



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

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA COMPAÑÍA
DE TRANSPORTE PERPACIFSE S.A., PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

LISBETH ESTEFANIA FIGUEROA FIGUEROA

LA LIBERTAD – ECUADOR

AGOSTO – 2023

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022”, elaborado por la Srta. Lisbeth Figueroa, 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 Licenciada en Administración de Empresas, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



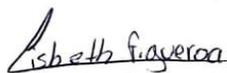
Divar Castro Loor, MSc.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022”, constituye un requisito previo a la obtención del título Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Lisbeth Estefania Figueroa Figueroa con cedula de identidad 2450025792 declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Figueroa Figueroa Lisbeth Estefania

C.C. No.: 2450025792

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme, brindándome la sabiduría que me ha permitido alcanzar con éxito mi meta planteada, así mismo por darme una familia hermosa, que no duda en ningún instante en brindarme su apoyo incondicional.

Así mismo, a la Compañía de Transporte PERPACIFSE que me permitió realizar mi trabajo de titulación, de igual manera agradezco al Gerente General Richard González Muñoz por brindarme información relevante para mi estudio.

Doy las gracias al Ing. Divar Castro Loor, por impartir sus conocimientos para culminar con mi trabajo de titulación, de igual forma a la Ing. Libi Caamaño López, por ser una guía en el estudio y la profesora de la materia de TIC Ing. Sabina Villón Perero por sus enseñanzas en todo el semestre y su paciencia en ayudarnos.

Así mismo, un agradecimiento especial a mi enamorado Néstor Josué Perugachi Cruz, por ayudarme en temas que no comprendía, en apoyarme en las cosas que decido y por sus palabras de ánimos de seguir adelante. Igualmente, a mi mejor amiga María Galarza Limón, que, a pesar de lo lejos que nos encontramos, siempre me ha apoyado.

Por último, gracias a Tito Miranda Días que me ha brindado su apoyo desde la escuela, de la misma manera a Genaro Orrala Suarez por ser ese amigo con quien confiar y finalmente a mi grupo de amigos que he compartido en los últimos semestres, donde hemos aprendido mucho de cada uno, teniéndonos un cariño especial.

Figuroa Figuroa Lisbeth Estefania

Dedicatoria

Le dedicó este trabajo a mi madre, Dora Figueroa Merejildo, por ser mi apoyo incondicional, por ser una persona especial en mi vida donde busca la forma de ayudarme a no rendirme, así mismo por darme ánimos y apoyarme en todo momento, el cual le doy las gracias infinitamente, la amo con todo mi corazón.

De igual manera, a mi padre Víctor Figueroa Laínez, por confiar en mí, es una persona que se ha sacrificado mucho por ver feliz a sus hijas, me siento orgullosa de tenerlo como padre, por ser un pilar fundamental en el hogar. Agradezco a ellos por todo el esfuerzo que han hecho para que pueda culminar en cada etapa de mi vida.

Por último, a mis hermanas por haber confiado mucho en mí, en que llegaría a este logro en mi vida, estoy segura de que en su momento les pagare todo lo que mi familia ha hecho por mí.

Figueroa Figueroa Lisbeth Estefania

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



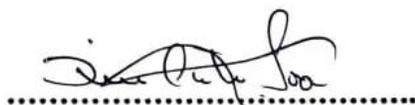
Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA



Ing. Libi Caamaño López, MSc.

PROFESOR ESPECIALISTA



Ing. Divar Castro Loo, MSc.

PROFESOR TUTOR



Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.

PROFESOR GUÍA DE LA UIC



Lic. Sandra Saltos Burgos

SECRETARIA DE CARRERA

Índice de Contenidos

Introducción.....	14
Capítulo I.....	21
Marco Referencial	21
Revisión de literatura	21
Desarrollo de teoría y conceptos.....	24
Calidad del servicio.....	24
Satisfacción del cliente.....	28
Fundamentos legales.....	32
Capítulo II.....	39
Metodología.....	39
Diseño de la investigación	39
Alcance de la investigación	39
Enfoque de la investigación.....	39
Método de la investigación.....	40
Método deductivo.....	40
Método analítico.....	40
Población.....	40
Recolección y Procesamiento de los datos	43
Técnicas de investigación.....	43
Instrumentos de investigación.....	43
Tratamiento de la información	44
Capítulo III.....	45
Resultados y Discusión.....	45
Análisis de datos	45

