenny; (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad

de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, julio-diciembre, 23-35.

Páez, R. (2007). *Atención al cliente*. España: Ideaspropias.

Pasquotto, M., Augusto, M. (2012, septiembre 05). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21, pp.1244-1261.

Paúl, V., y Pazos, M. (2009). El transporte como producto turístico en Galicia. *Galega de Economía*, 18, pp.1-2.

Pedro, T. (2003, enero - junio). *Calidad de los servicios*. Universidad de Salamanca, 5, p.1.

Pérez, J. (2012). Definición de responsabilidad. Mayo 05, 2017, de Definición.de Sitio web: <http://definicion.de/responsabilidad/>

Pérez, J. (2012). Ruta. Mayo 07, 2017, de Definición.de Sitio web: <http://definicion.de/ruta/>

Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias.

Sánchez, O y Romero, J. (2009, junio 06). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros. *Economía, Sociedad y Territorio*, 10, 2.

SENPLADES (2017). Plan Nacional del Buen vivir. Quito: El Conejo.

Thompson, I. (2012). *La satisfacción del cliente*. Mayo 05, 2017, de Promonegocios.net Sitio web: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

Thompson, I. (2012). *Necesidades y deseos*. Mayo 05,2017, de Promonegocios.net Sitio web: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidades-deseos.html>

Valadez, S. (2011, diciembre). *Oferta turística*. Revista de investigación en turismo y desarrollo local, 4, 1.

Vélez, C. (2012). *Memoria técnica del Cantón Playas*. Abril 30, 2017, de Ministerio de Defensa Nacional Sitio web: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA5/NIVEL\\_DEL\\_PDOT\\_CANTONAL/GUAYAS/PLAYAS/IEE/MEMORIAS\\_TECNICAS/mt\\_playas\\_socioeconomico.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA5/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/GUAYAS/PLAYAS/IEE/MEMORIAS_TECNICAS/mt_playas_socioeconomico.pdf)

Villagómez, M. (2014). *Quejas en el servicio de transporte*. Marzo 12, 2017, de El comercio Sitio web:

[http://www.elcomercio.com/app\\_public\\_pro.php/actualidad/ecuador-transporte-quejas-tarifa-pasajes.html](http://www.elcomercio.com/app_public_pro.php/actualidad/ecuador-transporte-quejas-tarifa-pasajes.html)

Villavicencio Bargas, R. R. (2016). *Gestión del talento humano en la Empresa Cooperativa de Transportes Loja Internacional Cía. Ltda. de la ciudad de Loja* (Bachelor's thesis, Loja).

Viloria Cedeño, Ninoska Elena; (2012). DESARROLLO TURÍSTICO Y SU RELACIÓN CON EL TRANSPORTE. *Gestión Turística*, Enero-Junio, 23-36.

# **ANEXOS**

Anexo N° 1 Formato encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA



CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO	
<b>PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:</b> "INNOVACIÓN DE LA OFERTA DE LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA COMO APOORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017"	
<b>OBJETIVO</b>	
Recopilar información e identificar el nivel de satisfacción del visitante de General Villami, en los servicios de transporte público terrestre.	
Fecha: _____	N° de Encuesta: _____
1.- Género:	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
2.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?	
3.- ¿Con qué frecuencia Usted visita General Villamil?	4.- ¿Cuál es el motivo por el cual Ud. visita General Villamil?
Todos los días <input type="checkbox"/>	Descanso <input type="checkbox"/>
1 vez a la semana <input type="checkbox"/>	Negocio <input type="checkbox"/>
2 veces a la semana <input type="checkbox"/>	Gastronomía <input type="checkbox"/>
1 vez al mes <input type="checkbox"/>	Recreación <input type="checkbox"/>
1 vez al año <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> Cuál?: _____
5.- ¿Cómo Usted considera el servicio que recibe de las cooperativas de transportación pública terrestre de General Villamil?	6.- Le gustaría que las cooperativas de transportes realizaran recorridos turísticos dentro de General Villamil y sitios aledaños?
Excelente <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>
Bueno <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Regular <input type="checkbox"/>	
Malo <input type="checkbox"/>	
7.- ¿Considera necesario que las cooperativas de transportes de General Villamil, mejoren constantemente la calidad de sus servicios?	8.-¿En qué aspectos cree Usted que las cooperativas de transporte público terrestre de General Villamil, deberían mejorar?
Si <input type="checkbox"/>	Servicios de encomienda <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>	Atención al cliente <input type="checkbox"/>
	Tecnología <input type="checkbox"/>
	Seguridad <input type="checkbox"/>
	Confort <input type="checkbox"/>
9.- ¿Qué otro servicio pueden considerar las cooperativas de transportación pública terrestres, para mejorar la calidad del servicio?	
Zona wifi <input type="checkbox"/>	
Cargadores portátiles <input type="checkbox"/>	
Cámaras de seguridad <input type="checkbox"/>	
Venta de alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	
Recorridos turísticos <input type="checkbox"/>	
10.- ¿Diversificando la oferta de la transportacion pública terrestre de General Villamil, su nivel de satisfacción sería?	
Alto <input type="checkbox"/>	
Medio <input type="checkbox"/>	
Bajo <input type="checkbox"/>	
11.- ¿Mejorando las instalaciones de las cooperativas de transporte público terrestre, su nivel de satisfacción sería?	
Alto <input type="checkbox"/>	
Medio <input type="checkbox"/>	
Bajo <input type="checkbox"/>	
<b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>	

