



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE  
PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2017**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**ERIKA ANGELINE MIRABÁ RODRÍGUEZ**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



**CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE**  
**PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,**  
**AÑO 2017**

**AUTORA:**

Erika Angeline Mirabá Rodríguez

**TUTORA:**

Ing. Ana Reyes Perero, MBA.

**RESUMEN**

El objetivo principal del trabajo de investigación es analizar la calidad del servicio y como contribuye en la satisfacción de los usuarios de la cooperativa de transporte de pasajeros Santa Rita de Palmar. Dentro de la investigación se aplicaron instrumentos con el fin de obtener información, la misma que fue de ayuda para conocer acerca de las estrategias y actividades que realizan los socios de la entidad para el cumplimiento de las necesidades de los pasajeros, además de brindar la seguridad y confianza que requieren en un servicio de transporte. La indagación se llevó a cabo a través de las diferentes opiniones de los que utilizan los medios de transporte, de tal manera que son ellos quienes pueden juzgar como es el trato y atención que reciben de los colaboradores, es un tema que no se debe ignorar dentro de las organizaciones dedicadas a brindar servicios. Una vez concluido con el análisis de los resultados se establece como propuesta el diseño de un plan de mejora enfocado en la atención a los usuarios para optimizar la calidad en el servicio e incrementar la satisfacción en los pasajeros, donde una de las estrategias se basa en el proceso de capacitación que constituye temáticas de atención a los clientes, relaciones humanas, servicios de calidad, entre otras, otra idea planteada se basa en el incremento de la seguridad y trabajo en equipo permitiendo que el comportamiento de los trabajadores cambie.

**Palabras claves:** Calidad del servicio, satisfacción, atención al cliente



**QUALITY SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION OF PALMAR  
PASSENGER TRANSPORTATION COOPERATIVE, PARROQUIA  
CONLONCHE, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2017**

**AUTORA:**

Erika Angeline Mirabá Rodríguez

**TUTORA:**

Ing. Ana Reyes Perero, MBA.

**ABSTRACT**

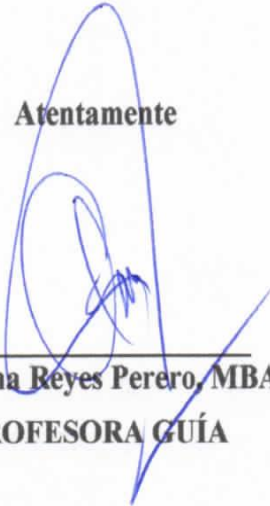
The main objective of the research work is to analyze the quality of the service and how it contributes to the satisfaction of the users in the Santa Rita de Palmar passenger transport cooperative. Within the research were applied instruments in order to obtain information, which was helpful to know about the activities performed by the members of the entity to meet the needs of passengers, besides to providing security and confidence that they require in a transport service. The inquiry was carried out through the different opinions of the people who use the means of transport, in such a way that they are the ones who can judge how the treatment and attention is that they receive from the collaborators, because the quality in the services is a subject that should not be ignored by the organizations. Once concluded with the analysis of the results, it is established as a proposal the design of an improvement plan focused on the attention to the users in order to optimize the quality of the service and increase the satisfaction of the passengers, and among its strategies it finds: Training, safety and teamwork, the same that are established with the aim of changing the behavior of workers, taking into account that a satisfied customer is the benefit for business growth.

**Keywords:** Quality of service, satisfaction, customer service.

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación **“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por la Srta. Erika Angeline Mirabá Rodríguez, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, 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 científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



\_\_\_\_\_  
**Ing. Ana Reyes Perero, MBA**  
**PROFESORA GUÍA**


## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **Mirabá Rodríguez Erika Angeline**, 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 **Administración de Empresas** 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,**

  
Erika Mirabá Rodríguez  
C.C. 2450165960

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a DIOS, porque es el que ha guiado mis pasos para culminar con mis estudios universitarios y tomar las mejores decisiones tanto personal como profesional, por brindarme la sabiduría, la inteligencia y la fortaleza para cumplir satisfactoriamente una meta más en mi vida, siendo este proyecto de investigación parte del logro en la trayectoria de mi carrera universitaria.

A mis padres que siempre me brindaron su apoyo incondicional, motivándome a seguir con mis estudios y poder cumplir con la meta de obtener el título universitario. Por ser el apoyo emocional y económico que necesitaba durante la carrera universitaria.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de seguir estudiando, a los docentes que a lo largo brindaron sus conocimientos clase a clase con la finalidad de contribuir a mi desarrollo profesional.

***Erika Mirabá***

## **DEDICATORIA**


Dedico este trabajo de investigación a DIOS, por ser él que me dio la sabiduría y fortaleza para seguir esforzándome día a día hasta alcanzar una de mis metas como lo es haber culminado con mi carrera universitaria, y por haber colocado en mi camino a personas que ayudaron para que este sueño sea posible contribuyendo con conocimientos que fueron de ayuda para mi carrera profesional

A mis padres Verónica Rodríguez González y Arturo Mirabá Muñoz quienes fueron mi pilar fundamental junto a mi hermano Bryan Mirabá Rodríguez, para seguir adelante con mis estudios, gracias a sus sacrificios y esfuerzos apoyándome en todo momento, por acompañarme en este largo camino y confiar en mí, y sobre todo sus consejos que me motivaron a seguir con mi preparación estudiantil y obtener éxito en mi vida como una profesional.

A mi familia que siempre estuvo pendiente de mi trayectoria universitaria, animándome para cumplir con una de mis metas

***Erika Mirabá***

**TRIBUNAL DE GRADO**




---

**PhD. Lilia Valencia Cruzaty**  
**DECANA DE LA FACULTAD (E)**  
**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



---

**PhD. Lilia Valencia Cruzaty**  
**DIRECTORA DE LA CARRERA (E)**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



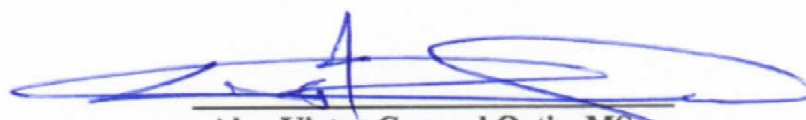
---

**Ing. Ana Reyes Perero, MBA.**  
**DOCENTE TUTOR DE LA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS**



---

**Ing. José Valencia Medranda, MBA.**  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE**  
**LA FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVA**



---

**Abg. Victor Coronel Ortiz, MSc.**  
**SECRETARIO GENERAL (E)**



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Págs.</b>
RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
TRIBUNAL DE GRADO .....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Revisión de la literatura .....	8
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos .....	13
1.2.1. Calidad del servicio.....	13
1.2.1.1. Calidad .....	14
1.2.1.2. Capacidad de respuesta .....	15
1.2.1.3. Seguridad .....	16
1.2.1.4. Higiene .....	16
1.2.1.5. Servicio al cliente.....	17

1.2.1.6.	Atención al cliente.....	18
1.2.1.7.	Compromiso.....	19
1.2.1.8.	Capacitación.....	20
1.2.1.9.	Proceso de capacitación.....	21
1.2.1.10.	Diagnóstico.....	22
1.2.1.11.	Diseño.....	23
1.2.1.12.	Implementación.....	24
1.2.1.13.	Evaluación.....	25
1.2.2.	Satisfacción del cliente.....	26
1.2.2.1.	Satisfacción.....	27
1.2.2.2.	Grado de fidelización.....	28
1.2.2.3.	Jornada laboral.....	29
1.2.2.4.	Responsabilidad Social Corporativa.....	30
1.2.2.5.	Motivación.....	31
1.2.2.6.	Confianza.....	32
1.2.2.7.	Clima organizacional.....	32
1.2.2.8.	Clientes.....	33
1.2.2.9.	Clientes Internos.....	34
1.2.2.10.	Clientes Externos.....	35
1.3.	Fundamentos filosóficos, sociales, psicológicos, legales.....	36
1.3.1.	Filosóficos.....	36
1.3.2.	Sociales.....	36
1.3.3.	Psicológicos.....	37
1.3.4.	Legales.....	38
CAPÍTULO II.....		45

MATERIALES Y MÉTODOS .....	45
2.1. Tipo de Investigación.....	45
2.2. Métodos de la investigación.....	46
2.3. Diseño de muestreo .....	47
2.4. Diseño de recolección de datos .....	49
CAPÍTULO III .....	51
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	51
1.1. Análisis de la información .....	51
1.2. Limitaciones .....	72
1.3. Resultados .....	72
3.4. Propuesta .....	73
Introducción de la propuesta .....	74
Objetivos de la propuesta .....	76
Necesidad de la propuesta.....	77
Diseño del plan.....	77
Estrategia N° 1: Capacitación .....	78
Estrategia N° 2: Seguridad .....	88
Estrategia N° 3: Trabajo en equipo .....	90
Beneficios de la propuesta .....	93
Presupuesto del plan de mejora.....	93
CONCLUSIONES .....	94
RECOMENDACIONES .....	95
BIBLIOGRAFÍA. ....	96

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Págs.</b>
Cuadro 1: Programa de capacitaciones .....	79
Cuadro 2: Módulo de Capacitaciones Relaciones humanas .....	81
Cuadro 3: Módulo de capacitación de Servicio y atención al cliente .....	82
Cuadro 4: Módulo de capacitación de Atención al cliente .....	83
Cuadro 5: Módulo de capacitación de Servicio al cliente.....	84
Cuadro 6: Módulo de capacitación de Riesgos laborales.....	85
Cuadro 7: Módulo de capacitación de Motivación laboral .....	86
Cuadro 8: Módulo de capacitación de Clima organizacional .....	87
Cuadro 9: Seguridad.....	89
Cuadro 10: Trabajo en equipo.....	92
Cuadro 11: Presupuesto del plan.....	93

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Págs.</b>
Gráfico 1: Género.....	55
Gráfico 2: Frecuencia de uso.....	56
Gráfico 3: Elementos.....	57
Gráfico 4: Calidad del servicio .....	58
Gráfico 5: Capacidad de respuesta.....	59
Gráfico 6: Seguridad e Higiene.....	60
Gráfico 7: Servicio adecuado .....	61
Gráfico 8: Capacitación.....	62
Gráfico 9: Compromiso.....	63
Gráfico 10: Diagnóstico .....	64
Gráfico 11: Evaluación .....	65
Gráfico 12: Cumplimiento de expectativas.....	66
Gráfico 13: Itinerarios .....	67
Gráfico 14: Motivación y confianza .....	68
Gráfico 15: Clima laboral .....	69
Gráfico 16: Responsabilidad y eficiencia .....	70
Gráfico 17: Comodidad y calidad .....	71

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Págs.</b>
Tabla 1: Población.....	48
Tabla 2: Datos para cálculo de la muestra .....	48
Tabla 3: Género.....	55
Tabla 4: Frecuencia de uso.....	56
Tabla 5: Elementos.....	57
Tabla 6: Calidad del servicio.....	58
Tabla 7: Capacidad de respuesta .....	59
Tabla 8: Seguridad e Higiene .....	60
Tabla 9: Servicio adecuado .....	61
Tabla 10: Capacitación.....	62
Tabla 11: Compromiso.....	63
Tabla 12: Diagnóstico .....	64
Tabla 13: Evaluación.....	65
Tabla 14: Cumplimiento de expectativas .....	66
Tabla 15: Itinerarios .....	67
Tabla 16: Motivación y confianza.....	68
Tabla 17: Clima laboral.....	69
Tabla 18: Responsabilidad y eficiencia .....	70
Tabla 19: Comodidad y calidad .....	71

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Págs.</b>
Anexo 1: Matriz de Operacionalización de Variables .....	101
Anexo 2: Formato entrevista.....	103
Anexo 3: Formato encuesta.....	104
Anexo 4: Oficio para validación de datos -encuestas .....	106
Anexo 5: Oficio para validación de datos – entrevista .....	107
Anexo 6: Entrevistas colaboradores de cooperativa .....	108
Anexo 7: Encuestas usuarios.....	108
Anexo 8: Socios de la cooperativa de transporte Santa Rita.....	109
Anexo 9: Unidades de transporte .....	109

## INTRODUCCIÓN

Un servicio es el conjunto de propiedades cuantitativas o cualitativas que diferencian a los productos en la forma de producción, consumo o evaluación, características que en ciertos casos resulta difícil de valorarlos.

Las empresas consideran que la calidad, es un referente de que el servicio o producto tienen la capacidad de satisfacer necesidades, permitiendo que los consumidores perciban el beneficio de adquirir un servicio que desempeñe con eficiencia sus requerimientos, de la misma manera se trata de ofrecer la mejor atención, teniendo en cuenta valores como respeto, amabilidad y confianza, porque los clientes buscan obtener la satisfacción de un servicio y las empresas mantener su imagen corporativa e incrementar su rentabilidad.

De tal manera, se observa que en la actualidad existen empresas que se enfocan solo en obtener un fin de lucro, sin considerar la importancia de utilizar métodos que beneficien la relación entre organización y usuarios. Siendo esta, razón para que los competidores aprovechen las oportunidades de ir estableciendo estrategias de crecimiento para aumentar su rentabilidad y cartera de clientes.

Por otra parte, está la calidad del servicio que, en el ámbito empresarial se ha convertido en un tema de gran relevancia, de esto depende la satisfacción de los consumidores, porque los dueños de las empresas deben reconocer que un cliente satisfecho es el beneficio que se busca, para el desarrollo y crecimiento económico empresarial.



En Ecuador, la calidad del servicio es considerada como un fundamento importante, y es una necesidad que la mayoría de las empresas que prestan servicios u ofrezcan productos, atiendan las necesidades de manera rápida y eficazmente, además de tener los conocimientos precisos para dar respuesta adecuadas y orientadas a los requerimientos de los clientes en el mercado, debido a que los consumidores preferirán adquirir servicios donde mejor sea atendido o comprar el producto que satisfaga sus expectativas.

Es por esta razón que la calidad que se ofrece en los diferentes bienes o servicios es de gran beneficio para la empresa, el cliente estará satisfecho con la atención brindada y de esta manera el usuario replicará el uso del servicio o la compra del bien y así dará a conocer a otros sobre las experiencias positivas que obtuvo a través de las actividades realizadas por la organización.

En la Provincia de Santa Elena, los servicios de calidad forman parte de la orientación que una organización debe cumplir, con la finalidad de satisfacer las necesidades de un mercado consumidor. Sin embargo, en la actualidad la calidad de los servicios se ve afectada por el escaso interés o desconocimiento de los dueños y trabajadores de las microempresas, negocios pequeños o cooperativas de tipo económico o social, acerca de cómo cumplir expectativas, debido a que son los clientes quienes definen si el servicio o producto posee el grado de calidad esperado.

La comuna Palmar es una zona dedicada a la comercialización de la pesca y turismo, y frente a la necesidad de contar con medios de transportes, hace 26 años se creó la cooperativa de transporte de pasajeros intercantonal Santa Rita de Palmar,

debido a que este grupo de ciudadanos observaron que una de las necesidades principales de la comuna era la dificultad de trasladarse de un lugar a otro, es por esta razón que se unen y forman la cooperativa transportista de pasajeros, facilitando de esta manera que las personas puedan hacer uso de este servicio.

De tal forma, se menciona que el **planteamiento del problema** se centra en que las cooperativas de transporte terrestre para subsistir en el medio de los negocios deben cumplir con las exigencias de los usuarios, debido a que en ciertas ocasiones no se les brinda la atención o seguridad adecuada, es por esta razón que el talento humano debe trabajar en equipo para brindar un servicio de calidad y satisfacer necesidades.

Sin embargo, a través del tiempo y por cambios en los niveles de dirección se ha detectado que la organización carece de una planificación, especialmente las relacionadas con un proceso de capacitación en temáticas enfocadas a la atención, seguridad, higiene, trabajo en equipo y servicio de calidad, considerando que en la actualidad la cooperativa está formada por 20 socios activos y 3 trabajadores

Por ello, las cooperativas de transporte no deben ser la excepción para ofrecer calidad en sus servicios, puesto que como organización su principal objetivo es que los usuarios estén a gusto con la atención y seguridad que se les brinda, además los clientes internos deben desempeñar sus actividades en un ambiente laboral cálido y de armonía trabajando en equipo, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes externos y alcanzar los objetivos corporativos.

Como **formulación del problema** para el presente trabajo de investigación se Cooperativa de transporte establece la siguiente pregunta ¿La calidad del servicio

como contribuye en la satisfacción de los usuarios de la cooperativa de transporte de pasajero Santa Rita de Palmar?

Teniendo como **sistematización del problema** se exponen las interrogantes:

- ¿Cómo se ve reflejada la calidad de servicio que brinda la cooperativa de transporte?
- ¿De qué manera afecta la mala atención al cumplimiento de expectativas y satisfacción de los usuarios?
- ¿De qué manera la implementación de estrategias contribuye al mejoramiento continuo dentro de la organización?
- ¿De qué manera el nivel de capacitación, seguridad y trabajo en equipo contribuye a mejorar la atención de los usuarios en la cooperativa de transporte?

De esta forma, el **objetivo general** de la investigación consiste en: analizar si la calidad del servicio de transporte contribuye a la satisfacción de los usuarios mediante la aplicación de herramientas de recolección de datos, para el diseño de un plan de mejora enfocado a la atención de los pasajeros.

Las **tareas científicas** se establecen para dar seguimiento al con la finalidad de que el objetivo general del trabajo se cumpla y son las siguientes:

- Revisar los referentes bibliográficos y teóricos que estén con la calidad en los servicios y satisfacción de usuarios, conociendo la importancia del cumplimiento de expectativas.

- Implementar métodos e instrumentos de investigación que permita la verificación de la situación actual de la cooperativa de transporte sobre la atención y seguridad que brinda a sus usuarios.
- Analizar los resultados obtenidos durante la investigación de campo para el diseño de estrategias que sean utilizadas en el mejoramiento continuo de la organización.
- Diseñar un plan de mejora enfocado a la atención de los usuarios, con el fin de optimizar la calidad del servicio y satisfacción de expectativas.

Por tal razón, la **justificación teórica** del trabajo de investigación tiene la finalidad de analizar la situación actual de la cooperativa de transporte de pasajeros Santa Rita de Palmar, que permita reconocer factores relacionados con la satisfacción y calidad del servicio que brinda a los usuarios, partiendo desde las condiciones actuales en las que se encuentran los estos medios de transporte, hasta identificar como los colaboradores ejecutan sus actividades considerando las expectativas de los pasajeros.

Además, tomando como referencia trabajos similares que permita identificar que los usuarios son parte principal para el crecimiento de la empresa cualquier sea su tipo, de la misma manera se determina la aplicación de estrategias para mejorar el nivel de calidad esperada y percibida.

Una vez que se concluye con el diagnóstico, se valora las diversas dificultades que afecta a la cooperativa para la búsqueda de alternativas que contribuyan a brindar calidad en el servicio.

Los beneficiarios directos serán los usuarios y socios de la cooperativa, debido a que mediante el diseño de un plan de mejora enfocado en la atención de los usuarios se podrá incrementar la calidad en el servicio y por consiguiente alcanzar la satisfacción de las necesidades y el cumplimiento de los objetivos, donde se demuestre el interés de convertirse en una línea de transporte reconocida por proporcionar servicios que brinden la seguridad y confiabilidad al cliente, y que se perciba que la organización se preocupa por su bienestar.

El **tipo de investigación** a utilizar es descriptivo y exploratorio, debido a que permite plantear y familiarizar la problemática a investigar, describiendo los diferentes factores que afectan al desempeño de la organización provocando la insatisfacción de los usuarios, además de verificar la situación real del objeto de estudio con un enfoque cuantitativo y cualitativo que permita el análisis de los resultados, información que se obtendrá a través de instrumentos de recolección de datos que servirá para validar y profundizar el problema, emitiendo criterios de mejora continua.

Como **idea a defender** se establece la siguiente “La calidad del servicio contribuye en la satisfacción de los usuarios de la cooperativa de transporte de pasajeros de Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2017”.