Análisis de la entrevista.....	45
Análisis de las encuestas realizadas a los clientes.....	48
Discusión.....	66
Matriz FODA	67
Plan de acción.....	68
Conclusiones.....	69
Recomendaciones	70
Referencias	71
Apéndice.....	75

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Población de la compañía Perpacifse S.A</i>	41
Tabla 2 <i>Población de los centros de salud y servicio VIP</i>	41
Tabla 3 <i>Clientes Responsables de los centros de salud</i>	42
Tabla 4 <i>Estadística de fiabilidad</i>	44
Tabla 5 <i>Edad</i>	48
Tabla 6 <i>Género</i>	49
Tabla 7 <i>Fiabilidad</i>	50
Tabla 8 <i>Conformidad con los estándares</i>	51
Tabla 9 <i>Higiene</i>	52
Tabla 10 <i>Atención al cliente</i>	53
Tabla 11 <i>Capacitación</i>	54
Tabla 12 <i>Compromiso</i>	55
Tabla 13 <i>Comunicación</i>	56
Tabla 14 <i>Motivación</i>	57
Tabla 15 <i>Confianza</i>	58
Tabla 16 <i>Clima laboral</i>	59
Tabla 17 <i>Velocidad</i>	60
Tabla 18 <i>Puntualidad</i>	61
Tabla 19 <i>Seguridad</i>	62
Tabla 20 <i>Responsabilidad de las funciones</i>	63
Tabla 21 <i>Mejorar la atención</i>	64
Tabla 22 <i>Aspecto para mejorar</i>	65
Tabla 23 <i>Matriz FODA</i>	67
Tabla 24 <i>Plan de acción</i>	68

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Edad</i>	48
Figura 2 <i>Género</i>	49
Figura 3 <i>Fiabilidad</i>	50
Figura 4 <i>Conformidad con los estándares</i>	51
Figura 5 <i>Higiene</i>	52
Figura 6 <i>Atención al cliente</i>	53
Figura 7 <i>Capacitación</i>	54
Figura 8 <i>Compromiso</i>	55
Figura 9 <i>Comunicación</i>	56
Figura 10 <i>Motivación</i>	57
Figura 11 <i>Confianza</i>	58
Figura 12 <i>Clima laboral</i>	59
Figura 13 <i>Velocidad</i>	60
Figura 14 <i>Puntualidad</i>	61
Figura 15 <i>Seguridad</i>	62
Figura 16 <i>Responsabilidad de las funciones</i>	63
Figura 17 <i>Mejorar la atención</i>	64
Figura 18 <i>Aspecto para mejorar</i>	65

Índice de Apéndice

Apéndice 1 <i>Matriz de consistencia</i>	75
Apéndice 2 <i>Entrevista dirigida a los directivos y socios</i>	76
Apéndice 3 <i>Cuestionario a los clientes</i>	78
Apéndice 4 <i>Carta Aval</i>	83
Apéndice 5 <i>Carta Aval de la empresa</i>	84
Apéndice 6 <i>Certificado de plagio</i>	85
Apéndice 7 <i>Cronograma UIC 2023-1</i>	86
Apéndice 8 <i>Solicitud de validación de instrumentos</i>	87
Apéndice 9 <i>Informe de validación de instrumentos - Entrevista</i>	88
Apéndice 10 <i>Informe de validación de instrumentos – Encuesta</i>	89
Apéndice 11 <i>Certificado de validación de instrumentos</i>	90
Apéndice 12 <i>Encuesta realizada en Forms</i>	91
Apéndice 13 <i>Evidencia de tutoría virtual y presencial</i>	92
Apéndice 14 <i>Visita con la especialista</i>	93
Apéndice 15 <i>Evidencia de encuesta a los clientes de la compañía Perpacifse</i>	93
Apéndice 16 <i>Entrevista a los directivos y socios</i>	94



**Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte
PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022**

AUTOR:

Figuroa Figuroa Lisbeth Estefania

TUTOR:

Ing. Divar Castro Loor, MSc.