Anexo N° 2 Formato Entrevista

**UNIVERSIDAD PENÍNSULA DE SANTA ELENA**



**ENTREVISTA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** “INNOVACIÓN DE LA OFERTA DE TRANSPORTACIÓN PÚBLICA COMO APORTE A LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2017”

1. ¿Cuál es la cantidad exacta de unidades de transportes con la que cuenta la cooperativa?

---

2. ¿Usted considera que el servicio que brinda la cooperativa de transporte satisface las necesidades del usuario?

3.

Si

No

Por qué?

---

3.- ¿Cree Usted que innovando el servicio de transporte, mejorará el nivel de satisfacción de visitante de General Villamil?

Si

No

Por qué?

---

4.- ¿Qué otros servicios complementarios cree que se deberían implementar en las cooperativas de transporte?

---

5.- ¿Desde su punto de vista, qué importancia tiene el transporte en el turismo?

---

Anexo N° 3 Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	INDICADORES
“Innovación de la oferta de transporte pública como aporte a la satisfacción del visitante de General Villamil Playas, año 2017”	<p>1.- ¿Cómo la oferta de la transportación pública terrestre, mejorará la satisfacción del visitante de General Villamil?</p> <p>2.- ¿Cuál es la importancia de la transportación pública en la satisfacción del turista de General Villamil?</p> <p>3.- ¿Qué nivel de satisfacción requerirán los visitantes que utilizan el servicio de transportación pública en General Villamil?</p> <p>4.- ¿Qué estrategias de innovación requiere la oferta de la transportación pública de General Villamil?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Diseñar estrategias de innovación para mejorar la oferta de la transportación pública terrestre y satisfacer las necesidades del visitante de General Villamil.</p>	Estrategias de innovación de la oferta de la transportación pública, para mejorar el nivel de satisfacción del visitante de General Villamil	<p><b>Variable Independiente:</b></p> <p>Innovación de la oferta en la transportación pública</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención al cliente</li> <li>✓ Tecnología</li> <li>✓ Seguridad del usuario y transporte</li> <li>✓ Responsabilidad del conductor</li> <li>✓ Organización administrativa de las cooperativas de transportes</li> <li>✓ Rutas de transportes</li> <li>✓ Precios</li> </ul>
		<p><b>Tareas científicas:</b></p> <p>1.- Análisis de un marco teórico sobre la importancia de transportación pública en la satisfacción del turista de General Villamil.</p> <p>2.- Identificación del nivel de satisfacción que requerirán los visitantes que utilizan el servicio de transportación pública en General Villamil.</p> <p>3.- Diseñar una propuesta que contenga estrategias de innovación que requiere la oferta de la transportación pública en General Villamil.</p>		<p><b>Variable dependiente:</b></p> <p>Satisfacción del visitante</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Necesidades cliente</li> <li>✓ Beneficios de la satisfacción al cliente.</li> <li>✓ Calidad en el servicio de transporte</li> </ul>

Elaborado por: Mite, G. (2017)

**Anexo N° 4 Aspectos legales**

**CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR  
RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR  
SECCIÓN PRIMERA  
EDUCACIÓN**

**ART. 360.-** El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanística; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

**CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR  
SECCIÓN NOVENA  
PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS**

**ART. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicio públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistema de atención y reparación.