Las variables que se desarrollan en el trabajo de investigación son:

- **Variable independiente:** Calidad del servicio
- **Variable dependiente:** Satisfacción del cliente

Es importante mencionar que la investigación se desarrolló de la siguiente manera:

**En el capítulo I**, se hace referencia al marco teórico en la cual se especifica la revisión de literatura, revisión de conceptos y teorías, fundamentos citas bibliográficas a través de teorías de autores que contienen los elementos conceptuales establecidos en la operacionalización de variables.

**En el capítulo II**, corresponde a detallar los materiales y métodos que contiene la metodología de la investigación, diseño de muestreo que incluye la población de estudio y detalla los instrumentos a utilizar para la recolección de datos.

**En el capítulo III**, es la parte de discusión y resultados en donde se interpreta la información recopilada a través de la aplicación de encuestas y entrevistas los cuales son ingresados al sistema SPSS, obteniendo tablas y gráficos estadísticos los mismos que sirven para el desarrollo de análisis e interpretación de los resultados.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1.Revisión de la literatura

La calidad del servicio es considerada como una estrategia que las empresas deben considerar al momento de ofrecer sus servicios o productos al mercado al cual se está dirigiendo, con el fin de satisfacer necesidades en una sociedad, sin embargo, existen organizaciones que no se enfocan en cumplir con las expectativas de los clientes.

Para el análisis de la situación problemática presentada en la cooperativa de transporte Santa Rita de pasajeros de Palmar se considera la revisión de varias fuentes bibliográficas relacionadas al tema de investigación, que permite tener un soporte para describir el objeto de estudio, en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

Entre la **tesis** consultada se encuentra la siguiente: “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y EL SEGUIMIENTO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES FLOTAPELILEO” de la autora (Pérez, 2011) de la Facultad de Ciencias Empresariales. Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniería de Empresas en la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. El **problema general** es: Una insuficiente calidad en el servicio perjudica al cumplimiento de las necesidades de los clientes en la empresa

de transporte Flota Pelileo, cuyo **objetivo general** es: Implementar estrategias de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transporte Flota Pelileo. La **metodología** utilizada fue de tipo exploratoria, porque ayudó a plantear el problema de la empresa de servicios Flota Pelileo, de tipo correlacional que tienen como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más variables dentro y de tipo descriptiva, que pretende conocer a profundidad el fenómeno investigado, utilizando como **instrumento de recolección de datos** la encuesta. Y los **resultados** de estudio los siguientes:

- Los usuarios encuestados dan a conocer que ocupar las unidades de la cooperativa Flota Pelileo les proporciona seguridad total, pues encuentran diferencias en el servicio recibido en otras cooperativas, donde algunas personas no se sienten seguras del servicio por muchos motivos, uno de ellos por los accidentes que existen en la actualidad.
- Se recomienda a la cooperativa Flota Pelileo brindar a las personas un servicio seguro y de calidad, en cada una de las unidades al viajar, las personas son importante también los choferes deben manejar despacio, se debe dar charlas de conducción y mantener cada una de las unidades en revisión constante para así llevar a los usuarios seguro a su destino.

Se consultó en la tesis “PROCESOS DE CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SUMAK KAWSAY LTDA. DE LA CIUDAD DE LATACUNGA” de la autora (Aimacaña, 2013) de la Facultad de Ciencias Administrativas. Trabajo de Investigación para



optar por el título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios en la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. El **problema general** de estudio es: ¿Los procesos de calidad influye en el nivel de satisfacción de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWASAY Ltda. de la ciudad de Latacunga?, en la cual el **objetivo general** es determinar la influencia de los procesos de calidad en el nivel de satisfacción de los clientes (socios) de la cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWASAY Ltda. La **metodología** que se utiliza es de investigación descriptiva, porque permite describir los hechos observados que consiste en caracterizar la situación generada en la cooperativa indicando sus rasgos diferenciadores; y de tipo correlacional, porque permite establecer la relación entre las variables dependiente e independiente, siendo su objetivo primordial para medir el grado de relación entre las variables. En el presente trabajo el **instrumento de recolección de datos** fue la encuesta y las **conclusiones y recomendaciones** se encuentran las siguientes:

- Mediante el desarrollo de la investigación se establece que los clientes de la CO.AC utilizan con mayor frecuencia el servicio de crédito que oferta la cooperativa; a su vez se determina que en porcentajes mínimos utilizan el servicio de inversiones, lo que representa una debilidad en el desempeño corporativo.
- Implementar parámetros de calidad para mejorar el servicio ofrecido por la cooperativa de ahorro y crédito SUMAK KAWASAY Ltda., que permita mantener a los clientes actuales, y fomentar el crecimiento de la misma, para incentivar a que los clientes utilicen los servicios financieros ofertados por la misma con mayor frecuencia

Entre los **artículos científicos** se consultó: “ANÁLISIS DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN DOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE CARTAGENA (COLOMBIA) MEDIANTE UN MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES” de los autores (Vergara, Quesada, & Blanco, 2011) de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNIVERSIDAD DE CARTAGENA. En donde se utiliza la **metodología** de tipo correlacional en donde se realiza una relación entre las variables de estudio. El **instrumento de recolección de datos** fue a través de encuestas en un procedimiento basado en un muestreo probabilístico, teniendo como **resultados** los siguientes:

- Se demuestra que el modelo permite en forma exitosa evaluar la calidad del servicio en los hoteles, identificando los puntos clave en los cuales debe centrar la atención la firma, para mejorar la satisfacción de los clientes y aumentar la intención de recompra, y que a partir de estudios como este se podrían generar informes que faciliten la gestión de procesos.
- La recomendación de boca en boca del hotel puede ser influenciada de forma indirecta a través de la satisfacción del cliente y la calidad del servicio percibido. En cuanto a las percepciones, alcanzar el afecto significativamente de la calidad del servicio percibido y la satisfacción del cliente.
- Se recomienda para futuros estudios incrementar el número de variables observadas por cada variable latente e incluir variables estructurales como la lealtad del cliente, la calidad general del sistema, entre otras variables técnicas.

Además, se consultó el **artículo científico** con el tema: “DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE SERVICIO, EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO-ECUADOR” de los autores (Salazar & Cabrera, 2016) de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. Se utiliza la **metodología** de tipo descriptiva, porque se utiliza para describir que la calidad del servicio brindado por la Universidad Nacional de Chimborazo a sus clientes se contrasta con la expectativa del mismo. Entre los **instrumentos de recolección de datos** se consideró un cuestionario que se basa según el modelo SERVQUAL. Entre los **resultados** obtenidos se encuentran los siguientes, los mismos que permiten determinar la solución que beneficie a la organización y son:

- Los resultados muestran las diferencias entre la situación real y las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio, es decir, que la media general obtenida en la investigación es regular, según las actitudes de los clientes.
- De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el índice de calidad del servicio (ICS) no está directamente relacionado de forma positiva con la satisfacción general.
- Se debe evaluar el nivel de la calidad del servicio de manera continua, para determinar las exigencias de los clientes en relación a los servicios. La organización se debe enfocar en descubrir esas percepciones en todas sus dimensiones, para buscar alternativas de mejora.

## **1.2.Desarrollo de las teorías y conceptos**

### **1.2.1. Calidad del servicio**

Calidad del servicio es la orientación que las empresas deben tener en cuenta para conocer las diferentes necesidades de los clientes, donde el servicio implique: respuesta rápida, seguridad y confiabilidad en todo momento. El beneficio de ofrecer un servicio de calidad es el incremento sustancial de la satisfacción de los consumidores generando lealtad, una sensación de comprensión, atención y servicio personalizado, mientras que a nivel interno aumenta la rentabilidad empresarial. (Solano & Uzcátegui, 2017)

La calidad del servicio depende del grado de satisfacción que muestren los usuarios a través del cumplimiento de sus expectativas que requieren como clientes, se ofrece calidad en los servicios este se compromete a brindar un servicio de mayor esfuerzo. (Caravaca, 2017)

La calidad del servicio surge por la necesidad que observan los empresarios al momento de ofrecer servicios o productos de calidad, para proporcionar satisfacción a los clientes o usuarios, y que a su vez les permita ser competitivos en el mercado. Es decir, es aquella característica que deben mostrar las organizaciones al momento de brindar un bien o servicio en que los consumidores se sientan encantados. La calidad de los servicios también se enfoca en una buena atención, por lo tanto, los colaboradores de la organización deben aplicar técnicas para determinar las necesidades de los consumidores, de esta manera se conocerán los requerimientos de los clientes.

### **1.2.1.1.Calidad**

La calidad es el conjunto de atributos y especificaciones técnicas que tiene un producto o servicio que lo capacitan para satisfacer o cubrir la necesidad para la que fue diseñado. La calidad mide el grado de adecuación de un producto respecto al fin para el que fue creado, también se concibe como una preocupación de toda la empresa y se habla de gestión de calidad total, recurriendo además al control estadístico de la calidad mediante una muestra representativa, donde no es posible inspeccionar todas las unidades. (Físico, 2016)

Es un conjunto de propiedades diferenciadoras que permite caracterizar y valorar a un producto como igual, mejor o peor respecto a otros bienes similares que proporcione la satisfacción del consumidor. Además, contiene enfoques que se relacionan con atributos y requisitos que deben respetarse por la empresa, implicando una cuestión de actitud por parte de todos los miembros de la organización. (Alejandro, 2017)

La calidad es un conjunto de atributos que presenta un producto o servicio, además de cumplir con las necesidades que requieren los clientes para satisfacer sus expectativas, de la misma manera proporciona garantía a los consumidores para mantener su fidelidad. La calidad, también es aquella estrategia que una empresa debe de considerar al momento de hacer llegar al mercado los diferentes productos o servicios, para lograr la diferenciación ante su competencia, ésta no solo se debe aplicar a un bien, sino a todas las áreas de la organización para ofrecer beneficios a una sociedad.

### **1.2.1.2.Capacidad de respuesta**

Capacidad de respuesta es aquello que afecta particularmente a la confianza de los ciudadanos en la capacidad de los servicios para satisfacer los requerimientos, donde tratan de tener en cuenta los comentarios o quejas de los consumidores, reaccionando ante las necesidades, respondiendo lo más rápidamente posible y reduciendo al mínimo las demoras, la puntualidad en la prestación de servicios. (Larrea, 2014)

La capacidad de respuesta tiene que ver con la prontitud de ser atendido y el tiempo que se toman los colaboradores para brindar la atención a los clientes, por tanto, es donde se muestra la insatisfacción de los usuarios por el incumplimiento de sus necesidades, esto dependerá de qué tan altas son las expectativas y que aspectos que son las que consideran más importante, debido a que existen usuarios que sacrifican comodidad, tiempo de espera por una atención personalizada de calidad mientras recibe la atención, mostrándose seguro, confiado del servicio o producto recibido. (Mateo, 2018)

La capacidad de respuesta es considerada como aquella oportunidad que deben poseer los clientes internos para atender y estimular a los usuarios ante una situación dada, frente a una demanda, una respuesta de calidad en un tiempo y costo adecuado, es decir, desempeñar el servicio en el menor tiempo posible, así como también es la disposición de proporcionar a los interesados un servicio rápido y oportuno con el fin de satisfacer sus necesidades en el tiempo y día que este requiere del bien o servicio.

### **1.2.1.3.Seguridad**

La seguridad en el trabajo, es el estudio de las condiciones materiales que ponen en peligro la vida de los trabajadores, además de verificar el entorno físico que rodea al trabajador, con el fin de controlar las situaciones de riesgo causadas por la existencia de situaciones peligrosas. (Gea-Izquierdo, 2017)

Por otra parte, la seguridad laboral es el conjunto de procedimientos, sistemas, métodos y técnicas cuyo objetivo es eliminar o, al menos disminuir, los riesgos que pueden dar lugar a accidentes de trabajo. (García V. , 2017)

La seguridad es un factor importante en las organizaciones y tiene como objetivo disminuir riesgos, peligros o miedos en los clientes. Por lo tanto, es indispensable que los colaboradores de una organización brinden la seguridad que los usuarios requieren, con la finalidad de que ellos sientan la confianza al momento de recibir un servicio o un producto.

### **1.2.1.4.Higiene**

La higiene laboral es la disciplina donde participa el reconocimiento, evaluación y control de los factores ambientales para salvaguardar la salud del trabajador. Asimismo, la higiene descubre las causas de los accidentes y enfermedades. El principal factor en la higiene del trabajador es su educación en materia de salud: inculcarle hábitos higiénicos correctos, y hacer que logre una conciencia sanitaria adecuada, aseo personal, uso de ropas apropiadas y equipos de protección personal. (Domiguez, 2018)

La higiene es el conjunto de técnicas y conocimientos necesarios para reconocer, evaluar y controlar los factores ambientales y psicológicos derivados del trabajo, que pueden causar enfermedades o deteriorar la salud del trabajo. (Míguez & Bastos, 2010)

Se define a la higiene como el conjunto de normas y medidas sanitarias, además de ser también una disciplina que tiene como objetivo eliminar o reducir riesgos dentro de la organización. También en la higiene es necesario prevenir enfermedades y brindar un ambiente agradable, mostrando la limpieza en el lugar de trabajo, siendo un factor importante para dar una buena impresión a los clientes, y es la mejor forma de identificar que el lugar donde se está trabajando la seguridad e higiene prevalece.

#### **1.2.1.5.Servicio al cliente**

El servicio al cliente proviene del conjunto de actividades que desempeñan para relacionarse con los clientes, además de ser aquel enfoque que permite comprender al instante las soluciones a cualquier realidad sin necesidad de hacer profundos razonamientos, y que el consumidor reciba el servicio en el tiempo y momento adecuado. (Vallejo & Sánchez, 2017)

El servicio al cliente se considera como el desempeño que se basa en el tiempo, es decir, que un servicio no se refiere únicamente a la atención brindada en el momento de la prestación o venta de un producto, sino también a las acciones realizadas durante y después del proceso, donde se deben incluir actividades para el cumplimiento de necesidades, procurando mantener la excelencia de calidad en el servicio o producto que brinda una empresa. (Collins & Vera, 2018)



Se determina que el servicio al cliente es aquella visión de la organización para relacionarse con sus clientes con el fin de que éste tenga un producto o servicio en el momento en que lo necesite, es decir, las organizaciones buscan satisfacer necesidades, por eso es indispensable que como entidad apliquen las estrategias adecuadas para que el usuario sienta que se preocupan por ellos y por sus intereses. Entonces el servicio al cliente requiere que los trabajadores realicen actividades en conjunto que genere un vínculo entre empresa-cliente para alcanzar una mayor calidad ante la competencia.

#### **1.2.1.6. Atención al cliente**

Atención al cliente es un servicio añadido que todas las empresas, cualquier sea su tipo ofrece a sus clientes, donde consideran más importante el trato, otros valoran más la calidad o apariencia de las instalaciones, para que una empresa pueda atender con calidad a sus clientes, debe tener la capacidad para satisfacer sus necesidades. (Carrasco, 2018)

La atención al cliente debe estar relacionada con la cultura organizacional. Entre las características más importantes de la atención al cliente están:

- **Intangibilidad:** significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de que tenga lugar, es decir, que la atención se percibe por los usuarios según el trato que los colaboradores muestran hacia los clientes.
- **Inseparabilidad:** esta característica está asociada a la inseparabilidad de los servicios de la persona vendedor, que es quien lo produce. Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume.

- **Heterogeneidad o variabilidad:** que los servicios sean heterogéneos significa que son difíciles de estandarizar. Un mismo servicio puede variar según quien lo proporcione.
- **Es perecedera:** no se puede almacenar. (Escudero, 2015)

Se considera que la atención al cliente es el valor agregado que debe brindar la empresa para cumplir con la satisfacción de las personas o clientes, en donde se puede incluir factores como: respeto, atención, paciencia, entre otros que se enfoquen a los usuarios, cuyo objetivo es interactuar y conocer lo que el cliente necesita. Debido a esta situación los consumidores siempre preferirán acudir al lugar donde mejor fue atendido y lo recomendarán con sus conocidos. El autor también menciona que los clientes no solo se orientan hacia la atención brindada sino a las condiciones en las que se encuentran las instalaciones y la apariencia que posee, con el único propósito de verificar si dicho establecimiento cumple con sus expectativas.

#### **1.2.1.7. Compromiso**

El compromiso es el grado de involucramiento que los colaboradores tienen hacia la empresa en la que trabaja, este también depende del esfuerzo que desarrolle en sus actividades. Por otra parte, también es el balance que obtenga un empleado entre sus expectativas y actitudes dentro del puesto de trabajo. Mientras que la empresa es responsable de potenciar ese compromiso a través de la motivación y recompensaciones a los trabajadores con talento, para evitar su desempeño decaiga o que abandonen la organización. (De la Cruz, 2015)

Compromiso es la responsabilidad que tiene el trabajador con la empresa donde es el indicador para la realización de las actividades por lo que asume la obligación de aportar con el máximo desempeño y el deseo de permanecer en la organización por un largo periodo. (Fernández F. , 2017)

Se entiende por compromiso al grado en que una persona está involucrada con la empresa en la que trabaja, este nivel de involucramiento depende de la organización, en donde se debe de potenciar la motivación y recompensas para que el colaborador se sienta satisfecho y comprometido con su trabajo. Además, es la responsabilidad que un empleado asume, con el fin de aportar con conocimientos y esfuerzo para alcanzar los objetivos empresariales, comprometiéndose también con cumplir con las expectativas de los clientes, el mismo que sea de ayuda para incrementar la rentabilidad de la organización.

#### **1.2.1.8.Capacitación**

La capacitación o formación del empleado es un conjunto de actividades establecidas en una planificación que permite mejorar su rendimiento presente o futuro, donde intervienen temáticas que beneficien al fortalecimiento de habilidades, aumento de su competencia laboral y el mejoramiento en su actitud hacia el trabajo. (Fernández & Junquera, 2013)

La capacitación o formación es el progreso profesional del personal que tiene como finalidad el perfeccionamiento y desarrollo de potencialidades capacidades, aptitudes y características, facilitando el acceso a mayores y mejores habilidades, versificando y actualizando conocimientos. (Ena & Delgado, 2012)

La capacitación es el proceso de formación al personal de una organización permitiéndoles fortalecer el rendimiento de las actividades y el desarrollo de capacidades con el fin de mejorar su aprendizaje para el logro de los objetivos empresariales. De la misma manera, permite mejorar las actitudes de los colaboradores, ampliar conocimientos, habilidades y aptitudes para tener un mayor desempeño, adaptándose a los cambios que se presenten en sus puestos de trabajo o a las exigencias del entorno laboral.

#### **1.2.1.9. Proceso de capacitación**

El proceso de capacitación es la manera de potenciar las capacidades en las personas, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan al logro de los objetivos de la organización. La capacitación influye en el cambio de actitudes y aptitudes de los colaboradores para incrementar su desempeño. Pasos para identificar la necesidad de capacitación:

- Diagnóstico de necesidades de capacitación que se deben satisfacer.
- Diseño de un programa de capacitación
- Implementación del programa de capacitación
- Evaluación de los resultados de la capacitación. (Vallejo L. , 2015)

El proceso de capacitación o de formación es aquel que empieza con el estudio de las necesidades de capacitar a los trabajadores, donde se diseña un programa con diferentes métodos y temáticas para incentivar a los recursos humanos, nuevos y actuales a incrementar las habilidades. (González M. O., 2014)

El proceso de capacitación es considerado dentro de las organizaciones como un análisis para establecer las necesidades de cada uno de los colaboradores en su aprendizaje profesional, las mismas que ayudan al desempeño de habilidades y destrezas. Para llevar a cabo las capacitaciones se debe realizar un diagnóstico en donde indique cuales son las actividades que reforzarán debilidades, y así lograr que los trabajadores puedan ir ampliando sus conocimientos tanto del área en que se desenvuelve como en la actividad general de la corporación en la cual presta sus servicios. El proceso de capacitación consta de cuatro pasos y son: diagnóstico, diseño, implementación y evaluación, que son considerados para el desarrollo del esquema de un programa de capacitaciones.