Resumen

El presente trabajo de investigación exterioriza el tema “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022”, tiene como objetivo analizar la calidad del servicio de las actividades operativas para incrementar la satisfacción de los clientes en la compañía de transporte, estableciendo que en la compañía debe incorporar estrategias que ayuden a incrementar la satisfacción para que haya un mejor ambiente laboral y desarrollo en el servicio que ofrecen a los clientes. La metodología está direccionada al alcance descriptivo, el cual menciona las variables del estudio, de la misma forma tuvo un enfoque mixto, se basa en el método deductivo y analítico, teniendo en cuenta los instrumentos de recolección de datos tanto de entrevista como encuesta que se realizó a 171 clientes tanto de contrato a instituciones públicas y servicios VIP, para la información verídica. Como resultado se obtuvo que la calidad del servicio contribuye en la satisfacción del cliente, donde es un tema que la compañía debe tenerlo primordial, ya que si falla en algún aspecto podría afectar a la compañía, además se detectó la ausencia de capacitación del personal. Se concluye que en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., es importante que se implemente estrategias para que ayude en el fortalecimiento de la calidad del servicio, tanto en la buena atención, seguridad, mantenimiento de las camionetas para una mejora en la compañía.

Palabras claves: Calidad del servicio, satisfacción del cliente, Socios, estrategias.



Quality of service and customer satisfaction at PERPACIFSE S.A., Santa Elena province, year 2022

AUTHOR

Figueroa Figueroa Lisbeth Estefania

TUTOR

Ing. Divar Castro Loor, MSc.

The present research work externalizes the topic "Quality of service and customer satisfaction in the transportation company PERPACIFSE S.A., province of Santa Elena, year 2022", its objective is to analyze the quality of service of the operational activities to increase customer satisfaction in the transportation company, establishing that the company should incorporate strategies that help to increase satisfaction so that there is a better working environment and development in the service offered to customers. The methodology is directed to the descriptive scope, which mentions the variables of the study, in the same way it had a mixed approach, it is based on the deductive and analytical method, taking into account the data collection instruments both interview and survey that was conducted to 171 customers both contract to public institutions and VIP services, for the truthful information. As a result, it was obtained that the quality of service contributes to customer satisfaction, where it is an issue that the company must have it paramount, because if it fails in any aspect could affect the company, it was also detected the absence of staff training. It is concluded that in the transportation company PERPACIFSE S.A., it is important to implement strategies to help in strengthening the quality of service, both in good care, safety, maintenance of trucks for an improvement in the company.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, partners, strategies.

Introducción

La calidad, es un factor importante, utilizado para dar un grado de excelencia a los productos o servicios, permite a los clientes de la empresa demostrar satisfacción y lealtad, por otro lado, un servicio es una actividad efectuada para satisfacer una necesidad que llega a ofrecer una organización, institución, negocio, emprendimiento, de tal manera que pueden ser intangibles y perecederas, lo que indica que los productos físicos pueden llegarse a no almacenar, el cual provoca que el producto se desagrade, por ello resulta crucial que el servicio tenga que brindarse en un momento adecuado. El servicio es el transporte, el servicio médico, educación, atención telefónica, etc. Además, el servicio se evalúa por eficiencia y efectividad para percibir como los clientes se sienten al ser atendidos.

La calidad del servicio llega a diferenciarse ante los competidores para contar con la lealtad de los clientes. Una empresa puede reflejar compromiso hacia los clientes, brindando a los usuarios una experiencia satisfactoria donde exista opiniones positiva, así mismo, cuando el cliente se sienta conforme por el servicio de calidad genera una impresión efectiva de buenos comentarios, dando beneficio a la empresa, cabe recalcar que los clientes satisfechos son más propensos al regresar por el servicio recomendado, el cual provoca la retención de los clientes y a la vez un crecimiento en el desarrollo, por otro lado, los valores como la amabilidad, el respeto y la confianza al brindar un buen servicio ayuda a la empresa a tener una mejor imagen y un impacto directo en la rentabilidad en la empresa.

El presente estudio denominado “calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, Año 2022” está orientado a la mejora continua de los servicios operativos que ofrece la compañía de transporte, de modo que, provee de estrategias que incrementa la calidad del servicio, se debe considerar que en la actualidad la calidad del servicio tiene un escaso en los requerimientos de los usuarios, pero es una necesidad importante para que las personas puedan escoger un servicio con facilidad, sin embargo, cuando el cliente no recibe un servicio adecuado genera decepción y en consecuencia induce que busquen otras alternativas en otras empresas, esto es provocado por una limitada ejecución de la atención y compromiso al cliente, ya sea por las demoras en el servicio, limitado cumplimiento, entre otros. Cabe mencionar que las compañías de transporte deban comprender las perspectivas y necesidades de los clientes, teniéndolos como prioridad.