**ART. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando

sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore, las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

## **LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE TRÁNSITO Y SEGURIDAD SOCIAL**

**ART. 40.-** El transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial que corresponde que responda a las condiciones de:

**Responsabilidad.-** Es la responsabilidad del Estado general las políticas, regulaciones y controles necesarios para propiciar el cumplimiento, por parte de los usuarios y operadores del transporte terrestre, de lo establecido en la ley, los reglamentos y normas técnicas aplicables.

**Accesibilidad.-** Es el derecho que tienen los ciudadanos a su movilización y de sus bienes, debiendo por consiguiente todo el sistema de transporte en general responder a este fin.

**Comodidad.-** Constituye parte del nivel de servicio que las operadoras de transporte terrestre de pasajeros y bienes deberán cumplir y acreditar, de

conformidad a las normas, reglamentos técnicos y homologaciones que para cada modalidad y sistema de servicio estuvieren establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

**Seguridad.-** El estado garantizará la eficiente movilidad de transporte de pasajeros y bienes, mediante una infraestructura vial y de servicio adecuada, que permita a los operadores a su vez, garantizar la integridad física de los usuarios y de los bienes transportados respetando las regulaciones pertinentes.

**Calidad.-** Es el cumplimiento de los parámetros de servicios establecidos por los organismos competentes de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

**LEY DE TURISMO**  
**CAPÍTULO I**  
**GENERALIDADES**

**ART. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- A) Alojamiento;
- B) Servicio de alimentos y bebidas;
- C) Transportación.

**Anexo N° 5** Transporte cooperativa Villamil



**Anexo N° 6** Transporte cooperativa Posorja



**Anexo N° 7** Turistas ingresando a Villamil Playas



**Anexo N° 8** Turistas haciendo cola para comprar boleto



**Anexo N° 9** Encuesta a personal operativo de la cooperativa Posorja



**Anexo N° 10** Entrevista a socio



## Anexo N° 11 Encuesta a visitante



## Anexo N° 12 Tamaño muestra

Tamaño de la muestra	
<b>n:</b> Muestra	<b>383</b>
<b>N:</b> POBLACIÓN	100.000
<b>P:</b> Probabilidad acumulada	0.5
<b>Q:</b> Probabilidad no ocurrente	0.5
<b>E:</b> Error máximo	5%
<b>Z:</b> Nivel de confiabilidad	1.96

Elaborado por: Mite, G. (2017)

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

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5 * 0.5 * 100000)}{5\%^2 (100000-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5 * 0.5 * 100000)}{0.05^2 (100000-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 25000}{0.0025 (99999) + 3.8416 (0.25)}$$

$$n = \frac{96040}{249.9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{96040}{250.9579}$$