### **Pasos para el proceso de capacitación.**

#### **1.2.1.10. Diagnóstico**

El diagnóstico se efectúa para realizar un análisis de las debilidades en la capacitación donde se establece la planificación y desarrollo de programas orientados para el establecimiento y fortalecimiento de conocimientos, habilidades o actitudes en los empleados. (Saravia, 2016)

Un diagnóstico es aquella necesidad de llevar a cabo una capacitación donde se deben establecer métodos que sitúen un esquema y desarrollo de programas para el fortalecimiento de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una organización, con el objetivo de ayudar a cumplir los objetivos empresariales. Un diagnóstico presenta la necesidad de capacitar cuando se presentan las siguientes problemáticas:

- Haya problemas en la organización
- Haya desviación en el rendimiento
- Existan cambios culturales, en políticas, métodos o técnicas
- Se dan bajas o altas de personal
- Hay transformaciones de función de puesto
- Hay solicitudes del personal (Herrero, 2015)

Un diagnóstico es el análisis sobre una situación determinada que influye en el comportamiento de los colaboradores, por esta razón se debe investigar acerca de los datos pasados y hechos acumulados, los mismos que permitan llegar a una conclusión y de la misma manera dar las respectivas soluciones a un problema en caso que se haya detectado, además de proporcionar elementos para la toma de decisiones sobre la orientación que se dará al programa de capacitación.

#### **1.2.1.11. Diseño**

El diseño de un programa de capacitación empresarial, es uno de los más importantes de todo el proceso de formación, razón por la cual se establecen los parámetros a considerar para llevar a cabo la capacitación. Cabe destacar que un programa de formación puede contener varios planes y temáticas, porque un plan de capacitaciones es la sistematización que contiene diferentes actividades que son de ayuda para fortalecer aquellas habilidades que sustentan todas las acciones de aprendizaje. A su vez, estas actividades formativas pueden relacionarse con las acciones que desempeña la empresa para el logro de los objetivos con el fin de mantener su imagen corporativa. (Sánchez, 2014)

El diseño de un plan de capacitaciones es aquel proceso donde se detalla paso a paso la planificación a desempeñar para llevar a cabo la formación de los trabajadores considerando aspectos que aporten al fortalecimiento de habilidades y actitudes. La síntesis se manifiesta en la necesidad de diseñar un proyecto de capacitación donde intervengan los diferentes aspectos de la estructura según el diagnóstico realizado para detectar cual es la situación que presenta una mayor problemática y se debe buscar una solución inmediata que exprese el logro que proporcione el aprendizaje de trabajadores. (Reboredo, 2016)

Un proceso de diseño es utilizado para establecer actividades de formación y requisitos necesarios para el programa de capacitación, por lo tanto, se debe seguir un sinnúmero de pasos para ir dando forma al plan que se está realizando y así definir las tareas que se involucran en el diseño del proceso de capacitación.

#### **1.2.1.12. Implementación**

La implementación es el éxito en la que un programa de formación depende de la elección de las temáticas adecuadas, de los trabajadores y el desarrollo bajo las condiciones del grado de conformidad, donde el análisis de las necesidades ayuda a determinar cuáles son los parámetros clave para llevar a cabo la planificación del programa sobre ello. Las preguntas siguientes pueden guiar al gerente de recursos humanos o al director de formación en la instauración del programa: a) ¿Quién participará en el programa?, b) ¿Quién impartirá la formación?, c) ¿Qué medios de formación se emplearán?, d) ¿Cuál debe ser el grado de aprendizaje? Y e) ¿Dónde se llevará a cabo el programa? (Fernández & Junquera, 2013)

La implementación del programa de capacitación es la puesta en marcha de la capacitación, es decir, que todo lo que se ha planeado se ejecute ante la realidad presentada. Sin embargo, no se puede tener la certeza de que una buena planeación asegure el éxito del programa, pero se puede estar muy cerca de lograrlo. Por ello se recomienda que siempre se cuente con un tercero que evalúe la capacitación. (Flores, 2014)

En la implementación de un programa de capacitación es el proceso que se realiza para llevar a cabo la formación de los empleados, es decir, poner en marcha la planificación de las actividades a realizar con el fin de verificar si el programa está en capacidad de ayudar a los colaboradores a desarrollar sus habilidades e incrementar sus destrezas para beneficio de la organización. Además de conocer si los resultados del diseño del plan son los esperados.

#### **1.2.1.13. Evaluación**

La evaluación es aquel proceso donde se recoge y analiza detalladamente el nivel de información obtenida dentro de un programa, proyecto o actividad ejecutada, por lo tanto, dicho análisis se utiliza con el fin de emitir un juicio y tomar una decisión en base al plan que se está aplicando en la empresa para ser mejorado integrando nuevos parámetros. (García M. , 2013)

La evaluación se ejecuta después de un plan que permite supervisar el aprendizaje de los participantes, detectar el grado en que se están cumpliendo los objetivos, mejorar futuras intervenciones en la adecuación de las acciones formativas y desempeño. (Rubió, 2016)



La evaluación es un proceso que se realiza una vez ejecutada la capacitación, proyecto, actividad o intervención, tiene la finalidad de realizar un análisis sobre la situación dada, verificar si se cumplió según la planificación, y los cambios generados en los colaboradores luego de asistir a la capacitación, de la misma manera ayuda a emitir un juicio en donde se pueda tomar decisiones de mejora.

### **1.2.2. Satisfacción del cliente**

La satisfacción de los clientes es la característica que debe estar enfocada al cumplimiento de expectativas de los clientes, debido a que la empresa debe aumentar el valor de sus productos o servicios incorporando conocimientos y conceptos relativos a la innovación como actividad primordial de una empresa competitiva para alcanzar sus objetivos. (Cordero & Bermeo, 2018)

La satisfacción de los clientes constituye a un elemento clave a la hora de evaluar el desempeño de una empresa y sus procesos de gestión. Las herramientas de medición de la satisfacción deben permitir recopilar y analizar información para poder identificar las oportunidades de mejora. (Tolosa, 2016)

Para la satisfacción del cliente, esto depende de los hábitos de compra en tal razón la organización debe analizar el bien que ofrece, razón importante del desempeño que brindan los trabajadores de la empresa, porque si éste brinda un servicio adecuado entonces el usuario estará feliz y mientras más alta es la satisfacción de éste, se alcanzará la fidelización de los clientes hacia la organización. Un cliente satisfecho puede convertirse en un consumidor fijo, debido a que es probable que el producto o servicio cumpla con sus expectativas.

### **1.2.2.1.Satisfacción**

La satisfacción se considera como una variable con múltiples componentes en los productos o servicios, de acuerdo a sus características y percepciones de la calidad, además incluyen factores personales, como el estado de ánimo de los clientes, necesidad del servicio o producto, precios o estado del establecimiento, esto depende de las expectativas formuladas por el cliente y del desempeño que puede dar como resultado las posibilidades de un bien o servicio con calidad donde el trabajo y las expectativas fueron superadas como esperaba el consumidor. (Benítez, Romero, & Solís, 2016)

La satisfacción se consideraba como una variable con múltiples componentes y con una gran subjetividad, que está influida por características específicas del producto o servicio, las percepciones de la calidad de estos y el precio, además algunos factores personales, como el estado de ánimo o estado emocional de los clientes, afectan su medición. (Rodríguez, Caballero, & Rojas, 2016)

Se considerada a la satisfacción como el estado de ánimo que una persona experimenta ante un producto o un servicio, si el bien no cumple con las expectativas se presenta la insatisfacción, es decir, que los usuarios pueden quedar conforme o inconformes por el servicio que están recibiendo, en casa de la no satisfacción la empresa deberá buscar aquellas estrategias que capte la atención de los usuarios, la satisfacción también implica la atención que brinda al momento de comprar un producto o solicitar un servicio, situaciones que pueden demostrar diferentes estados de ánimos en el cliente.

### **1.2.2.2.Grado de fidelización**

La fidelización se sustenta en una gestión eficaz de la comunicación entre la empresa y el cliente. Como se ha comprobado, la fidelización implica crear una fuerte relación emocional con los consumidores, donde requiere ir más allá de la funcionalidad del producto o del servicio y más allá de la calidad del bien que presta la empresa. Es necesario establecer vínculos con los usuarios y hacer prevalecer la comunicación en sus diferentes áreas de trabajo, la cual adquiere una importancia porque cuando no se puede crear una relación emocional con los clientes no existe la correcta y adecuada comunicación. (Alcaide J. , 2015)

La fidelización es cuando se contribuye a crear vínculos en las organizaciones, que permitan mantener una relación duradera con los clientes constantes de las empresas, generando acciones que aporte un valor agregado y que permita aumentar los niveles de satisfacción. Para incrementar las posibilidades de alcanzar el éxito, es necesario tener conocimientos acerca del comportamiento de los consumidores con el fin de adecuar las acciones a sus preferencias, es decir, que los trabajadores deben enfocar las actividades hacia los requerimientos del usuario. (Bernués, 2013)

Para alcanzar un grado de fidelización eficiente es necesario que las organizaciones junto a sus colaboradores implementen estrategias, que se enfoquen en cumplir con las expectativas de los usuarios. Además de construir vínculos con los clientes en donde se mantenga una relación que va más allá de brindar un servicio o producto de calidad, debido a que las personas buscan tener un buen trato que cumpla con sus necesidades y la organización que recomienden el producto o servicio.

### 1.2.2.3. Jornada laboral

Se conoce a la jornada laboral como el tiempo en la cual el trabajador dedica al desarrollo de sus actividades laborales que es pactada en convenios colectivos o en el contrato de trabajo, considerando los siguientes parámetros:

- **Jornada diaria:** menor o igual a 9 horas (8 si se es menor de edad).
- **Jornada semanal:** menor o igual a 40 horas de promedio anual.
- **Descanso entre jornadas:** superior o igual a 12 horas.
- **Descanso semanal:** al menos día y medio seguido, aunque puedan acumularse en periodos de dos semanas; dicho descanso será de 2 días si se es menor.
- **Descanso durante la jornada:** al menos 15 minutos si la jornada es de más de 6 horas (30 minutos si se es menor de edad y la jornada de 4 horas y media o más).

(Albarrán & Márquez, 2014)

La jornada de trabajo es el periodo de tiempo diario, semanal o anual, en la cual se desempeñan las tareas para las que se ha sido contratado, según se establezca en el convenio, además se debe incluir los descansos dentro de la jornada, considerando el estado físico de los trabajadores, evitando enfermedad. (González & Pérez, 2018)

Se considera a una jornada de trabajo como el tiempo en que un colaborador debe desempeñar sus actividades empresariales, el mismo que debe estar especificado dentro del acuerdo que se ha llevado a cabo, con el fin de que el subordinado pueda cumplir sus tareas laborales en el horario de trabajo establecido y que a su vez ayude a brindar un servicio eficiente a los usuarios.

#### **1.2.2.4.Responsabilidad Social Corporativa**

La responsabilidad social corporativa es aquella que se da ante la sociedad, las compañías, especialmente las avanzadas, consideran que logran con sus objetivos a través de las tareas obligatorias que sirven para conseguir una importante ventaja frente a los competidores, puesto que actualmente el trabajo en una organización es un elemento que aporta acciones para potenciar y reforzar la imagen corporativa. (Ruiz, Gago, García, & López, 2013)

La responsabilidad social corporativa se desarrolla en el sector público con el fin de facilitar un análisis para la contribución a la sostenibilidad global de la sociedad: Desde el punto de vista del autor, la palabra “social” es un adjetivo, y acompaña al sustantivo “responsabilidad” que tiene como idea la finalidad de limitar su significado. (Cueto, 2014)

Para la responsabilidad corporativa se considera como aquel comportamiento que demuestra cada integrante de la empresa, con la finalidad de cumplir con las tareas asignadas para la contribución al mejoramiento continuo de la entidad. También se basa en la forma la cual se dirige a una empresa enfocándose en la gestión de sus actividades y en las ventajas que estas generan con el fin de verificar si dichas acciones son el beneficio que como organización está buscando para los clientes, empleados, accionistas y sociedad en general, manteniendo como propósito reducir un impacto negativo en los aspectos como la economía, social y en el medio ambiente, siendo estos factores importantes para la responsabilidad de las diversas empresas para que no sean afectadas en su entorno laboral.

### **1.2.2.5.Motivación**

La motivación es el proceso que las empresas deben utilizar para estimular a los empleados con el fin de que puedan desempeñarse en su trabajo porque los llevara a cumplir con las metas deseadas. La palabra motivación también significa mover, conducir o impulsar a la acción, donde los administradores deben motivar a sus empleados para que realicen las tareas asignadas obteniendo el beneficio que esperan, satisfaciendo esos impulsos y deseos para un mayor desempeño en su puesto de trabajo. (Luna, 2014)

Motivación puede detectarse en el estado de ánimo de alguien, además de ser un estado interno en la organización con el fin de impulsar y dirigir la conducta de los trabajadores, convirtiéndose en la fuerza que mueve a la persona en busca de un objetivo determinado, es decir, que la motivación genera comportamiento que moviliza a las personas a obtener el bienestar anhelado. (Feijoó, 2016)

La motivación es un estado de ánimo que muestra el colaborador al momento de realizar su trabajo, en donde la empresa debe estar involucrada porque debe de reconocer el trabajo y esfuerzo que desempeña cada uno, con el fin de brindar una recompensa o reconocimiento a aquel subordinado que está cumpliendo con sus objetivos personales y sobre todo empresariales. La motivación dentro de las organizaciones es un elemento básico porque a través de ésta se logra la realización del trabajo para lograr los objetivos de la empresa, siendo un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades anhelos y fuerzas similares para un grupo de trabajadores que buscan llegar a la misma meta.

#### **1.2.2.6.Confianza**

Confianza en clientes se construye en el momento que un producto o servicio muestra calidad, excelencia y buen trato humano, debido a que los empleados desempeñan diversas funciones las mismas que deben dirigirse a conseguir que su actitud despierte la confianza de quienes esperan un trato personalizado, porque lo importante es la percepción del cliente. (Iturrioz, 2017)

Es el valor máspreciado con el que debe contar un cliente, también es la seguridad firme que proporciona la empresa, por lo tanto, aporta tranquilidad. Para generar confianza en el entorno empresarial se debe actuar con lealtad y compromiso, cumpliendo con todos los requerimientos que se han manifestado por parte de la organización. (Vargas & Aldana, 2014)

Una de las características principales de las empresas es mostrar confianza a sus clientes, con el fin de que éste se pueda sentir seguro al momento de adquirir un producto o servicio, además es uno de los valores agregados más importantes en la organización por que se le está brindando tranquilidad y seguridad a los usuarios.

#### **1.2.2.7.Clima organizacional**

Clima organizacional es el conjunto de percepciones de la organización, donde influyen actividades, comportamientos y el ambiente donde se desenvuelven los trabajadores de una organización, se constituye como un instrumento por excelencia que busca del logro de los objetivos con mayor eficiencia y condiciones obteniendo un entorno de armonía. (Iglesias & Torres, 2018)

El clima organizacional es un factor elemental en el desarrollo y rendimiento de las organizaciones, es el ambiente de trabajo que perciben los empleados y es también el escenario en la cual desarrollan las diferentes actividades laborales. En este sentido, si el clima laboral es armonioso, asegura el cumplimiento de todas las acciones laboral, productiva y administrativa. (Méndez, 2016)

Para las empresas que se dedican a ofrecer productos o servicios, es importante que mantengan un clima organizacional, debido a que el entorno de trabajo es el que interviene para un mejoramiento continuo, debido que es el ambiente donde los colaboradores desempeñan las tareas asignadas, trabajando en conjunto y en armonía, mostrando capacidad para resolver problemas sin necesidad de crear conflictos.

#### **1.2.2.8. Clientes**

Los clientes son el activo más importante para el crecimiento de las empresas, porque generan beneficios e ingresos durante su relación con la empresa., por lo tanto, las actividades de un grupo de trabajadores deben estar dirigida a mejorar los procesos de adquirir, captar, retener y aumentar la cartera de clientes en una compañía. (Villanueva & Toro, 2017)

Es la persona que tenga algo que ver con el éxito o fracaso debido a que por ellos una empresa puede permanecer en el mercado laboral, dado que el cliente, antes que nada, es persona, y como tal se puede encontrar clientes con diferentes personalidades, que piden y exigen que sus necesidades sean satisfechas según sus requerimientos superando expectativas. (Palomo, 2014)



Los clientes son aquellas personas que están dispuestas a pagar por un bien o un servicio, que pueden ser para uso personal, para otras personas o para una empresa diferente, que adquieren estos servicios de forma voluntaria. Un cliente es considerado parte fundamental de las empresas pues ellos son quienes van a hacer uso de los productos o servicios ofrecidos por la empresa que busca un fin de lucro y cumplir necesidades del mercado, por lo tanto, como organización debe estar al tanto de los requerimientos de los usuarios para buscar alternativas para satisfacerlos.

#### **1.2.2.9. Clientes Internos**

Un cliente interno es aquel individuo que forma parte de la empresa, es decir, el trabajador puede considerarse como un cliente, dado que es el que ve el resultado del producto o servicio. (Perdiguero, 2017)

El cliente interno es aquel que forma parte de la empresa como empleado o proveedor y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados. (Londoño, 2006)

Los clientes internos son aquellos que están formados por grupos de personas la cual integran una organización, ya sea en áreas administrativas, producción, almacén o dirección, porque es indispensable trabajar en equipos para alcanzar los objetivos planteados. De la misma manera, por las diferentes actividades que realizan los colaboradores reciben una remuneración laboral, por la prestación de sus servicios a la empresa de la cual forman parte, donde se requiere el compromiso para mantener la calidad de los productos o servicios.

#### **1.2.2.10. Clientes Externos**

Los clientes externos son aquellas personas que acuden a las empresas con el fin de comprar un producto o adquirir un servicio, donde una vez que han obtenido lo que deseaban estos retribuyen mediante dinero y pagan el precio total del producto o servicio recibido. Además, existen diferentes tipos de clientes externos que para la organización establece una forma de atención y comunicación diferente. (Fernández & Fernández, 2017)

El cliente externo como la persona más exigente al momento de solicitar un servicio, y es quien debe convertirse en el centro de la actividad profesional, porque los trabajadores de una organización deben tener como objetivo principal comprender las necesidades actuales, futuras para poder alcanzar, mantener sus expectativas de calidad, adaptándose a las preferencias, satisfaciendo requisitos y sobre todo esforzarse en sobrepasar las expectativas de los consumidores. (Morales, 2017)

Los clientes externos son aquellos que buscan satisfacer necesidades y no forman parte de una organización, razón por la que acuden a las diferentes organizaciones que brindan servicios ya sea de transporte, bancario, asesorías entre otras o comprar un producto alimenticio, vestimenta. Por lo tanto, una vez que el consumidor ha encontrado lo que desea lo retribuye con dinero. Un cliente externo también busca que se le brinde una atención adecuada, porque el buen trato también es una responsabilidad de quienes se relacionan directamente con los consumidores, con el fin de mostrar una imagen corporativa eficiente.

### **1.3.Fundamentos filosóficos, sociales, psicológicos, legales**

#### **1.3.1. Filosóficos**

El trabajo de investigación se fundamenta en criterios en donde la calidad se relaciona con la atención al cliente, por tal motivo la persona que recibe el servicio de transporte debe quedar encantado con la atención y seguridad que percibe por parte de la empresa, haciéndolos sentir que son importantes para la compañía, para ello se toma partida del filósofo Philip Kotler que manifestó: “Ya no basta con satisfacer a los clientes; ahora hay que dejarlos encantados”.

La calidad de los servicios en la organización es impulsada a través de la satisfacción de los usuarios pues se busca cumplir con sus expectativas, siendo esto parte fundamental para la fidelización de los mismos, por lo cual Philip Kotler mencionó: “La clave para retener a clientes es la satisfacción de los clientes. Un cliente muy satisfecho se mantiene leal por mucho más tiempo, compra más, habla favorablemente acerca de la empresa y de sus productos, presta menos atención a la competencia, es menos sensible al precio”.