A nivel mundial, la calidad de servicio ha sido de gran relevancia para un mercado globalizado y competitivo en las empresas, los clientes han exigido y exigen mayor atención. En el caso que no satisfaga las necesidades de los usuarios, permite a los clientes buscar otras opciones de servicios, así mismo los avances tecnológicos han influenciado a los clientes, el cual provoca que el personal de la empresa deba competir en brindar un servicio de calidad para retener a los usuarios ya que ellos tienen la capacidad de cambiar repentinamente de empresa o servicio. Se reconocía que los conductores tuviesen el conocimiento suficiente en saber que los clientes esperan un servicio rápido y eficiente, además se meditaba que el personal de las empresas pudiera dar respuestas claras.

En Ecuador, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente es importante en las empresas, así que los clientes buscaban cómo recibir un buen servicio, además de esperar que el conductor o chofer a cargo de la prestación de servicio pudiera resolver los inconvenientes de las personas y brindar una atención adecuada para que los clientes estén satisfechos, al ofrecer un servicio de calidad es crucial para generar confianza y fidelidad, permitiendo un crecimiento en el desarrollo y ventaja competitiva, pero en un comienzo las empresas o compañías de transporte podían dar soluciones adecuadas para que el cliente no salga perjudicado.

En el ámbito empresarial la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes lo consideran como parte fundamental para el desarrollo y crecimiento económico, de esta manera las empresas al proporcionar un servicio de calidad, favorece al cliente, pero si no dan lo mejor, llega a ocasionar una baja reputación en la empresa y disminución de clientelas.

En la provincia de Santa Elena, el servicio de calidad ha estado limitado en la manera de satisfacer las necesidades de los clientes, es decir, no cumplen especialmente con las perspectivas, además se ha visto que el personal operativo de las empresas no cuentan con el suficiente conocimientos de como brindar un servicio satisfactorio a los clientes, de tal manera se considera primordial que las empresas o compañías de transporte tomaran medidas convenientes para un mejoramiento de la calidad del servicio, esto provocaría que los clientes se sientan seguros de confiar en el servicio deseado.

En el presente trabajo de investigación se menciona el **planteamiento del problema**, dentro el contexto mundial, el servicio de transporte ha tenido grandes desafíos, según Baque et al. (2022), menciona que la calidad del servicio es fundamental en las compañías de servicio de transporte, los clientes esperan que el personal les pudiera brindar una atención correcta, obteniendo a los clientes satisfechos. Antes el acogimiento de los clientes era limitado, lo que provocó que se incrementará el desarrollo del mercado, y los clientes captaran la tecnología, por eso, las empresas buscaban mejorar el rendimiento y acciones para resolver las quejas.

A nivel latinoamericano, se considera las opciones para mejorar y aumentar la productividad de las empresas de transporte, que representan a la gestión de calidad del servicio, y que las regiones deben brindar mejor atención a los clientes para sentirse satisfechos, se expresa que varias organizaciones dejaron de lado los deseos de los clientes, sin considerar que buscan un servicio adecuado y agradable. Cabe mencionar que las empresas llegan a contar con innovaciones que ayudan en el servicio, obteniendo nuevas mejoras en la organización, para la calidad y satisfacción en los clientes se considera tomar en cuenta las medidas subjetivas y objetivas con el fin de evaluar la calidad del servicio (Terán et al., 2021).

El Ecuador posee una falencia en la calidad del servicio, puesto que, demuestra una debilidad en los procesos y estrategias para fomentar la gestión en la calidad del servicio, el cual permitiría ayudar a mejorar la relación con los clientes, obteniendo la satisfacción y permitiendo alcanzar el éxito en la organización, de igual forma existen empresas que realizan varias actividades de forma empírica que induce a las personas estar seguros en solicitar un servicio.

En la provincia de Santa Elena, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el transporte debería garantizar en todo momento la movilidad, comodidad del usuario, seguridad, permite que los clientes se sientan seguros en el servicio y orgullosos de la manera en cómo el personal operativo los ayuda.