$$n = 382.69$$

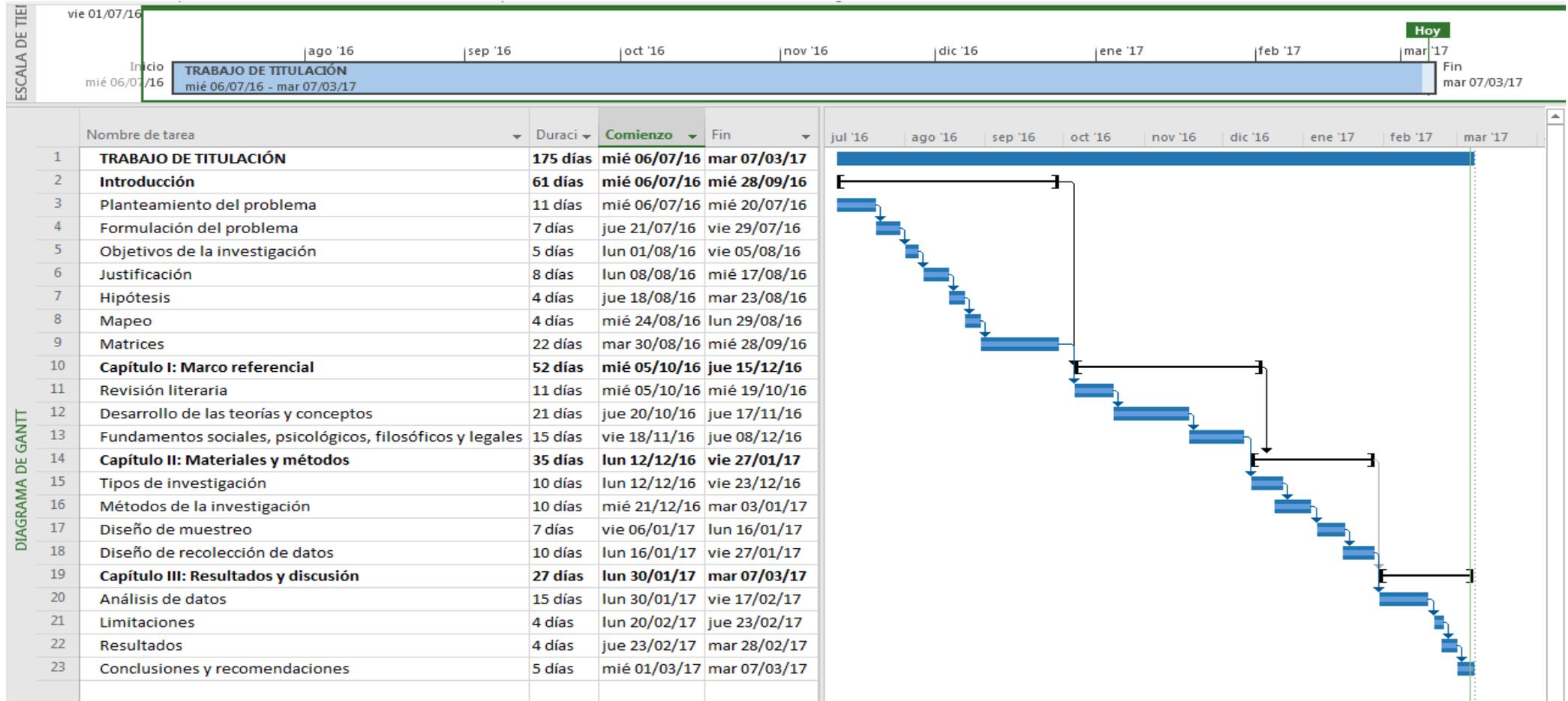
$$n = \mathbf{383}$$

**Anexo N° 13 Presupuesto**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Bolígrafos	0.50	1.00
1	Pendrive	8.00	8.00
700	Impresiones	0.10	70.00
2	Anillados	1.50	3.00
1	Equipo de cómputo	250	250
-	Movilización	-	50.00
-	Alimentación	-	30.00
-	Otros gastos	-	20.00
<b>TOTAL</b>			<b>432.00</b>

Elaborado por: Mite, G. (2017)

## Anexo N° 14 Cronograma de trabajo



Elaborado por: Mite, G. (2017)

## **Glosario**

**1.- Transporte:** Es un medio de traslado de personas o mercancías de un lugar a otro, y está considerado como una actividad del sector terciario. El transporte permite el crecimiento económico y las posibilidades de desarrollo de una nación

**2.- Oferta:** Este término se utiliza frecuentemente en el contexto económico para definir a la cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están prestos a vender, dentro de ciertas condiciones de mercado. Cuando las condiciones están caracterizadas por el precio, es cuando se forma la curva de oferta, la cual consiste en la unión de los precios de mercado y la oferta.

**3.- Satisfacción:** Es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.

**4.- Innovación:** Es una técnica que puede solucionar problemas o carencias, que puede realizarse a través del mejoramiento y no solo de la creación de algo novedoso.



REPÚBLICA DEL ECUADOR



G. A. D. MUNICIPAL DEL CANTÓN PLAYAS

Dra. Miriam Lucas Delgado  
Alcaldesa 2014 - 2019



GENERAL VILLAMIL - CANTÓN PLAYAS

General Villamil Playas 20 de Marzo del 2017

Señor

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CIUDAD.-**

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me permito hacerle conocer que, la solicitud presentada por la Srta. **GÉNESSIS ESTEFANNY MITE SUÁREZ** con Cédula de Identidad: **092934885-2**, estudiante del Décimo semestre (10/3) de la Carrera **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**, ha sido aceptada para que realice el respectivo proyecto de investigación: **"ANÁLISIS DE LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO COMPLEMENTARIO EN LA TRANSPORTACIÓN PÚBLICA TERRESTRE Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DE GENERAL VILLAMIL, AÑO 2017"**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**.

La Unidad Técnica y de Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas, confiere el Aval para que se desarrolle dicho proyecto antes mencionado, reconociendo la labor que viene aportando la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA** a la comunidad, razón por la cual se pone a su disposición el apoyo y colaboración para la formación de futuros profesionales en el área de turismo.

Sirva el presente documento para los fines pertinentes y de exclusividad para el solicitante.

Sin otro particular, me suscribo

Atentamente,



Daniel Andrade Jaime

**Jefe De La Unidad de Transporte Terrestre,  
Tránsito y Seguridad Vial GADM Playas**