#### **1.3.2. Sociales**

Las cooperativas de transporte desempeñan un papel fundamental en la sociedad, porque prestan servicios de traslado. Su prioridad es brindar seguridad a sus pasajeros donde predomine la sensación de confianza, fidelización e integridad de los mismos, así mismo lograr una calidad de vida de sus usuarios y de los miembros que la integran, y están obligados a ofrecer excelente atención a sus clientes.

La función de las cooperativas de transportes es brindar comodidad en sus servicios cuyo fin es que los usuarios se sientan satisfechos. Por lo tanto, la prioridad para los colaboradores es saber cómo tratar a los pasajeros logrando obtener excelente calidad en los servicios brindados.

Sin embargo, en la actualidad la calidad del servicio y satisfacción de los clientes son temas que no se le da la adecuada importancia, además en ciertas cooperativas de transportes no se consideran la seguridad de los usuarios, lo que constituye una falta profesional, la organización debe incitar a los clientes a informar de ese trato para tomar medidas correctivas que permita recuperar la confianza y seguridad invertida en esos pasajeros.

### **1.3.3. Psicológicos**

La psicología es una disciplina aplicada cuyo objetivo es mejorar las condiciones de tránsito, el comportamiento humano a partir del conocimiento de sus aspectos psicológicos.

Los fundamentos psicológicos de la calidad de servicio intervienen en los transportistas, pues en su actividad por diferentes situaciones ciertos factores comportamentales varían, es decir, que el conductor no tendría el mismo estado de ánimo luego de una larga jornada, porque durante el día influyen factores que pueden generar accidentes de tránsito, cansancio, estrés, depresión, problemas personales o de trabajo. Estos factores afectan a la seguridad que deben brindar los conductores hacia los usuarios, también se presenta en los colaboradores provocando que la atención sea ineficiente.

Por lo tanto, estas variables se relacionan con el servicio que brinda la Cooperativa debido a que el estado de ánimo de los usuarios dependerá del trato que le brinden, además de la seguridad parte fundamental de las organizaciones dedicadas a la transportación de pasajeros.

#### **1.3.4. Legales**

### **Constitución de la República del Ecuador**

(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

## **Título II**

### **Sección Novena**

#### **Personas usuarias y consumidores**

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de mediación de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

**Art. 54.-** Los organismos 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 la vida de las personas.

## **Título VII**

### **Sección Décima**

#### **Población y movilidad humana**

**Art. 392.-** EL estado velará por los derechos de las personas en movilidad humana y ejercerá la rectoría de la política migratoria a través del órgano competente en coordinación con los distintos niveles de gobierno. El estado diseñará, adoptará, ejecutará y evaluará políticas, planes, programas y proyectos, y coordinará la acción de sus organismos con la de otros Estados y organizaciones de la sociedad civil que trabajen en movilidad humana a nivel nacional e internacional.

### **Sección Duodécima**

#### **Transporte**

**Art.** los siguientes factores, ¿Cuál cree usted que afecta a las cooperativas para ofrecer un buen servicio? - según este artículo los usuarios tienen derecho a libertad de transporte en sus formas: terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del país, en iguales condiciones para todos los usuarios. La utilización del transporte público y la generación de políticas sobre las tarifas particulares de transporte serán prioritarias. El Estado es el ente regulador en el servicio de transporte en todos sus tipos

## **Código del Trabajo** (Código del Trabajo, 2018)

### **Capítulo V**

#### **De la duración máxima de la jornada de trabajo, de los descansos obligatorios y de las vacaciones**

##### **De las jornadas y descansos**

**Art. 47.- De la jornada máxima.** – La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley.

El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación, podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración correspondiente

**Art. 48.- Jornada especial.** – Las comisiones sectoriales y las comisiones de trabajo determinarán las industrias en que no sea permitido el trabajo durante la jornada completa, y fijarán el número de horas de labor.

La jornada de trabajo para los adolescentes, no podrá exceder de seis horas diarias durante un periodo máximo de cinco días a la semana.

**Art. 49.- Jornada nocturna.** – La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

## **Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial**

(Reglamento de ley de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, 2012)

### **Título I**

#### **De las condiciones de transporte terrestre**

**Art. 40.-** El transporte terrestre es un servicio esencial que responde a las condiciones de:

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

**Universal:** El Estado garantizará el acceso al servicio de transporte terrestre, sin distinción de ninguna naturaleza, conforme a lo establecido en la Constitución de la República y las leyes pertinentes.

**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 garantiza 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.

**Calidad.** Es el conjunto de parámetros sobre los servicios de transportes, establecidos por los organismos reguladores del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

**Estandarización.** A través del proceso técnico de homologación establecido por la ANT, se verificará que los vehículos que ingresan al parque automotor cumplan con las normas y reglamentos técnicos de seguridad, ambientales y de comodidad emitidos por la autoridad permitiendo establecer un estándar de servicio a nivel nacional.

**Medio Ambiente.** El Estado garantizará que los vehículos que ingresan al parque automotor a nivel nacional cumplan con normas ambientales y promoverá la aplicación de nuevas tecnologías que permitan disminuir la emisión de gases contaminantes de los vehículos.

## **Capítulo I**

### **De la atención preferente a pasajeros**

**Art. 41.-** Gozaran de atención preferente a las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres, niñas, niños y adolescentes. Para el efecto, el

sistema de transporte colectivo y masivo dispondrá de áreas y accesos especiales y debidamente señalizados, en concordancia con las normas y reglamentos técnicos INEN vigentes para estos tipos de servicios.

**Art. 42.-** El sistema de transporte terrestre brindará asistencia especial a las personas señaladas en esta sección, según sus necesidades, facilitándoles el acceso a los vehículos y ofreciéndoles la mayor comodidad dentro de la categoría respectiva. Además, la infraestructura física del vehículo y de los corredores del transporte deberá ser accesible a este grupo de usuarios. La Agencia Nacional de Tránsito y los GADs, en el ámbito de sus competencias, controlan el cumplimiento de estas obligaciones.

## **Título I**

### **Del servicio de transporte terrestre**

#### **Capítulo I**

##### **De la constitución de compañías y cooperativas de transporte terrestre**

**Art. 53.-** Las compañías y cooperativas que vayan a prestar servicios de transporte terrestre público o comercial, antes de constituirse, deberán obtener un informe previo favorable emitido por la ANT. El departamento técnico correspondiente realizará los estudios de factibilidad, que serán puestos a consideración del Director Ejecutivo de la Agencia para la emisión del informe previo, el mismo que será al director de la Agencia para su aprobación final, en caso de ser procedente.

## **Capítulo II**

### **Clases de transporte terrestre**

**Art. 54.-** El servicio de transporte terrestre público consiste en el traslado de personas, con o sin sus efectos personales, de un lugar a otro dentro de los ámbitos definidos en este reglamento, cuya prestación estará a cargo del Estado. En el ejercicio de esta facultad, el Estado decidirá si en vista de las necesidades del usuario, la prestación de dichos servicios podrá delegarse, mediante contrato de operación, a las compañías o cooperativas legalmente constituidas para este fin.

**Art. 55.-** El servicio de transporte terrestre comercial consiste en trasladar a terceras personas y/o bienes, de un lugar a otro, dentro del ámbito señalado en este Reglamento. La prestación de este servicio estará a cargo de las compañías o cooperativas legalmente constituidas y habilitadas para este fin. Esta clase de servicio será autorizado a través de permisos de operación.

## **CAPÍTULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2.1. Tipo de Investigación**

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación con el tema: Calidad de Servicio y satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de transporte de pasajeros Santa Rita de Palmar, se emplea los siguientes tipos de investigación: descriptiva y exploratoria, a través de los enfoques cualitativos y cuantitativos, que permiten cumplir con los objetivos.

La investigación descriptiva permite realizar un análisis profundo sobre la situación actual de la Cooperativa de transporte, detallando la problemática que se presenta, para determinar los factores objeto de estudio a considerar para cumplir las expectativas de los usuarios y mejorar la atención del servicio.

Se utiliza la investigación exploratoria que consiste en la visita de campo a la organización para conocer las diferentes actividades que desempeñan los miembros de la Cooperativa, de la misma manera interactuar con los socios, colaboradores y usuarios, mediante la aplicación de técnicas para la recolección de información.

Además, el enfoque cualitativo consiste en el análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas, determinando las características relacionadas con la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa, la información permite la obtención de datos relevantes para la toma de decisión ante la situación problemática.

Finalmente, el enfoque cuantitativo permite el análisis de los resultados mediante datos estadísticos, la información generada en las encuestas aplicadas a los usuarios, permite determinar si el grado de satisfacción de los pasajeros en relación al servicio es el adecuado o no, y frente a estas alternativas buscar las posibles soluciones.

## **2.2. Métodos de la investigación**

### **Método deductivo**

La deducción empieza por las ideas generales y pasa a los casos particulares y, por tanto, no plantea un problema. Una vez aceptados los axiomas, postulados y definiciones, los teoremas, demás casos particulares resultan claros y preciso. No sucede así con la inducción puesto que se salta de una observación limitada a una generalización ilimitada. Podremos observar cuidadosamente, hacer enumeraciones precisas del fenómeno que estudiemos, pero nunca tendremos una certidumbre plenaria de que la ley, una vez generalizada, se aplique por completo a todos los fenómenos de la misma especie. La deducción implica certidumbre y exactitud; la inducción, probabilidad. (Baena, 2017)

El método deductivo consiste en ir formando criterios a través de las diferentes conceptualizaciones de las variables como: calidad del servicio y satisfacción de usuarios, estas bases teóricas ayudan a comprender el objeto de estudio, evaluando los diferentes aspectos que se presentan en la cooperativa de transporte y que permiten definir las estrategias para mejorar la atención a los pasajeros. Teniendo en cuenta los factores que involucran al mejoramiento continuo, para el desarrollo de nuevas estrategias que ayuden a la organización a alcanzar el grado de calidad.

## **Método inductivo**

La inducción es un método lógico que procede de lo particular a lo general; es decir, de la realización y observación de casos particulares descubre relaciones de validez general. Estas relaciones, una vez validadas para cada caso particular en número suficiente, permiten obtener conclusiones para los demás casos sin necesidad de validarlas a todas ellas. Este método es típico de las ciencias naturales porque, en términos generales, la naturaleza y las leyes que la rigen actúan en forma invariable, es decir, los fenómenos de la naturaleza ocurren siempre de la misma. (Muñoz, 2015)

El método inductivo permite la evaluación de la información obtenida en la recolección de datos, que es utilizada para evaluar la situación actual de la cooperativa, detallar los aspectos menos fortalecidos para el diseño de un plan de mejora que se encuentra enfocado a la atención al cliente, seguridad y el trabajo en equipo, aspectos que ayudan al desarrollo y crecimiento empresarial. Información que se obtuvo de los colaboradores y usuarios de la organización.

### **2.3. Diseño de muestreo**

#### **Población**

La población total objeto de estudio es de 102.429 habitantes del Cantón Santa Elena entre la edad de 15 a 59 años, esta información se obtuvo a través de los datos estadísticos del INEC. También se constituye por los socios y trabajadores que conforman la cooperativa de transporte. A continuación, se detalla la siguiente tabla con la población total:

**Tabla 1: Población**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Presidente	1
Secretaria	1
Boleteros	2
Socios	19
Ciudadanía	102.429
<b>Total</b>	<b>102.452</b>

**Fuente:** Cooperativa de transporte Santa Rita - (INEC, 2017)

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

## **Muestra**

La muestra se obtiene por el método de muestreo aleatorio simple de Allen Webster, la que determina la población utilizada para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

**Tabla 2: Datos para cálculo de la muestra**

<b>Descripción</b>		
<b>n=</b>	Tamaño de la muestra	268
<b>N=</b>	Población total	102.452
<b>Z=</b>	Nivel de confiabilidad	90% (1,64)
<b>p=</b>	Probabilidad de éxito	50% (0,50)
<b>q=</b>	Probabilidad de fracaso	50% (0,50)
<b>e=</b>	Margen de error	5% (0,05)

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

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

$$n = \frac{(1,64)^2 * 102.452 (0,50 * 0,50)}{0,05^2 (102.452 - 1) + 1,64^2(0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{2,6896 * 25.613}{256,1275 + 0,6724}$$

$$n = \frac{68.8887248}{256,7999}$$

$$n = 268$$

Una vez aplicada la fórmula de muestreo su resultado es de 268, que significa el total de la población a considerar para la recolección de datos.

#### 2.4. Diseño de recolección de datos

Para la recolección de información del trabajo de titulación se aplicó las siguientes técnicas de investigación:

**Entrevista:** Permite obtener información dialogando con los socios y colaboradores de la cooperativa, mediante una guía de preguntas, utilizadas para obtener información más compleja y despejar interrogantes de la problemática objeto de estudio, en donde el personal explica de manera amplia el desarrollo de sus actividades en la atención a los pasajeros.

**Encuestas:** Método utilizado al momento de realizar una investigación o exploración sobre la población a investigar, es decir, permite obtener información de manera rápida y eficaz mediante un cuestionario de preguntas del tema de investigación.



En el trabajo las encuestas están enfocadas a los habitantes del cantón Santa Elena, específicamente a la zona norte, por ser ellos los principales clientes en hacer uso de los servicios que brinda la cooperativa.

Para procesar los resultados de las encuestas se aplicó el sistema SPSS, que permite analizar mediante tablas y gráficos estadísticos los datos recabados al aplicar el instrumento.

Además, el cuestionario es evaluado a través de la escala de Likert, la cual los resultados se verán reflejados por la sumatoria de la puntuación de cada pregunta que se realiza, en donde se muestran parámetros para identificar actitudes positivas o negativas de los usuarios ante el servicio que están adquiriendo. Entre las escalas se escogió la siguiente:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Esta escala permite verificar el grado de aceptación de los usuarios ante el servicio prestado, donde se puede visualizar el escenario positivo o negativo según manifieste el encuestado.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **1.1. Análisis de la información**

##### **Resultados de la entrevista**

#### **1. ¿Piensa que dentro de la cooperativa se promueve un trato eficiente al usuario para mejorar la calidad del servicio?**

Sí, porque la mayoría de los colaboradores tienen años trabajando para la cooperativa, por lo tanto, durante ese tiempo todos los socios se han dedicado a promover el trato adecuado a los usuarios con la finalidad de que se sientan a gusto con el buen comportamiento de quienes conforman la cooperativa es por esta razón que día a día se esfuerzan en mostrar una sonrisa a cada pasajero aún si tienen problemas personales, pero esto no les impide en ser amables y respetuosos con los clientes para alcanzar la calidad en sus servicio.

#### **2. ¿Considera que el servicio que brinda es excelente o debería mejorar?**

Consideran que a pesar de tener años con la cooperativa es bueno ir mejorando algún error, dado que como organización se pueden presentar anomalías, sin embargo, siempre se busca la manera de dar solución a aquellas debilidades que se presenten, por eso manifiestan que el servicio no es excelente pero tampoco malo, debido a que como equipo de trabajo buscan la manera de mejorar día tras día con la finalidad de cumplir con los objetivos organizacionales.

**3. ¿Cree usted que siempre se toma en cuenta la seguridad e higiene en las unidades de transportes para comodidad de los usuarios?**

Manifiestan que siempre buscan la manera de dar mantenimiento a las unidades con la finalidad de que los pasajeros puedan viajar seguros, de la misma manera se respetan las señales de tránsito, así como también realizan una limpieza durante el horario de descanso de los trabajadores con el propósito de que el pasajero al momento que use los medios de transportes pueda visualizar el estado en que se encuentran las unidades de transportes.

**4. ¿Considera que la cooperativa cumple con los estándares de seguridad y control en sus unidades?**

Si, si se cumple con los estándares de seguridad y control debido a que la terminal terrestre cuenta con el personal preparado para realizar los debidos controles de los medios de transportes al momento de salir. Por esta razón consideran que la cooperativa está pendiente de que los colaboradores cuenten con los requisitos en total actualización para evitar contratiempos y complicaciones, además de un desprestigio de la organización por incumplimiento de la ley.

**5. ¿Considera que es necesario capacitar al recurso humano para brindar una atención adecuada a los clientes?**

Sí, porque a través de las capacitaciones los colaboradores y socios pueden fortalecer sus conocimientos acerca de la importancia que tiene el usuario para la cooperativa, o en otro caso conocer temas de como brindar una atención adecuada en donde el pasajero se sienta a gusto con el trato, además que como cooperativa de

transporte es indispensable conocer y capacitar al personal en temas de seguridad tanto para quienes están a cargo de las unidades como para los pasajeros, es por esta razón que consideran que la formación es indispensable en todo tipo de organización.

**6. ¿Cómo directivo de la cooperativa se preocupa por cumplir con las expectativas de brindarle una buena atención a sus clientes?**

Si, como directivos se preocupan porque el usuario siempre este satisfecho con el servicio además de recibir la atención que ellos merecen con un personal que este comprometido con la organización y con cada uno de los socios en considerar la seguridad y comodidad de los pasajeros, porque es lo que se requiere como expectativas de un servicio de transporte. Por tal motivo, se preocupan para que las precepciones de un servicio de calidad se cumplan según los requerimientos.

**7. ¿Cómo parte de responsabilidad corporativa, el recurso humano realiza sus actividades con ética y profesionalismo buscando el bienestar social-ambiental?**

La responsabilidad corporativa, la consideran un requisito importante en cada uno de los integrantes de la cooperativa, debido a que dentro de ese valor se encuentra el realizar un trabajo con ética y profesional, de la misma manera se preocupan por el bienestar de la sociedad, por esta razón, piensan que la mejor manera de ser responsables es tener en cuenta siempre la seguridad de los usuarios al momento de viajar, por lo tanto, se encargan de que el personal que labora cumpla con todos los requisitos que se requieren para conducir un medio de transporte.

**8. ¿Cuáles son las situaciones de ambiente laboral en su área de trabajo que se enfrentan en el día a día?**

Entre las situaciones laborales que uno más se enfrenta día a día es al cansancio, dado que dirigir un medio de transporte requiere de concentración al manejar, pero en la mayoría al final de la jornada se sienten cansado y estresado debido al largo viaje que realizan, además de enfrentarse a personas que son irresponsables al manejar, y no considera los límites de velocidad lo que provocan accidentes de tránsito.

**9. ¿Cómo socio de la cooperativa promueve la motivación a los colaboradores para que desempeñen un servicio de calidad?**

Consideran que como integrante principal de quienes conforman la cooperativa que no promueven la motivación en su totalidad porque cada chofer es responsable de buscar con quien trabajar, por esta razón no lo cree necesarios porque conoce que si se trabaja con personas de confianza las actividades serán desempeñadas eficientemente.

**10. ¿Considera que uno de los objetivos de la cooperativa es renovar las unidades de transporte para mejorar la comodidad y calidad de los usuarios?**

El renovar las unidades depende de los dueños de cada transporte, por esta razón no forma parte de los objetivos organizacionales, sin embargo, consideran que, si sería conveniente renovar ciertos buses que no brindan la comodidad que los pasajeros desean, además de alcanzar la calidad del servicio. Pero esto depende solo de cada socio el querer renovar su medio de transporte.