Actualmente, las compañías se dedican a ofertar un servicio de transporte, pero no se dan las herramientas que permitan mejorar la eficiencia de calidad del servicio, de modo que provoca una ligera inexistencia de procesos para perfeccionar la productividad, es inevitable que una compañía de transporte no deba ser la excepción de ofertar una excelente calidad de servicios, ya que el deber de toda empresa es satisfacer las necesidades del usuario, por lo que los clientes internos y externos deberían tener un ambiente favorable y tranquilo.

Por lo tanto, el **problema** de la investigación radica que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A, debe cumplir con las preferencias de los clientes, lo cual la compañía cuenta con un escaso de estrategias que deberían estar programadas para el cumplimiento de las actividades para brindar a los usuarios un buen servicio, además de que el personal deba ser capacitado, por ello es fundamental que los trabajadores de la empresa pueda asegurarse de trabajar en equipo, es decir, que al contar con las estrategias ayudarían a mejorar e incrementar la productividad, permitiendo satisfacer las necesidades, esto permitiría que se pueda optimizar recursos y expandirse a varios lugares, cabe mencionar que al aplicar esta forma ayuda al personal o a los socios de la empresa a crecer y ser un aporte en la matriz productiva como una compañía de servicio de calidad con responsabilidad a los clientes.

En la **formulación del problema se consideró** la siguiente pregunta, ¿De qué manera contribuye la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, año 2022?

A continuación, se deriva las siguientes preguntas de la sistematización del problema de investigación:

- ¿Cómo es la calidad del servicio en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022?
- ¿Cómo es la relación que existe entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022?
- ¿De qué manera las estrategias mejoran la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022?

El **objetivo general** de la investigación se planteó la siguiente, analizar la calidad del servicio en función de las actividades operativas que incrementa la satisfacción de los clientes en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. provincia de Santa Elena, 2022.

De igual forma se planeó los siguientes objetivos específicos.

- Diagnosticar el estado actual de la calidad del servicio en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. provincia de Santa Elena.
- Analizar la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente de los servicios en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.
- Establecer estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio, atención y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.

La presente **justificación** de la investigación se basa en la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la compañía de transporte, para que haya un aumento y fortalecimiento en la productividad, por medio de la implementación de estrategias que permita satisfacer las expectativas de los clientes y a la vez a mejorar la capacidad competitiva.

La realización de la investigación tiene la justificación teórica según el autor Reyes (2019), define la importancia del trato hacia el cliente, para un mejor servicio, y las estrategias permitan llegar a satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, de tal manera es recomendable que las autoridades planifiquen, revisen de manera adecuada y oportuna los procedimientos que ejecuten para que genere un impacto positivo en las operaciones.

De acuerdo con el autor Flore (2018), recalca que al aportar conocimientos de la calidad del servicio ayuda a cumplir con las perspectivas de los clientes y estén realmente satisfechos, de igual forma en reconocer los factores de como identificar que el personal ejecuta las actividades, es decir, que acciones permiten mejorar el desarrollo y ser competitivas en mercado.

Cabe mencionar que al mejorar la calidad del servicio ayuda en la productividad de la compañía, además es fundamental indagar las variables del estudio para comprender el ritmo de la investigación, así mismo en adaptarse a las necesidades y complementos de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., considerando un equilibrio oportuno con el fin de establecer un ambiente laboral óptimo, garantizando a los clientes mejor la atención, comunicación, seguridad previniendo los riesgos e inconvenientes.

En la **justificación práctica** se fundamenta en el planteamiento de la investigación, se considera pertinente llevar a cabo una buena gestión de servicio, siendo íntegro en la compañía, en el que las estrategias se implementen e incorporen ocasionen el cumplimiento de mejorar y optimizar la calidad el servicio, siendo así que los clientes se sientan satisfechos, cabe recalcar que tanto los clientes y personal operativo llegan a salir beneficiosos ya que las capacitaciones o estrategias estarán enfocadas hacia el cliente, incrementando la satisfacción y acatamiento de los objetivos formados.

La adecuada investigación conlleva que la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., de la provincia de Santa Elena pueda diferenciarse a las otras empresas, logrando a mantenerse firmes y fortaleciéndose, dando a los clientes una buena apariencia, además los clientes son clave para llegar al éxito, sin clientes no se logra nada, un punto importante es permitir a los socios poder capacitarse constantemente y proporcionar servicios de calidad, seguridad y confidencialidad al cliente.