## Presentación de resultados de la encuesta a usuarios

### Pregunta 1: Género

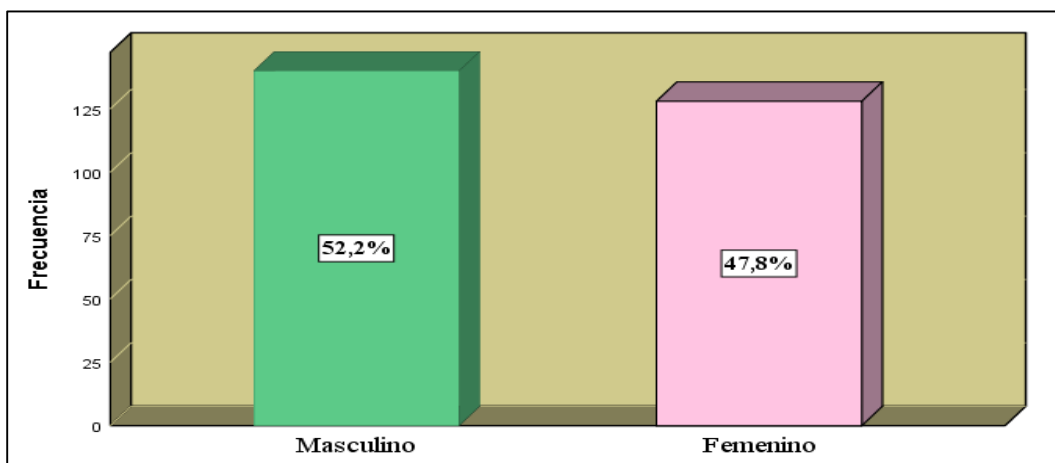
**Tabla 3: Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	140	52,2	52,2	52,2
	Femenino	128	47,8	47,8	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 1: Género**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

La recolección de datos se realizó a través de las personas cuyo domicilio es la zona norte del cantón Santa Elena, específicamente las comunas de Palmar, Jambelí, Monteverde y San Pablo, debido a que las unidades de transporte realizan su recorrido por la ruta hasta la Terminal Terrestre. En base a los resultados se interpreta según el gráfico 1, no se encontró diferencias en cuanto al tema género, por lo que esta información nos indica que no es necesario realizar ningún tipo de servicio personalizado, porque ambos géneros utilizan los medios de transportes, ya sea para movilizarse a sus sitios de trabajo o realizar compras para el hogar.

## Pregunta 2: ¿Con que frecuencia usted utiliza el servicio de transporte?

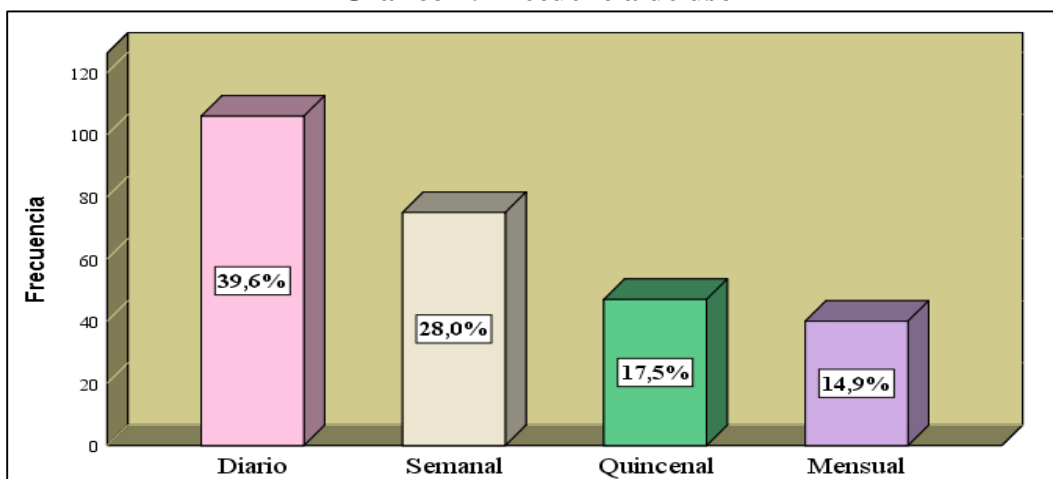
**Tabla 4: Frecuencia de uso**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	106	39,6	39,6	39,6
	Semanal	75	28,0	28,0	67,5
	Quincenal	47	17,5	17,5	85,1
	Mensual	40	14,9	14,9	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 2: Frecuencia de uso**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se puede verificar en el gráfico 2, que el mayor porcentaje de pasajeros que hacen uso de los medios de transporte son de frecuencia diaria y en una mínima proporción utilizan las unidades de manera mensual, es decir, que los usuarios que viajan regularmente se relacionan directamente con los colaboradores de la cooperativa, por lo tanto, conocen la situación en la que se desarrollan las actividades laborales día a día, por ende son ellos quienes pueden dar una opinión acerca del trato que reciben, actitud que muestran y seguridad que brindan durante su jornada de trabajo.

**Pregunta 3: De los siguientes elementos, ¿A su criterio cuál considera usted que afecta a las actividades de la cooperativa para brindar un buen servicio?**

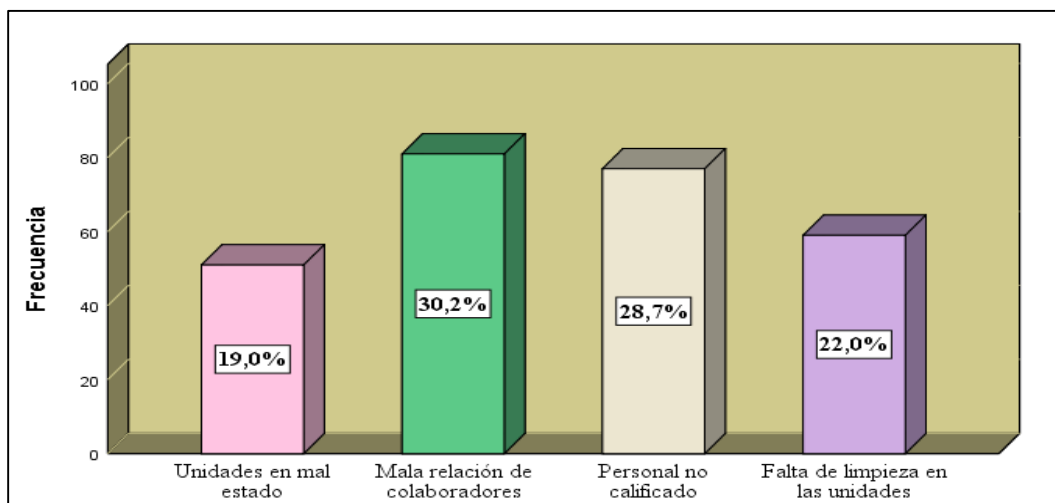
**Tabla 5: Elementos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Unidades en mal estado	51	19,0	19,0	19,0
	Mala relación de colaboradores	81	30,2	30,2	49,3
	Personal no calificado	77	28,7	28,7	78,0
	Falta de limpieza en las unidades	59	22,0	22,0	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 3: Elementos**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

Entre los factores establecidos en el gráfico 3, las personas encuestadas mencionan en mayor porcentaje que una mala relación entre los colaboradores influye en que se trabaje en un ambiente laboral tenso, seguido del personal no calificado pues este factor no brinda la seguridad y confianza que el usuario requiere, mientras que un mínimo porcentaje manifiesta que las unidades en mal estado provocan incomodidad al momento de viajar, por lo tanto, esto afecta al desempeño de las actividades para ofrecer un buen servicio.



**Pregunta 4: ¿Piensa usted que para la satisfacción de sus necesidades la cooperativa debe proporcionar calidad en el servicio de transporte?**

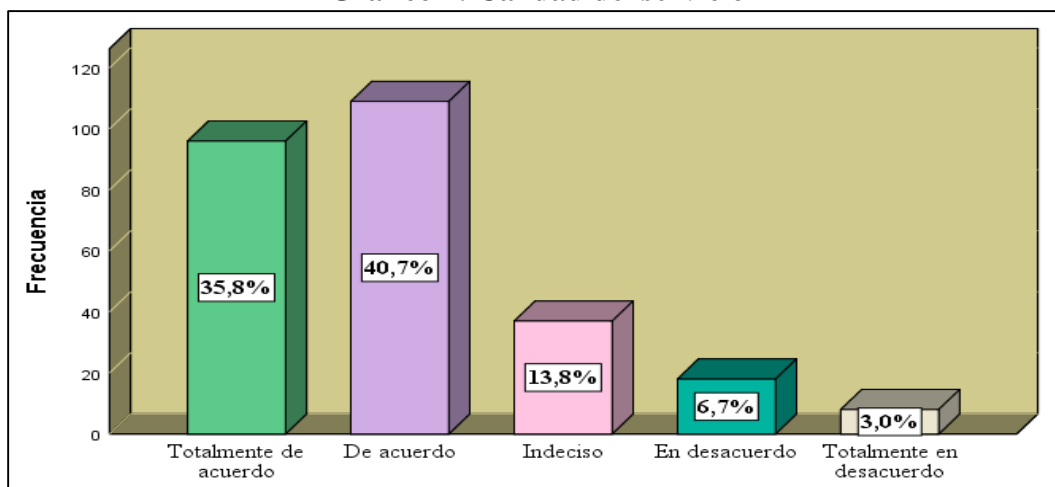
**Tabla 6: Calidad del servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	96	35,8	35,8	35,8
	De acuerdo	109	40,7	40,7	76,5
	Indeciso	37	13,8	13,8	90,3
	En desacuerdo	18	6,7	6,7	97,0
	Totalmente en desacuerdo	8	3,0	3,0	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 4: Calidad del servicio**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

Según el gráfico 4 se puede observar que la mayoría de los encuestados consideran que la calidad del servicio influye en su satisfacción, característica que cumple con las expectativas que requiere el usuario, mientras que un menor porcentaje no consideran que esta incide en la atención, sugirieron que es indispensable que como cooperativa de transporte enfoque el servicio en función de la percepción del cliente sobre la calidad del trato hacia los pasajeros.

**Pregunta 5: ¿Dentro de la capacidad de respuesta, la cooperativa debería enfocarse en cumplir necesidades de los usuarios?**

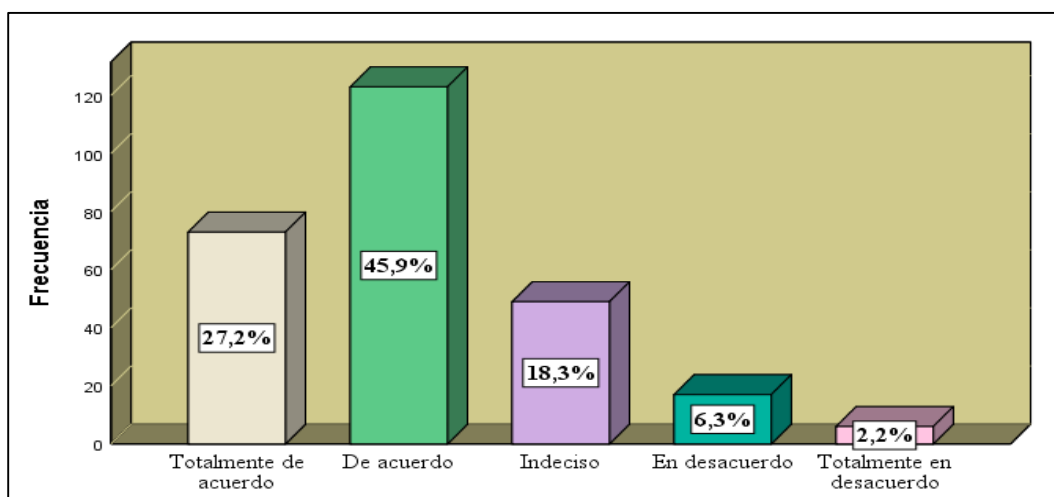
**Tabla 7: Capacidad de respuesta**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	73	27,2	27,2	27,2
	De acuerdo	123	45,9	45,9	73,1
	Indeciso	49	18,3	18,3	91,4
	En desacuerdo	17	6,3	6,3	97,8
	Totalmente en desacuerdo	6	2,2	2,2	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 5: Capacidad de respuesta**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

Según los resultados alcanzados, como se puede observar en el gráfico 5, los usuarios manifiestan que es indispensable que la cooperativa se enfoque en cumplir las necesidades de los usuarios, es decir, que, si se presenta una problemática en una de las unidades, el chofer o trabajador deberá buscar la solución inmediata con el fin de que el pasajero perciba la capacidad de respuesta de un servicio oportuno y adecuado.

**Pregunta 6: ¿Los colaboradores se encargan de que la seguridad e higiene prevalezca en cada una de las unidades de transporte?**

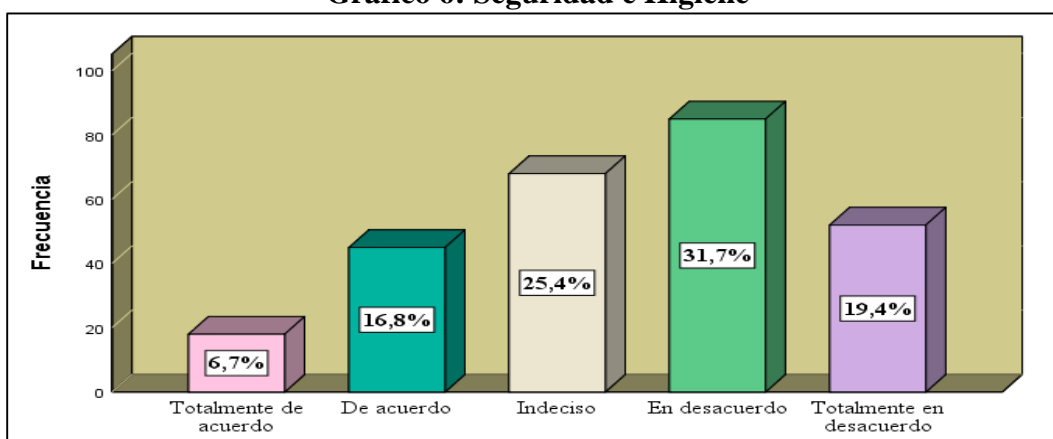
**Tabla 8: Seguridad e Higiene**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	18	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	45	16,8	16,8	23,5
	Indeciso	68	25,4	25,4	48,9
	En desacuerdo	85	31,7	31,7	80,6
	Totalmente en desacuerdo	52	19,4	19,4	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 6: Seguridad e Higiene**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

Se puede determinar según el gráfico 6, un porcentaje mayor de los usuarios muestran inconformidad en cuanto a la seguridad que se brinda, manifiestan que en ciertos horarios del día no se considera los límites de velocidad en su totalidad provocando malestares en los pasajeros, mientras que otro grupo se mostraba indeciso en relación a la higiene la cual prevalece en la mayoría de las unidades, por esta razón indican que como cooperativa de transporte deben considerar ambos factores para que el servicio sea eficiente.

**Pregunta 7: ¿Considera que el trato que se recibe de parte de los colaboradores desde el momento en que utiliza los servicios es el adecuado?**

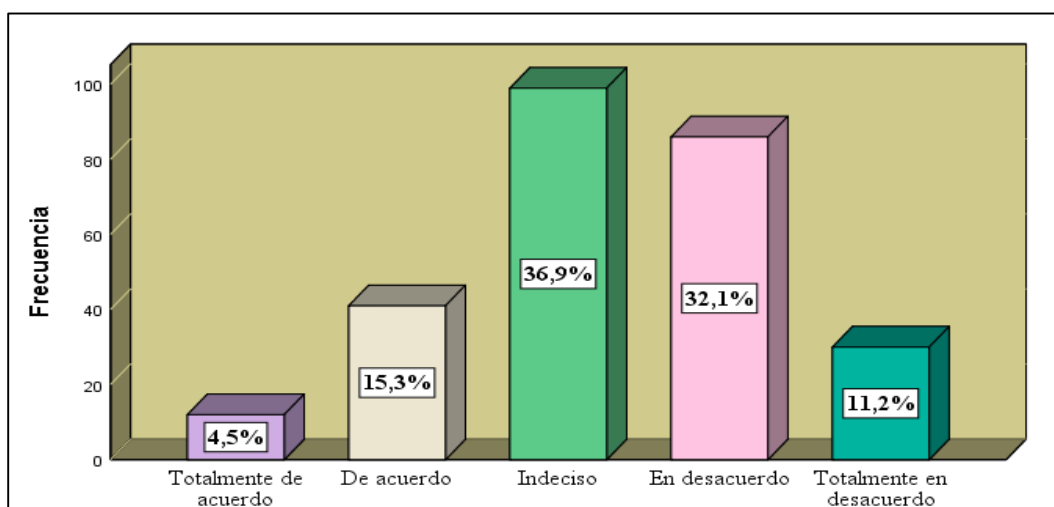
**Tabla 9: Servicio adecuado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	12	4,5	4,5	4,5
	De acuerdo	41	15,3	15,3	19,8
	Indeciso	99	36,9	36,9	56,7
	En desacuerdo	86	32,1	32,1	88,8
	Totalmente en desacuerdo	30	11,2	11,2	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 7: Servicio adecuado**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

Con los resultados obtenidos en el gráfico 7, se determina que la mayoría de los usuarios no se muestran satisfechos con el servicio ofertado por los colaboradores, mencionan que no es el adecuado debido a que no todos los trabajadores brindan la comunicación y trato personal con los clientes, además de que no muestran el compromiso, entrega a su trabajo, razón que en ciertos casos se debe a factores personales y de situación que condicionan en su jornada de trabajo.

**Pregunta 8: ¿Piensa que los trabajadores de la cooperativa deben estar capacitados en atención a los usuarios?**

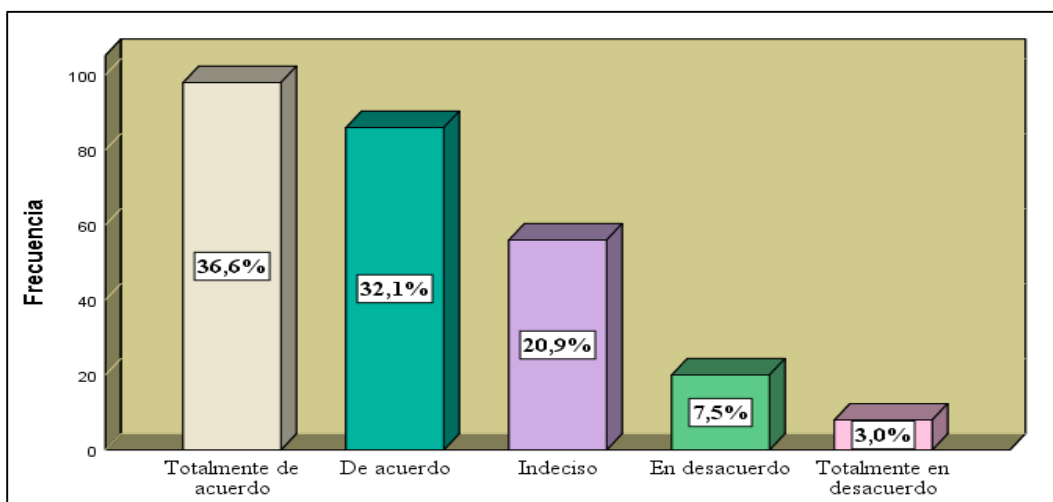
**Tabla 10: Capacitación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	98	36,6	36,6	36,6
	De acuerdo	86	32,1	32,1	68,7
	Indeciso	56	20,9	20,9	89,6
	En desacuerdo	20	7,5	7,5	97,0
	Totalmente en desacuerdo	8	3,0	3,0	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 8: Capacitación**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

En la gráfica 8, la mayoría de los encuestados consideran que es importante que los trabajadores de la cooperativa reciban capacitaciones, en temas de atención al cliente o en otras áreas como recursos humanos y seguridad vehicular, con el fin de que el servicio sea de calidad, que se evidencie el cambio en la actitud del personal brindando cortesía, amabilidad y respeto hacia los usuarios, debido a que es lo que se percibe y aumenta la satisfacción de los clientes.

**Pregunta 9: ¿Cree que los trabajadores muestran compromiso respetando los límites de velocidad y señales de tránsito?**

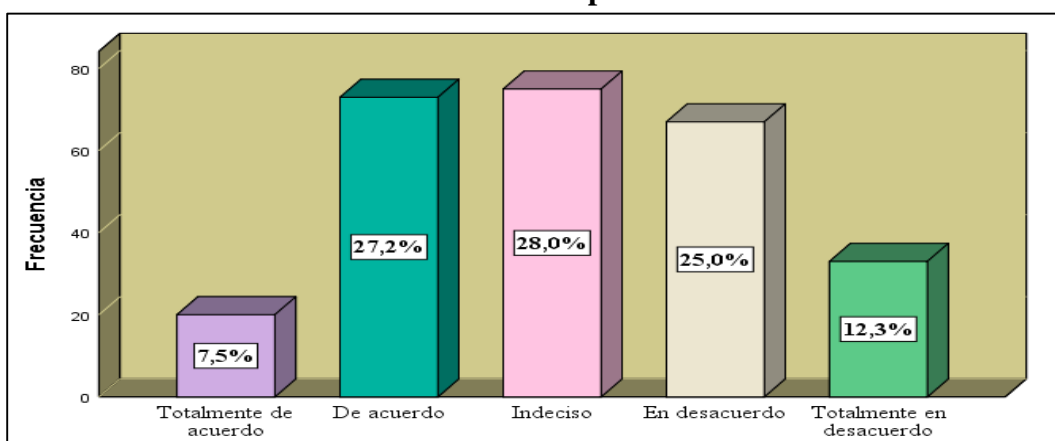
**Tabla 11: Compromiso**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	7,5	7,5	7,5
	De acuerdo	73	27,2	27,2	34,7
	Indeciso	75	28,0	28,0	62,7
	En desacuerdo	67	25,0	25,0	87,7
	Totalmente en desacuerdo	33	12,3	12,3	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 9: Compromiso**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

En base a la investigación realizada se determina en el gráfico 9, que la mayoría de las personas encuestadas muestran incertidumbre, porque consideran que los límites de velocidad y el respeto a las señales de tránsito deben ser una prioridad como medio de seguridad en un servicio de transporte, más no un compromiso, porque de esta manera se percibe la confianza a los pasajeros al momento de viajar, mientras que una diferencia mínima considera que a través de estos factores se muestra la responsabilidad de los socios hacia los usuarios.

**Pregunta 10: ¿Se debe realizar un diagnóstico constante para determinar las debilidades en los trabajadores para brindar una atención eficiente?**

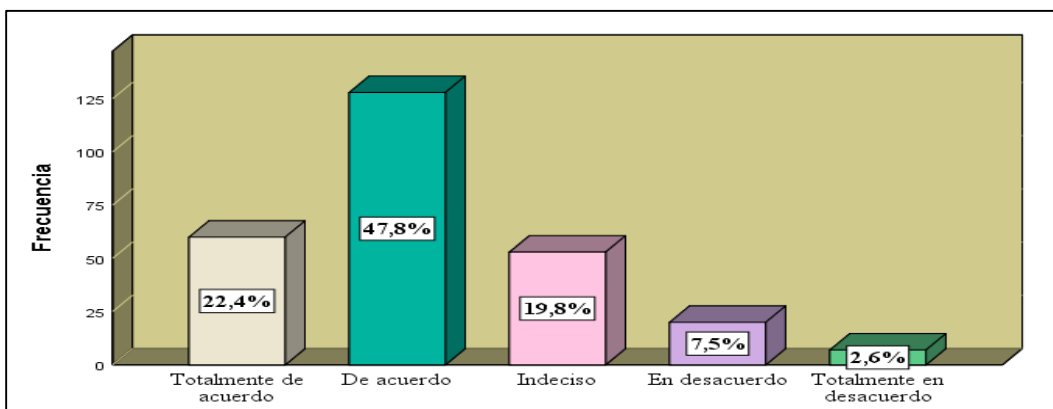
**Tabla 12: Diagnóstico**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	60	22,4	22,4	22,4
	De acuerdo	128	47,8	47,8	70,1
	Indeciso	53	19,8	19,8	89,9
	En desacuerdo	20	7,5	7,5	97,4
	Totalmente en desacuerdo	7	2,6	2,6	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 10: Diagnóstico**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

De acuerdo a los resultados obtenidos a través del gráfico 10, los pasajeros consideran que es indispensable realizar un diagnóstico interno, para determinar las debilidades que se presentan en la cooperativa y en los colaboradores, frente a estos resultados ir corrigiendo los problemas encontrados e impulsar el desempeño para una mejor atención, mientras que un mínimo de encuestados piensa que no es importante realizar este tipo de evaluación pues consideran que es parte de su compromiso.

**Pregunta 11: ¿Cree que es necesario evaluar el nivel de profesionalismo de los conductores en cuanto a la seguridad de los pasajeros?**

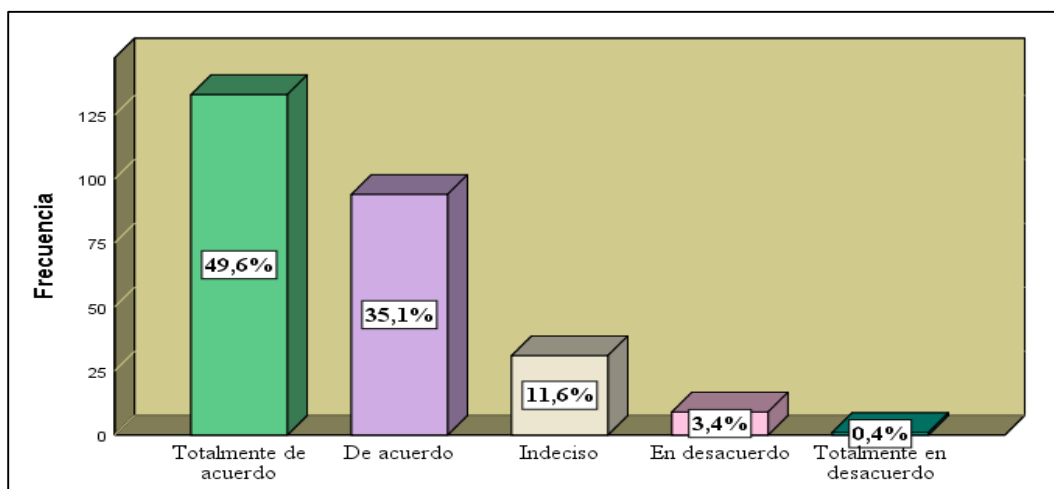
**Tabla 13: Evaluación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	133	49,6	49,6	49,6
	De acuerdo	94	35,1	35,1	84,7
	Indeciso	31	11,6	11,6	96,3
	En desacuerdo	9	3,4	3,4	99,6
	Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 11: Evaluación**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

Entre los datos que se presentan en el gráfico 11, es evidente que la mayoría de los usuarios consideran que es necesario que se evalúe el nivel de profesionalismo de cada uno de los choferes de la cooperativa con el fin de identificar si se cumple con los factores de calidad que exige la ley, además de establecer parámetros para determinar quién está en condiciones de dirigir un medio de transporte, mientras que un mínimo de encuestados con creen necesario que sean evaluados.



**Pregunta 12: ¿Si la cooperativa cumple satisfactoriamente las expectativas de los usuarios, lograría la fidelización?**

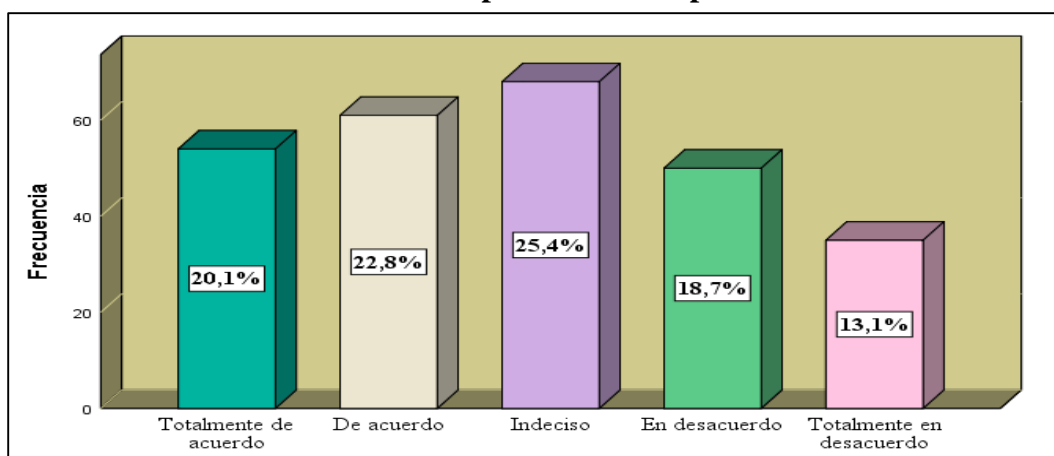
**Tabla 14: Cumplimiento de expectativas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	54	20,1	20,1	20,1
	De acuerdo	61	22,8	22,8	42,9
	Indeciso	68	25,4	25,4	68,3
	En desacuerdo	50	18,7	18,7	86,9
	Totalmente en desacuerdo	35	13,1	13,1	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 12: Cumplimiento de expectativas**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

De acuerdo a los datos obtenido en el gráfico 12, la mayoría de los encuestados manifiestan indecisión en cuanto al factor de fidelización para ofrecer un buen servicio, opinan que las razones son indiferentes frente a la necesidad del servicio de transporte para movilizarse, pues el usuario utilizará el medio de transporte en que el horario se ajuste a su requerimiento, mientras que una mínima diferencia considera que si se alcanzará la fidelidad de los pasajeros debido a que se está brindando el servicio adecuado y cumpliendo las expectativas como cliente.

**Pregunta 13: ¿Piensa que los itinerarios cubren la necesidad que los pasajeros desean en cuanto a la movilización después de jornadas de trabajo o estudio?**

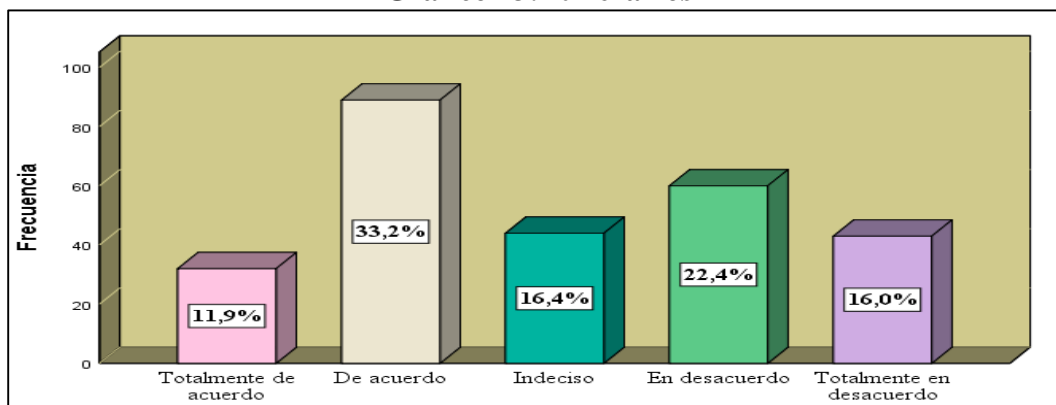
**Tabla 15: Itinerarios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	32	11,9	11,9	11,9
	De acuerdo	89	33,2	33,2	45,1
	Indeciso	44	16,4	16,4	61,6
	En desacuerdo	60	22,4	22,4	84,0
	Totalmente en desacuerdo	43	16,0	16,0	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 13: Itinerarios**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

Según la gráfica 13 un mayor porcentaje de usuarios determinan que los itinerarios que brinda la cooperativa cubre la necesidad de movilizarse a su lugar de destino sin ninguna dificultad, mientras que otro grupo indica que no se cumple con esta necesidad, manifiestan que es necesario ampliar su ruta de itinerario, debido a que por motivos de estudios y trabajo utilizan otros medios de transporte, sobre todo los que pertenecen a la comuna Palmar, pues ellos deben transportarse en un vehículo adicional corriendo riesgos, dado que no conocen el origen de los mismos y la seguridad que brindan.

**Pregunta 14: ¿Considera que la motivación y confianza en los colaboradores contribuye en brindar un buen servicio?**

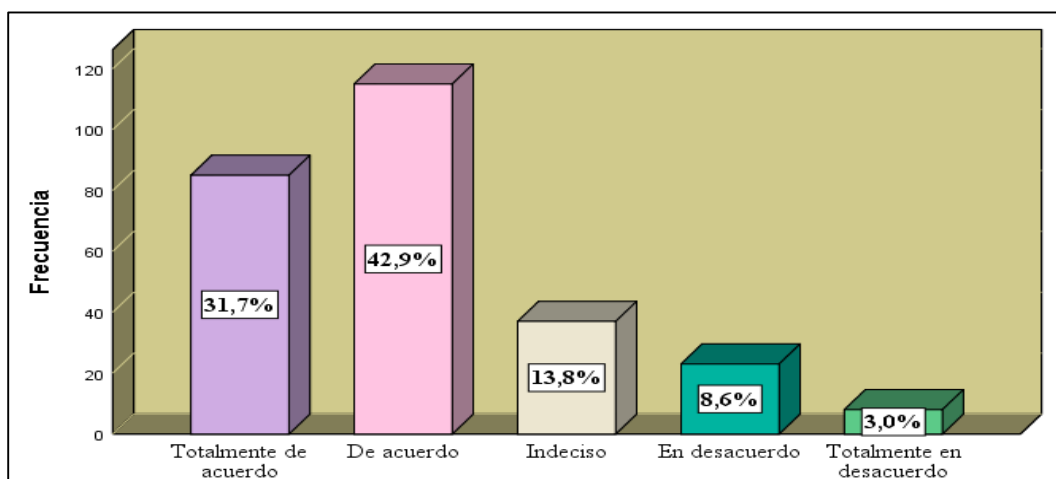
**Tabla 16: Motivación y confianza**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	85	31,7	31,7	31,7
	De acuerdo	115	42,9	42,9	74,6
	Indeciso	37	13,8	13,8	88,4
	En desacuerdo	23	8,6	8,6	97,0
	Totalmente en desacuerdo	8	3,0	3,0	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 14: Motivación y confianza**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

Según los datos reflejados en la gráfica 14, los usuarios en su mayoría manifiestan que la motivación y confianza en los colaboradores contribuye la generación de un buen servicio, un trabajador motivado es un trabajador productivo debido a que percibirán el reconocimiento de su desempeño, mientras que un mínimo porcentaje no está de acuerdo porque consideran que en la actualidad un servicio de calidad se debe a otros factores, como es la seguridad y el respeto a las señales de tránsito.

**Pregunta 15: ¿Piensa que, si la organización genera un buen clima laboral, este influirá en el desarrollo de las actividades para mantener clientes satisfechos?**

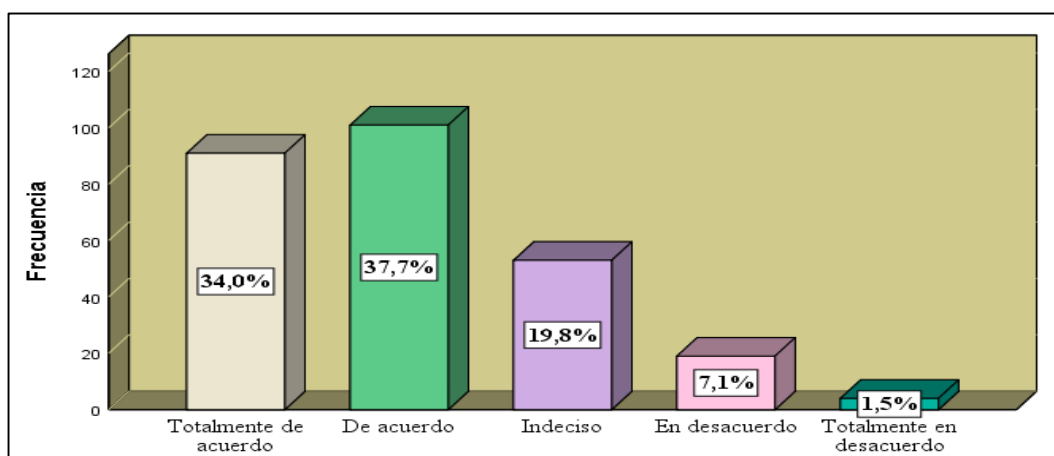
**Tabla 17: Clima laboral**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	91	34,0	34,0	34,0
	De acuerdo	101	37,7	37,7	71,6
	Indeciso	53	19,8	19,8	91,4
	En desacuerdo	19	7,1	7,1	98,5
	Totalmente en desacuerdo	4	1,5	1,5	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 15: Clima laboral**



**Fuente:** Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez

En base a los datos reflejados en el gráfico 15, se determina que la mayoría de los encuestados consideran que un buen clima laboral influye a que los colaboradores desempeñen sus actividades con eficiencia, porque se labora en un entorno donde se fomenta el respeto y apoyo entre los integrantes, por lo tanto, se generará un ambiente adecuado para laborar, sin embargo, un mínimo porcentaje opinan que no es necesario debido a que el personal busca trabajar con personas que demuestren confiabilidad.

**Pregunta 16: ¿Cree que los socios y colaboradores cumplen sus funciones con responsabilidad y eficiencia?**

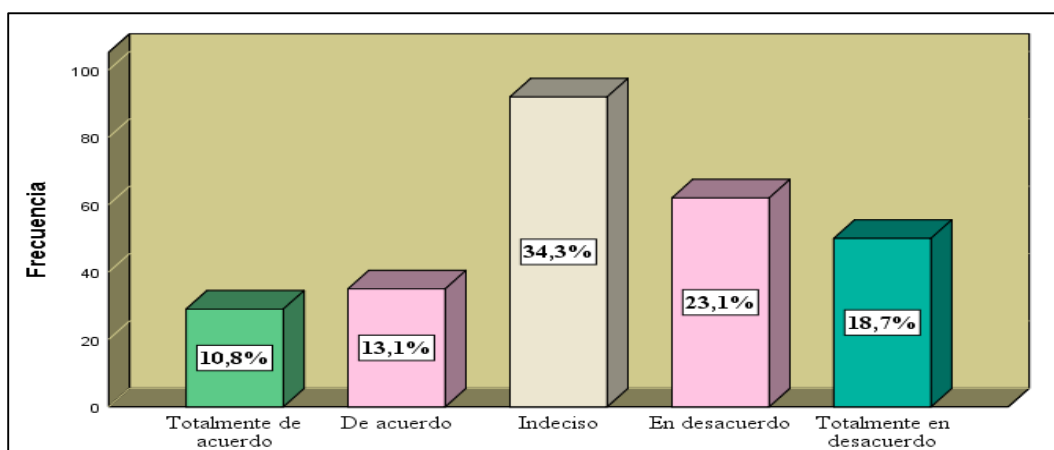
**Tabla 18: Responsabilidad y eficiencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	29	10,8	10,8	10,8
	De acuerdo	35	13,1	13,1	23,9
	Indeciso	92	34,3	34,3	58,2
	En desacuerdo	62	23,1	23,1	81,3
	Totalmente en desacuerdo	50	18,7	18,7	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 16: Responsabilidad y eficiencia**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el gráfico 16, los usuarios se muestran indecisos en cuanto al cumplimiento de funciones con responsabilidad, mencionan que la mayoría de los colaboradores sí realiza las actividades con responsabilidad y eficiencia, mientras que otros encuestados indican que no consideran el compromiso de brindar un buen servicio, es decir, no responden a las necesidades de los pasajeros en cuanto a cumplir con sus expectativas y que quedan encantados con la calidad del servicio según Philip Kloter.