Por consiguiente, se plantea la **idea a defender**, la calidad del servicio contribuye en la satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., de la provincia de Santa Elena.

La investigación en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., está estructurado de la siguiente manera.

Capítulo I: Este capítulo está enfocado en el marco referencial para determinar el contenido de la investigación, en la “revisión literaria” se encuentran los trabajos previos, tanto nacional e internacional sobre el tema expuesto, en cuanto al “marco teórico” están las variables, dimensiones e indicadores de la investigación que se da mediante la indagación de teorías y los artículos que son necesarios, de igual formar se presentan los fundamentos legales que deben tomarse en cuenta.

Capítulo II: se encuentra la metodología del trabajo para cumplir con los objetivos, se explica de manera explícita los materiales utilizados, tanto el diseño y método de la investigación, así mismo la población y muestra del estudio, de igual forma los instrumentos de recolección de datos para una obtención de información verídica, por último, se demuestra la validación de instrumentos por un experto del tema y la prueba de fiabilidad que corresponde al alfa de Cronbach.

Capítulo III: por último, este capítulo representa a la discusión y resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., estos resultados se plasman en tablas y gráficos estadísticos con las respectivas interpretaciones, después, se menciona la discusión de los resultados, de las encuestas y resultados de la revisión literaria de otros autores y, por último, se mencionan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo I.

Marco Referencial

Revisión de literatura

Para la situación problemática de la investigación en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, se consideró la revisión de tesis y artículos de diferentes autores, del tema similar de la investigación, sobre la calidad del servicio y satisfacción del cliente, lo cual sirve como una herramienta de soporte en el estudio.

Domingo (2019), en su trabajo de titulación para maestría en Administración de Negocios -MBA, desarrollo el tema *“Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el terminal terrestre Chepén”* realizada en la Universidad César Vallejo, tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en el terminal terrestre. Para la investigación utilizaron la investigación descriptiva correlacional, cuantitativa, no experimental y el método hipotético deductivo, en su mismo estudio, se llegó aplicar encuestas 96 clientes del terminal.

Los resultados evidencian la constante relación que tiene la calidad del servicio con los clientes, donde la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía es significativa, pero de igual forma deben de incorporar un plan estratégico, con actividades para impulsar el desarrollo. Sin embargo, el personal administrativo debe estar en capacitación para mejorar el servicio con los clientes y que los colaboradores de la organización participen en actividades y tengan una excelente comunicación. Se concluye que el terminal terrestre debe optar por acciones que incremente el servicio operativo, que satisface las necesidades de los usuarios, además de incorporar personal para poder operar mejor.

Álvarez (2019), en su trabajo titulado para maestría de Dirección de operaciones y cadena de abastecimiento, en el tema *“Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L de la ciudad de Cajamarca”* realizada en la Escuela de Postgrado y estudios continuos, lo cual tiene como objetivo determinar cómo incide la calidad del servicio con la lealtad de los clientes en la empresa. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativa, descriptiva - correlacional, busca examinar la relación de las dos variables del estudio, además de no causar un efecto, aplicaron el método inductivo, deductivo.

Tomaron en cuenta la población y muestra de 70 clientes que frecuentan al servicio de la empresa, usando como técnica e instrumento una encuesta para la recolección de datos. Los resultados demuestran que la accesibilidad, fiabilidad y capacidad de respuesta tienen un nivel alto de expectativas, por otra parte, la efectividad y seguridad con clientes demuestran debilidad por la poca experiencia sobre la oferta de servicios y de innovación. La influencia de la calidad de servicio y la lealtad de los clientes es moderada, lo que permite que la empresa incremente su potencial mediante estrategias. El grupo Multiservis S.R.L, menciona un nivel considerable en las variables, pero como es de conocer que toda empresa debe de perfeccionar en brindar un buen servicio, sin quejas para que tengan mejores resultados. Analizando los resultados, concluye que al plantear estrategias en la empresa ayuda a fortalecer los factores claves de la organización, ya que, maximiza la satisfacción de los clientes considerando que el personal desarrolle mejor sus funciones para que los usuarios se sientan seguros.