**Pregunta 17: ¿Considera que las unidades de la cooperativa deberían ser renovadas para que brinden comodidad y calidad a los usuarios?**

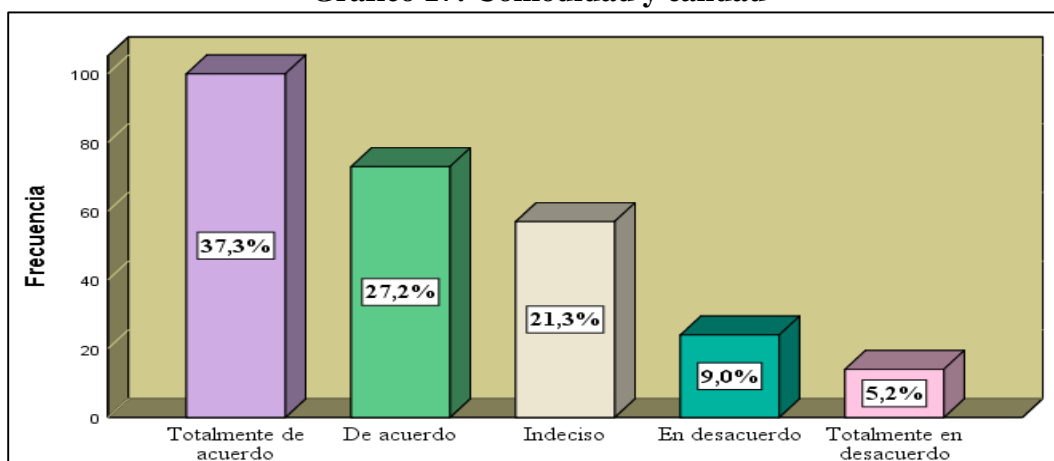
**Tabla 19: Comodidad y calidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	100	37,3	37,3	37,3
	De acuerdo	73	27,2	27,2	64,6
	Indeciso	57	21,3	21,3	85,8
	En desacuerdo	24	9,0	9,0	94,8
	Totalmente en desacuerdo	14	5,2	5,2	100,0
	Total	268	100,0	100,0	

Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

**Gráfico 17: Comodidad y calidad**



Fuente: Usuarios de la cooperativa de transporte Santa Rita

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

La mayoría de los encuestados según la gráfica 17, consideran que es importante que las unidades de transportes sean renovadas para brindar comodidad, y a su vez cuenten con servicios adicionales como: venta de bebidas gaseosas, aguas o alimentos, además de contar con redes WIFI, para el uso de las redes sociales tanto para el trabajo o diversión, mientras que un mínimo considera que no es necesario la renovación de los medios de transporte más bien hacen énfasis en brindar seguridad al momento de viajar y conservar un mantenimiento constante.

## **1.2.Limitaciones**

**Limitada predisposición de los usuarios.** – Para la recolección de datos, algunos de los usuarios no mostraron interés al momento de ser encuestados, además de no contar con el tiempo, mientras que otros se manifestaron enojados.

**Limitada predisposición de los colaboradores.** - En la aplicación de las entrevistas a los diferentes socios de la cooperativa, estos no contaban con el tiempo suficiente, debido a sus horarios de salida pasaban ocupados, además de no brindar su colaboración y otros aprovechaban ese periodo para almorzar, por lo tanto, era difícil encontrar un tiempo con ellos para ser entrevistados.

**Financiera.** – Debido a que no se contaba con el recurso económico para la impresión de los cuestionarios, la recolección de datos en los usuarios retrasó el avance del presente trabajo.

## **1.3. Resultados**


Los resultados obtenidos a través de la recolección de datos, permitieron conocer la situación actual que atraviesa la cooperativa de transporte, además de identificar si la atención brindada es la adecuada para un servicio de calidad para los usuarios a fin de cumplir con sus expectativas.

Es importante recalcar que, mediante el estudio realizado, las opiniones de los usuarios muestran que no todos los colaboradores cumplen con brindar una buena atención, es decir, que un porcentaje no satisface las expectativas que los clientes anhelan en un servicio.

### 3.4.Propuesta

**PLAN DE MEJORA ENFOCADO EN LA ATENCIÓN DEL CLIENTE PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO E INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS SANTA RITA DE PALMAR.**

#### Datos informativos

<b>Institución</b>	Cooperativa de transporte de pasajeros Santa Rita de Palmar
<b>Logo</b>	
<b>Slogan</b>	Unión, trabajo y progreso
<b>Ubicación</b>	Comuna Palmar, calle principal, Barrio Cruce de Palmar
<b>Beneficiarios</b>	Los beneficiarios de esta propuesta son los 20 socios y colaboradores de la cooperativa

**Fuente:** Cooperativa Santa Rita  
**Elaborado por:** Erika Mirabá Rodríguez



## **Introducción de la propuesta**

En las empresas cualquier sea su tipo, la excelencia en la atención al cliente se logra mediante el trabajo en equipo, compromiso con la organización y con los usuarios. Uno de los principales temas que no deben olvidar los dirigentes corporativos es que una buena atención que brinden a los clientes es una herramienta de diferenciación y un valor agregado al servicio.

El análisis realizado en la investigación de campo de acuerdo a los resultados obtenidos de la recolección de datos, se establece la necesidad de diseñar un plan de mejora enfocado en la atención a los usuarios para optimizar la calidad del servicio e incrementando la satisfacción de los pasajeros que utilizan los medios de transportes de la cooperativa Santa Rita de Palmar, cuya finalidad es que los colaboradores valoren la importancia de brindar un buen trato a los clientes, cumplir con sus expectativas y alcanzar los objetivos organizacionales.

La atención a los usuarios es una de las principales estrategias de la organización, pues un cliente busca a más de un buen trato, valores humanos, parámetros establecidos en resultados obtenidos por medio de recolección de datos, opiniones de colaboradores, buzón de sugerencias, que permita determinar las pautas para la propuesta de un plan de mejora enfocada a brindar un mejor servicio. Por lo tanto, los colaboradores constituyen el recurso clave para el éxito empresarial, porque son ellos quienes aportan con sus capacidades y profesionalismo al crecimiento de la organización junto al cumplimiento de necesidades de una sociedad, por tal razón deben fortalecer y mejorar sus habilidades.

## **Descripción de la propuesta**

El “Diseño de un Plan de mejora enfocado en la atención del cliente para optimizar la calidad del servicio e incrementar la satisfacción de los usuarios en la cooperativa de transporte de pasajeros Santa Rita de Palmar” se basa en proporcionar estrategias que ayuden a mejorar la atención que oferta la organización.

El plan de mejora para la cooperativa de transporte, tiene como meta establecer estrategias para fortalecer debilidades de los colaboradores, además de brindar una buena atención a sus usuarios, a través del trabajo en qué equipo para el logro de los objetivos. En base a los resultados obtenidos se determina que los puntos críticos que deben ser fortalecidos son:

- Escaso nivel de capacitaciones
- Ineficiente seguridad
- Trabajo en equipo

## **Diagnóstico**

Como primer paso es la identificación de las debilidades entre las habilidades-actitudes actuales de los colaboradores y los conocimientos-destrezas que las tareas requieren. Durante la recolección de datos se puede verificar la situación que presenta la cooperativa, mediante la opinión de los usuarios encuestados sobre el servicio que brinda, manifestando que no todos los colaboradores cumplen con el compromiso de brindar una buena atención, para ello es indispensable que el grupo humano mantenga un ambiente laboral agradable.

Otro resultado de la encuesta a los usuarios es que manifiestan que existen preocupación por la falta de control en los límites de velocidad, provocando malestar y temor en los usuarios, por lo tanto, el pasajero no siente la confianza y tranquilidad de viajar en estas unidades. Además, otra de las causas encontradas es que a pesar de contar con cámaras y otros dispositivos de seguridad estos en la mayoría del tiempo están apagadas. Por otra parte, los usuarios mencionan que la falta de interacción entre colaborador-usuario no contribuye a mantener la confianza, situación que desmotiva a no socializar las inquietudes sobre el servicio.

El diseño de un plan de mejora, permitiría crear estrategias para fortalecer las debilidades encontradas por los usuarios en la investigación, además de establecer parámetros enfocados en la atención de los usuarios como es un adecuado servicio de transporte, que satisfaga sus expectativas.

## **Objetivos de la propuesta**

### **Objetivo General**

Diseñar un Plan de mejora para el fortalecimiento de conocimientos, manejo de habilidades y destrezas enfocadas al mejoramiento en la atención de los usuarios en la cooperativa.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar programas de capacitaciones
- Promover la participación de los socios y colaboradores
- Motivar al grupo humano a fomentar el trabajo en equipo

## **Necesidad de la propuesta**

Una vez realizado el análisis de los resultados de la investigación se considera que para corregir o minimizar la problemática encontrada existe la necesidad de diseñar un plan de mejora en la cooperativa de transporte, actividad que juega un papel importante por el número de habitantes que utilizan este servicio en el cantón Santa Elena y que se justifica realizarlo por el ineficiente trato detectado por los colaboradores hacia los usuarios, los resultados muestran que no todos los integrantes tienen una actitud positiva en su trabajo, razón para establecer estrategias para una buena atención de los usuarios y fortalecer las relaciones interpersonales.

## **Diseño del plan**

El plan de mejora busca establecer estrategias para la formación y desarrollo de los colaboradores en un periodo de tiempo, el objetivo es determinar cómo, cuándo y quienes van a participar en estas acciones para lograr que los colaboradores aumentan el desempeño e incrementen la calidad en el servicio de transporte.

La aportación de este plan permitirá optimizar el desempeño profesional, la meta principal de plan es alcanzar el éxito organizacional mejorar el comportamiento y actitudes de los trabajadores fomentando la motivación en su trabajo

Una vez puesto en marcha el plan de mejora es necesario hacer un análisis de las estrategias utilizadas para determinar el grado de éxito de cada acción y rediseñar en caso de existir desviaciones para perfeccionar el proceso. Este será revisado en

un periodo de tres meses una vez culminada las capacitaciones para verificar los cambios en el talento humano según las estrategias aplicadas.

A continuación, se detallan las estrategias a considerar:

### **Estrategia N° 1: Capacitación**

El “*Programa de capacitación dirigido a los socios y colaboradores de la cooperativa de transporte enfocado a la atención al cliente, seguridad y relaciones humanas*” es una de las principales estrategias del plan donde se fundamenta en la formación del personal para la mejora continua en la prestación de servicio.

Las temáticas establecidas se enfocan en actividades para proporcionar una mejor atención hacia los usuarios, su fin es facilitar el aprendizaje de las aptitudes relacionadas con su trabajo.

Este programa tendrá una duración de dos meses, y a su vez realizar un proceso de evaluación, con la finalidad de comprobar si los participantes han demostrado el interés de fortalecer sus conocimientos.

**Cuadro 1: Programa de capacitaciones**

<b>Área de capacitación</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Días/Mes</b>	<b>Fecha</b>	<b>Horas</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>	<b>Costo</b>
Relaciones humanas para el servicio al cliente	Conocer la importancia de las relaciones humanas dentro de las organizaciones, para el fortalecimiento de las actitudes y comportamiento al brindar un servicio.	Lunes a viernes abril 2019	1/4/2019 5/4/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
Fundamentos de servicio y atención al cliente	Mejorar destrezas y habilidades para brindar un buen servicio y atención a los usuarios desde un estudio básico de conceptualizaciones que permita la gestión del trabajo en equipo.	Lunes a viernes abril 2019	8/4/2019 12/4/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
Atención al cliente	Aplicar las técnicas de atención a los usuarios con la finalidad de cambiar el comportamiento de los colaboradores e ir mejorando el trato hacia los mismos.	Lunes a viernes abril 2019	15/4/2019 19/4/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
Servicio al cliente	Identificar los fundamentos básicos para brindar un servicio de calidad, mediante la aplicación de técnicas de juego de roles determinando las exigencias que requiere un buen servicio al cliente.	Lunes a viernes abril 2019	22/4/2019 26/4/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00

Riesgos laborales	Ayudar a los colaboradores a conocer la importancia que tiene el respeto a las normativas y señales de tránsito para la prevención de accidentes.	Lunes a viernes mayo 2019	6/5/2019 10/5/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
Motivación laboral	Reconocer el desempeño y profesionalismo de los colaboradores, permitiéndoles obtener un ascenso o remuneración, la misma que motive a los otros trabajadores.	Lunes a viernes mayo 2019	13/5/2019 17/5/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
Clima organizacional	Laborar bajo un clima organizacional armonioso, donde prevalezca el respeto y buen trato entre los colaboradores para beneficio y desarrollo profesional de la cooperativa	Lunes a viernes mayo 2019	20/5/2019 24/5/2019	5 horas	Cooperativa Santa Rita	Socios de la cooperativa	\$200,00
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 1.400,00</b>

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## Módulos de capacitación

### MÓDULO #1

**Cuadro 2: Módulo de Capacitaciones Relaciones humanas**

<b>Nombre del modulo</b>	Relaciones humanas para el servicio al cliente
<b>Contenido</b>	¿Qué son las relaciones humanas? Factores para alcanzar las relaciones humanas Comunicación en las relaciones humanas Gestión de emociones en el servicio al cliente
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	1/4/2019 - 5/4/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez



## MÓDULO #2

**Cuadro 3: Módulo de capacitación de Servicio y atención al cliente**

<b>Nombre del modulo</b>	Fundamentos de servicio y atención al cliente
<b>Contenido</b>	Satisfacción de las necesidades del cliente Causas de insatisfacción Formas de lograr la satisfacción ¿Cuáles son las expectativas del cliente? El trato y las buenas maneras
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	8/4/2019 - 12/4/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

### MÓDULO #3

**Cuadro 4: Módulo de capacitación de Atención al cliente**

<b>Nombre del modulo</b>	Atención al cliente
<b>Contenido</b>	Técnicas de atención al cliente Evaluación del comportamiento de atención Factores para la atención al cliente Importancia de saber: Mirar, escuchar y preguntar al cliente
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	15/4/2019 - 19/4/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## MÓDULO #4

**Cuadro 5: Módulo de capacitación de Servicio al cliente**

<b>Nombre del modulo</b>	Servicio al cliente
<b>Contenido</b>	Calidad y calidez en el servicio Necesidades de calidez en el servicio Trabajo en equipo Manejo de conflictos
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	22/4/2019 - 26/4/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## MÓDULO #5

**Cuadro 6: Módulo de capacitación de Riesgos laborales**

<b>Nombre del modulo</b>	Riesgos laborales
<b>Contenido</b>	Accidentes laborales Causas de los accidentes Seguridad vial Vigilancia y cámaras de seguridad
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	6/5/2019 - 10/5/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## MÓDULO # 6

**Cuadro 7: Módulo de capacitación de Motivación laboral**

<b>Nombre del modulo</b>	Motivación laboral
<b>Contenido</b>	Herramientas de motivación laboral Remuneraciones y reconocimiento Elementos motivadores y elementos desmotivadores Características del trabajo Diagnóstico de las causas de un mal rendimiento
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	13/5/2019 - 17/5/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## MÓDULO #7

**Cuadro 8: Módulo de capacitación de Clima organizacional**

<b>Nombre del modulo</b>	Clima organizacional
<b>Contenido</b>	Cultura y clima organizacional Liderazgo Coaching Impacto de un clima organizacional negativo y positivo
<b>Metodología utilizada</b>	Papelógrafos, mapas conceptuales, diapositivas, talleres y trabajos en equipo
<b>Materiales</b>	Esferos, lápices, material de apoyo, listado de asistencias, proyector de imágenes.
<b>Beneficiarios</b>	Socios y colaboradores
<b>Duración</b>	5 horas
<b>Días</b>	Lunes a viernes
<b>Fecha</b>	20/5/2019 - 24/5/2019
<b>Grupos</b>	2 grupos
<b>Modalidad</b>	Presencial

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## **Responsabilidades para la aplicación del programa de capacitación**

La aplicación del presente programa de capacitación, debe ser asumida de manera responsable por la directiva como por los participantes porque es un proceso que implica inversión de dinero, recursos, dedicación y tiempo para alcanzar el desarrollo de las habilidades-destrezas.

### **Estrategia N° 2: Seguridad**

Se plantea efectuar talleres para concientizar la gran responsabilidad de proteger a un grupo humano que utiliza los servicios de transporte, haciendo énfasis en la importancia del respeto a la utilización de las leyes y normativas de tránsito, para reducir riesgos y prevenir accidentes.

La estrategia es de proporcionar materiales didácticos con información relacionada a la prevención de daños ocasionados por accidentes en las vías, teniendo en cuenta que el principal objetivo es salvaguardar la integridad de las personas que transitan por las zonas públicas. Aun si los trabajadores ya tienen conocimientos sobre la temática, es importante que como socio de la organización demuestre el interés. Además de las sanciones obligatorias impuestas por el gobierno en caso de infracción, la cooperativa establece que quien no respete las leyes de tránsito deberá ser sancionado de manera económica, con el fin que el recurso humano valore la importancia de brindar un servicio en que prevalezca las normas de seguridad.

**Cuadro 9: Seguridad**

<b>Acción de mejora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Indicador</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Institución</b>	<b>Costo</b>
Actualización en leyes de tránsito	Utilizar siempre las áreas de parqueo y respetar las señales de tránsito	Nivel de capacitación en normativas	Socios y colaboradores	Cada año	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$100,00
Conducción responsable	Concentración, no apartar la vista de la carretera	Reducción de nivel de infracciones	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Utilización de tecnologías para la seguridad	Adquisición de cámaras de seguridad	Grado de utilización de tecnologías	Socios y colaboradores	Cada mes	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 400,00
Planificación de horarios de trabajo	Programa de organización de turnos flexibles	Número de turnos y horarios	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos	Control constante a las unidades de transporte	Frecuencia de mantenimiento vehicular	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 700,00</b>

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez



### **Estrategia N° 3: Trabajo en equipo**

Es uno de los factores claves para los objetivos de la organización, esto permite que la dirección pueda gestionar y dirigir a los integrantes de la cooperativa, además de trabajar alcanzar metas comunes para el desarrollo empresarial y personal. Por lo tanto, se propone realizar actividades internas, conformadas por grupos rotativos, de manera que se pueda compartir con todos, identificar los diferentes puntos de vista y en conjunto poder buscar soluciones que motiven al trabajo en equipo.

El trabajo en equipo beneficia al desempeño pues se expresa en el compañerismo y en el sentido de pertenencia, pues cuando se forman equipos de trabajo, se unen aptitudes de los integrantes, de actividades, de manera que se trabajando por conseguir objetivos comunes, se potencian los esfuerzos y aumenta la eficiencia de los resultados. Cabe recalcar que el trabajo en equipo también implica en transmitir las decisiones tomadas por los directivos con la finalidad de mantener el compromiso y apoyo a la responsabilidad de los colaboradores.

#### **Las ventajas de trabajar en equipo**

- **Favorece la creatividad y aprendizaje.** – En un grupo de personas la creatividad aumenta dado que es genera lluvia de ideas que permite que los integrantes manifiesten su punto de vista, creando soluciones efectivas, compartiendo conocimientos y fortaleciendo el aprendizaje individual como grupal.
- **Mezcla fortalezas complementarias.** – Permite que los talentos y habilidades de cada miembro del equipo se complementen, para brindar nuevas oportunidades para incrementar su desempeño.

- **Reduce el estrés.** – Cuando se trabaja individualmente la carga y responsabilidades se incrementan, lo que provoca que la persona aumente su estrés, por lo tanto, cuando se trabaja en equipo las tareas se dividen permitiendo que el estrés disminuya.
- **Mejora el desempeño.** – El trabajo en equipo permite que los integrantes se centren y preocupen en sus actividades, considerando sus objetivos, permitiéndoles realizar un trabajo de calidad e incrementar la productividad del desempeño organizacional.
- **Aumenta la eficiencia y productividad.** – Cada individuo posee habilidades y destrezas, que son fortalecidas cuando un trabajo en equipo, debido a que se establecen relaciones interpersonales, que fortalecidas maximiza el potencial, crear nuevas ideas y estrategias de trabajo, incentivando la creatividad y a impulsar una mejor comunicación.

**Cuadro 10: Trabajo en equipo**

<b>Acción de mejora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Indicador</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Institución</b>	<b>Costo</b>
Socializar las decisiones tomadas por la directiva	Socialización de decisiones para beneficio de todos	Grado de aceptación de las decisiones	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Involucrar a los colaboradores a trabaja en equipo	Designar roles de trabajos en equipo	Nivel de cumplimiento	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Participación activa de los colaboradores en actividades	Verificar si el equipo de trabajo cuenta con los recursos necesarios para sus actividades	Cumplimiento de actividades	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Reconocimiento de las actitudes de los equipos de trabajo	Estímulo al equipo de trabajo con mayor desempeño	Nivel de desempeño	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
Valoración del compromiso de los colaboradores	Cumplimiento de objetivos como equipo de trabajo para alcanzar la meta	Logro de objetivos	Socios y colaboradores	Cada semana	Cooperativa de transporte Santa Rita	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 250,00</b>

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## Beneficios de la propuesta

La propuesta del plan de mejora establece estrategias, las mismas que ayudan a los colaboradores a mejorar su comportamiento, atención que brindan como cooperativa de transporte y que beneficiará a la organización, porque son temáticas que los usuarios requieren de un servicio y estas son:

- **Capacitación en atención al cliente:** Son módulos que contienen temáticas enfocadas a brindar una buena atención, mejorar comportamiento a través de las relaciones humanas y laborales en un ambiente adecuado.
- **Seguridad:** Se basa en considerar acciones que sean de ayuda para prevenir accidentes en las vías y confianza a los usuarios durante el viaje.
- **Trabajo en equipo:** Enfocados a que los colaboradores conozcan la importancia de establecer estrategias para trabajar en equipo para conseguir los objetivos organizacionales y resultados esperados.

## Presupuesto del plan de mejora

**Cuadro 11: Presupuesto del plan**

N°	Estrategias del plan	Presupuesto
1	Estrategias de capacitación	\$ 1.400,00
2	Estrategias de seguridad	\$ 700,00
3	Estrategia de trabajo en equipo	\$ 250,00
<b>Total</b>		<b>\$ 2.350,00</b>

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## CONCLUSIONES

- La revisión bibliográfica y teórica sobre temas relacionados con la calidad del servicio aplicado en otras instituciones, permitió conocer a profundidad sobre las técnicas utilizadas para determinar la satisfacción de los usuarios, método que se reapplicara para establecer estrategias que mejore el servicio según lo menciona: Solano, Vallejo y Cordero en sus teorías acerca de la temática de estudio.
- La implementación de los métodos de investigación permitió conocer la situación real de la organización acerca de la satisfacción de necesidades, información que se utilizó para el desarrollo del trabajo con el fin de determinar las diferentes actividades que realiza la organización para que la atención y seguridad sea la que los usuarios esperan recibir, razón por la cual se aplicó una guía de entrevista a los colaboradores y una encuesta a los usuarios.
- El análisis de los resultados del trabajo de campo permitió identificar que los usuarios manifestaron que la principal problemática es la insatisfacción con la atención y seguridad que reciben por parte de la organización, en factores tales como: unidades en mal estado, mala relación de colaboradores, personal no calificado, falta de limpieza en las unidades.
- El estudio realizado permitió establecer el diseño de un plan de mejora donde se establecen estrategias que ayude a corregir las debilidades encontradas en la institución, por lo tanto, dicho plan contribuirá de manera significativa, debido a que determinan estrategias que involucra a mejorar la atención y seguridad para concientizar la importancia de un servicio de calidad.

## RECOMENDACIONES

- Para futuras investigaciones relacionadas con la calidad del servicio y la satisfacción de usuarios, se recomienda revisar los referentes bibliográficos establecidos en el presente trabajo de investigación u otras fuentes, con la finalidad que sea un aporte para la aplicación de nuevas estrategias de mejora para empresas que prestan servicios.
- Utilizar otros métodos e instrumentos de investigación que permita conocer las diferentes opiniones de los usuarios, entre estos pueden estar la observación, focus group, mesa redonda, etc., con el fin de obtener mayor información que este enfocada a mejorar la atención e incrementar la seguridad, o a los temas según su interés, permitiendo que los colaboradores participen en la recolección de datos y puedan comprender la importancia de satisfacer las necesidades de los usuarios.
- Aplicar estrategia que se encuentren orientados a los colaboradores con el fin de conocer la importancia de un cliente satisfecho para el desarrollo de la organización, mediante la aplicación de un programa que contenga ideas para mejorar la atención, seguridad, comunicación y confianza, a su vez permita reducir los factores que muestran insatisfacción.
- Analizar, socializar y aplicar el diseño del plan de mejora, con el fin de ser un apoyo para los directivos, socios y colaboradores para alcanzar los objetivos empresariales, orientando a los trabajadores a mejorar la satisfacción de los usuarios dado a que cada día se vuelve más difícil cumplir con sus expectativas.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Aimacaña, I. (2013). *Procesos de calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la Ciudad de Latacunga*. Ambato-Ecuador.
- Albarrán, J., & Márquez, B. (2014). *Operaciones Administrativas de Recursos Humanos*. Madrid-España: Editorial RA-MA.
- Alcaide, J. ., (2013). *Marketing y Pyme: Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa*.
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. Madrid-España: ESIC EDITORIAL.
- Alejandro, E. (2017). *Logística: Conocimientos, Habilidades y Actitudes*. EL CID EDITOR.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación: Serie integral por competencias*. México: GRUPO EDITORIA LPATRIA.
- Benítez, I., Romero, I., & Solís, M. (2016). Bondades de las ecuaciones estructurales en el manejo de la satisfacción percibida en el restaurante El Aljibe. *Economía y Desarrollo*, 198.
- Caravaca, V. (2017). *UF1866: Instalación y configuración de servicios en equipos de telefonía*. España: EDITORIAL ELEARNING S.L.
- Carrasco, S. (2018). *Guía práctica de atención al cliente*. España: Paraninfo S.A.
- Código del Trabajo. (16 de diciembre de 2018). Ecuador: Ministerio del trabajo.
- Collins, N., & Vera, N. (2018). El servicio como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *INNOVA*, 82.
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Ecuador: Ministerio de la Reública.
- Cordero, D., & Bermeo, V. (2018). La Comercialización y su incidencia en la Competitividad de la microempresa del sector de. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*.
- Cueto, C. (2014). *Análisis de la responsabilidad social corporativa de las grandes ciudades en España*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo S.L.
- De la Cruz, I. (2015). *Apoyo administrativa a la gestión de Recursos Humanos*. Ministerio de Educación de España.
- Domiguez, D. R. (2018). *Seguridad e Higiene del trabajo aplicado a la construcción*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo S.L.

- Ena, B., & Delgado, S. (2012). *Recursos humanos y Responsabilidad social corporativa*. Madrid-España: Paraninfo S.A.
- Escudero, M. (2015). *Servicio de atención comercial*. EDITEX.
- Feijóo, J. . (2016). *El talento humano en hotelería y turismo: Aspectos claves en la gestión de personas*. Buenos Aires-Argentina: UGERMAN EDITOR.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid-España: Paraninfo S.A.
- Fernández, E., & Junquera, B. (2013). *Iniciación a los recursos humanos*. septem ediciones.
- Fernández, F. (2017). *Apoyo administrativo a la gestión de Recursos Humanos. UF0345*. EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN.
- Físico, M. (2016). *Economía de la Empresa*. Madrid-España: EDITORIAL EDITEX.
- Flores, R. (2014). *Administración de Recursos Humanos*. México: UNID EDITORIAL DIGITAL.
- García, M. (2013). *Evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje en formación profesional para empleo*. Madrid: EDITORIAL CEP S.L.
- García, V. (2017). *Seguridad y prevención de riesgos en el almacén: UF0928*. IC EDITORIAL.
- Gea-Izquierdo, E. (2017). *Seguridad y Salud en el trabajo*. Editorial de la Pontífica Universidad Católica del Ecuador.
- González, J., & Pérez, R. (2018). *Formación y orientación laboral*. Madrid-España: Paraninfo.
- González, M. . (2014). *Planeación e Integración de los Recursos Humanos*. México: Grupo Eitorial Patria S.A.
- Herrero, C. (2015). *UF1878: Ejecución de proyectos de implantación de infraestructura de redes telemáticas*. España: EDITORIAL ELEARNING S.L.
- Iglesias, A., & Torres, J. (2018). Un acercamiento al clima organizacional. *Revista Cubana de enfermería*.
- INEC. (2017). *Proyecciones de edad año 2017*.
- Iturrioz, J. (2017). *El liderazgo en el siglo XXI: Coaching, equipos, clientes y resultados*. Grupo Planeta.
- Larrea, E. (2014). *Panorama de las Administraciones públicas*. Madrid.



- Londoño, M. (2006). *Atención al cliente y gestión de reclamaciones*. Madrid : Fundación Confemetal.
- Luna, A. (2014). *Proceso Administrativo*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Mateo, B. (2018). *Desempeño laboral y satisfacción del usuario en la empresa veterinaria San Mateo S.A.*
- Méndez, F. . (2016). Importancia del clima organizacional para la competitividad de las Pymes. *PYMES: Gestión y clima organizacional*, 119.
- Míguez, M., & Bastos, A. (2010). *Comportamiento ligados a la seguridad e higiene*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Montes de Oca , I., & Risco, L. (2016). *Apuntes de diseño de interiores: Principios básicos de escalas, espacios, colores y más*. Lima-Perú: Editorial UPC.
- Morales, M. (2017). *Procesos de guía y asistencia turística*. Madrid-España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Progreso S.A.
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Madrid-España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Perdiguero, M. (2017). *Diseño y organización del almacén*. IC Editorial.
- Pérez, G. (2011). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de transportes FLOTA PELILEO*. Ambato-Ecuador.
- Reboredo, A. (2016). *El Diseño Estructural*. Buenos Aires-Argentina.
- Reglamento de ley de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. (25 de junio de 2012). Ecuador.
- Rodríguez, F., Caballero, I., & Rojas, M. (2016). El sistema de dirección participativa como soporte de la estrategia de la empresa estatal socialista cubana. *Economía y Desarrollo*, 198.
- Rubió, T. (2016). *Recursos humanos: Dirección y gestión de personas en las organizaciones*. Barcelona: OCTAEDRO S.L.
- Ruiz, E., Gago, M., García, C., & López, S. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Madrid: Mc Graw Hill Education.
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Revista Industrial Dta*, 9.

- Sánchez, M. (2014). *Apoyo administrativo a la Gestión de Recursos Humanos*. Madrid: EDITORIAL CEP S.L.
- Saravia, L. ,. (2016). *Capacitación de funcionarios de servicios de alimentación y nutrición*.
- Solano, J., & Uzcátegui, C. (2017). Valides y Confiabilidad de una escala de medida para la calidad del servicio de los restaurantes ubicados en la zona turística de Puerto Bolívar. *Revista multidisciplinaria de la Universidad de Cienfuegos*, 36.
- Tolosa, L. (2016). *Técnicas de mejora continua en el transporte*. Maarge Book.
- Vallejo, G., & Sánchez, F. (2017). *Servicio con pasión*. Colombia: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Vallejo, L. (2015). *Gestión del Talento Humano*. Riobamba-Ecuador: ESPOCH.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Vergara, J., Quesada, V., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista chilena de ingeniería*, 9.
- Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing estratégico*. España: Ediciones Universidad de Navarra S.A. (EUNSA).

# ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
<b>Variable independiente</b> Calidad del servicio	La calidad del servicio es aquella que está enfocada en proporcionar servicios o productos de calidad para satisfacer necesidades de clientes, además se debe brindar una buena atención en donde los trabajadores tienen que aplicar técnicas para conocer cuáles son los requerimientos del mercado.	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Higiene</li> </ul>	¿Piensa que los trabajadores de la Cooperativa deben estar capacitados en atención a los usuarios?	Encuesta
		Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Compromiso</li> </ul>	¿Piensa que dentro de la cooperativa se promueve un trato eficiente al usuario para mejorar la calidad del servicio?	Entrevista
		Proceso de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico</li> <li>• Diseño</li> <li>• Aplicación</li> <li>• Evaluación</li> </ul>	¿Cree que es necesario evaluar el nivel de profesionalismo de los conductores en cuanto a la seguridad de los pasajeros?	Encuesta

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento
<b>Variable dependiente</b> Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente depende del hábito de adquisición de un producto o servicio, por lo tanto, se debe analizar o que el cliente necesita para satisfacer sus necesidades. Además, la organización debe lograr que los consumidores queden felices con el producto o servicio que se le está brindando.	Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado de fidelización</li> <li>Jornada laboral</li> </ul>	¿Sí la Cooperativa cumple satisfactoriamente las expectativas de los usuarios, lograría la fidelización?	Encuesta
		Responsabilidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivación</li> <li>Confianza</li> <li>Clima laboral</li> </ul>	¿Como presidente de la cooperativa promueve la motivación a los colaboradores para que desempeñen un servicio de calidad?	Entrevista
		Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clientes internos</li> <li>Clientes externos</li> </ul>	¿Cómo directivo de la Cooperativa se preocupa por cumplir con las expectativas de brindarle una buena atención a sus clientes?	Entrevista

Elaborado por: Erika Mirabá Rodríguez

## Anexo 2: Formato entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



### Entrevista a los socios de la Cooperativa de Transporte

**Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transporte de Pasajeros de Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, 2017.**

**Objetivo:** Entrevistar a los socios de la Cooperativa de Transportes con la finalidad de obtener información que sea necesaria para la elaboración del trabajo de titulación.

#### Calidad del servicio

1. ¿Piensa que dentro de la cooperativa se promueve un trato eficiente al usuario para mejorar la calidad del servicio?
2. ¿Considera que el servicio que brinda es excelente o debería mejorar?
3. ¿Cree usted que siempre se toma en cuenta la seguridad e higiene en las unidades de transportes para comodidad de los usuarios?
4. ¿Considera que la cooperativa cumple con los estándares de seguridad y control en sus unidades?
5. ¿Considera que es necesario capacitar al recurso humano para brindar una atención adecuada a los clientes?

#### Satisfacción del cliente

6. ¿Cómo directivo de la Cooperativa se preocupa por cumplir con las expectativas de brindarle una buena atención a sus clientes?
7. ¿Cómo parte de responsabilidad corporativa, el recurso humano realiza sus actividades con ética y profesionalismo buscando el bienestar social-ambiental?
8. ¿Cuáles son las situaciones de ambiente laboral en su área de trabajo que se enfrentan en el día a día?
9. ¿Cómo socio de la cooperativa promueve la motivación a los colaboradores para que desempeñen un servicio de calidad?
10. ¿Considera que uno de los objetivos de la cooperativa es renovar las unidades de transporte para mejorar la comodidad y calidad de los usuarios?

**¡Gracias por su colaboración!**

### Anexo 3: Formato encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



#### Encuesta dirigida a los usuarios

**Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transporte de Pasajeros de Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, 2017.**

**Objetivo:** Aplicar el siguiente instrumento de investigación con la finalidad de conocer las diferentes opiniones de los habitantes acerca del servicio que reciben de la Cooperativa de transporte.

#### Datos Informativos

a) **Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

b) **¿Con que frecuencia usted utiliza el servicio de transporte?**

Diario \_\_\_\_\_ Quincenal \_\_\_\_\_

Semanal \_\_\_\_\_ Mensual \_\_\_\_\_

**De los siguientes elementos, ¿A su criterio cuál considera usted que afecta a las actividades de la cooperativa para brindar un buen servicio?**

Unidades en mal estado \_\_\_\_\_ Personal no calificado \_\_\_\_\_

Mala relación colaboradores \_\_\_\_\_ Falta de limpieza en las unidades \_\_\_\_\_

**Por favor se solicita responder con honestidad, marcando con una X según la escala de evaluación.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente desacuerdo

N.º	ASPECTOS	1	2	3	4	5
<b>Variable Independiente: Calidad del Servicio</b>						
<b>Calidad</b>						
1	¿Piensa usted que para la satisfacción de sus necesidades la cooperativa debe proporcionar calidad en el servicio de transporte?					
2	¿Dentro de la capacidad de respuesta, la Cooperativa debería enfocarse en cumplir necesidades de los usuarios?					
3	¿Los colaboradores se encargan de que la seguridad e higiene prevalezca en cada una de las unidades de transporte?					
<b>Servicio al cliente</b>						
4	¿Considera usted que el trato que recibe de parte de los socios desde el momento en que utiliza los servicios es el adecuado?					
5	¿Piensa que los trabajadores de la Cooperativa deben estar capacitados en atención a los usuarios?					

6	¿Cree que los trabajadores muestran compromiso respetando los límites de velocidad y señales de tránsito?					
<b>Proceso de capacitación</b>						
7	¿Se debe realizar un diagnóstico constante para determinar las debilidades en los trabajadores para brindar una atención eficiente?					
8	¿Cree que es necesario evaluar el nivel de profesionalismo de los conductores en cuanto a la seguridad de los pasajeros?					
<b>Variable Dependiente: Satisfacción de clientes</b>						
<b>Satisfacción</b>						
9	¿Sí la Cooperativa cumple satisfactoriamente las expectativas de los usuarios, lograría la fidelización?					
10	¿Piensa que los itinerarios cubren la necesidad que los pasajeros desean en cuanto a la movilización después de jornadas de trabajo o estudio?					
<b>Responsabilidad Corporativa</b>						
11	¿Considera que la motivación y confianza en los colaboradores contribuye en brindar un buen servicio?					
12	¿Piensa que, si la organización genera un buen clima laboral, este influirá en el desarrollo de las actividades para mantener clientes satisfechos?					
<b>Cientes</b>						
13	¿Cree que los socios y colaboradores cumplen sus funciones con responsabilidad y eficiencia?					
14	¿Considera que las unidades de la cooperativa deberían ser renovadas para que brinden comodidad y calidad a los usuarios?					

**¡Gracias por su colaboración!**



## Anexo 4: Oficio para validación de datos -encuestas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS -



### Ficha del informe de opinión de expertos

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante:
- 1.2. Institución educativa: Universidad Estatal Península de Santa Elena
- 1.3. Título de la investigación: Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes en la Cooperativa de transporte de pasajeros de Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2017.
- 1.4. Nombre del instrumento: Guía de entrevista
- 1.5. Autor del instrumento: Erika Angeline Mirabá Rodríguez

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 2%	Regular 4%	Buena 6%	Muy buena 8%	Excelente 10%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100

Lugar y fecha:

  
Firma del Experto Informante

C.I..... Teléfono N°.....

09114004496

0993016745

## Anexo 5: Oficio para validación de datos – entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



### Ficha del informe de opinión de expertos

#### V. DATOS GENERALES:

- 1.6. Apellidos y nombres del informante:  
1.7. Institución educativa: Universidad Estatal Península de Santa Elena  
1.8. Título de la investigación: Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes en la Cooperativa de transporte de pasajeros de Palmar, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2017  
1.9. Nombre del instrumento: Encuesta  
1.10. Autor del instrumento: Erika Angeline Mirabá Rodríguez

#### VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 2%	Regular 4%	Buena 6%	Muy buena 8%	Excelente 10%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					100
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100

#### VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

#### VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante

C.I. .... Teléfono N° .....

0914004476 0993016745

### Anexo 6: Entrevistas colaboradores de cooperativa



### Anexo 7: Encuestas usuarios





### Anexo 8: Socios de la cooperativa de transporte Santa Rita



### Anexo 9: Unidades de transporte







**COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS**

**"SANTA RITA DE PALMAR"**

Acuerdo ministerial N°900 del 11 de Junio de 1996

FUNDADO EL 22 DE MAYO DE 1992 - RUC: 0992117583001

UNIÓN, TRABAJO Y PROGRESO  
PALMAR - SANTA ELENA - ECUADOR



Palmar, 06 de julio del 2018

### **CARTA AVAL**

En consideración del petitorio de la Srta. MIRABÁ RODRÍGUEZ ERIKA ANGELINE con C.I. 245016506-0 estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema **"CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE PALMAR, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2017"**, procede a la aprobación de la solicitud, comprometiéndose a brindar la apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo de la respectiva tesis; autorizando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena subir dicho trabajo a la plataforma web de la institución.

  
Atentamente

**Sr. Ernesto López Aranea**  
**PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA DE**  
**TRANSPORTE DE PASAJEROS SANTA RITA DE PALMAR**