Aldaco (2020), en su trabajo de titulación de maestría en Marketing Estratégico en los Negocios, hace referencia a la *“Implementación de Modelo SERVQUAL para la medición del mejoramiento del servicio hacia el cliente de la naviera ONE de México”* realizada en la Universidad Instituto Politécnico Nacional. En la investigación menciona la satisfacción que debe contar el cliente al ofrecerle un servicio de la empresa, estableció como objetivo de este estudio fue proponer un modelo SERVQUAL para un mejor servicio y que los clientes tengan una nueva perspectiva. Para el estudio utilizaron el tipo de investigación descriptiva transversal. El instrumento de recolección de datos fue por medio de una encuesta el cual se aplicó a 59 clientes del área del servicio.

Los resultados dan a conocer la propuesta de este estudio que resaltan una oportunidad para mejorar el servicio al cliente dado por el modelo SERVQUAL, pero se espera que, al momento del servicio, tengan la predisposición de respuestas rápidas, además de ser amable para que el cliente entre en confianza y seguridad de un buen servicio, el modelo propuesto da un valor significativo a los usuarios, por el compromiso, el control del personal y la implementación de estrategias mercadológicas para fortalecer el servicio.

Se concluye en la investigación que los resultados demuestran la importancia de desarrollar un modelo SERVQUAL, para que aumente la satisfacción del servicio a los usuarios, considerando necesario que la empresa atienda las expectativas y minimizando riesgos de reclamos para el crecimiento y funcionamiento de la empresa naviera ONE.

Malca (2022), en su trabajo de maestría de gestión pública, desarrollo el tema “*Fiscalización y calidad del servicio de transporte público de taxi en una municipalidad de Lambayeque*” puesto que el objetivo fue determinar la relación existente entre la fiscalización y calidad del servicio con los clientes de la empresa, la metodología para el estudio fue de enfoque cuantitativo, diseño transversal no experimental, siendo así que no se manipulo los variables, además de aquello, tomaron en cuenta la población y muestra de 100 inspectores de transporte, en cuanto a los instrumentos fue la encuesta para la obtención de la base de datos en el software estadístico SPSS.

Los resultados de este estudio los inspectores recalcan al transporte como eficiente en la parte de fiscalización que se da en la empresa, pero a la vez es regular, el cual refleja que la empresa deba mejorar el sistema de supervisión en el área de transporte, además de enfocarse al 100% en la satisfacción, para que la información pueda influir en la percepción de los inspectores de la empresa, de igual forma han tenido dificultad al momento de brindar un servicio, porque los inspectores no se sienten cómodos por la prestación del servicio que les brinda la municipalidad, lo cual muestra regularidad, por ello es preciso mejorar el nivel de satisfacción y optar por los buenos resultados. En conclusión, para la gerencia de desarrollo vial, que se encargan de los caminos de distribución, se les considera necesario implementar la fiscalización por un programa que le permite tener un control de todas las unidades y mejorar la seguridad de los clientes.

Gancino (2020), en su trabajo de maestría en Administración Pública Cohorte, hace referencia a la “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato*”, realizada en la Universidad Técnica de Ambato, estableció como objetivo determinar cómo es la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente con el fin de mejorar y que los clientes tengan un nueva perspectiva hacia ellos. La metodología del trabajo corresponde al enfoque cuantitativo de nivel descriptivo – correlacional, donde comprende la descripción de las variables, por otra parte, aplicaron la población y muestra de 379 usuarios para la recolección de datos por medio de encuestas.

Los resultados de la investigación muestran las expectativas de los clientes según los instrumentos realizados, el cual dieron a conocer que no son satisfactorias, por lo que calidad del servicio que le ofrecen es escasa, así mismo en la satisfacción del cliente se resalta las quejas de las personas. Para concluir, el modelo ACSL que utiliza la agencia, refleja resultados nocivos, por el limitado cumplimiento hacia el servicio, lo que es imposible que los clientes se sientan satisfechos, por lo hay que considerar estrategias que ayuden a mejorar el servicio para fomentar la lealtad.

Desarrollo de teoría y conceptos

Calidad del servicio

La calidad del servicio se concentra en el llevar un buen servicio al cliente, donde trae consigo la implementación de controles e inspecciones para certificar que el servicio o producto llegue sin inconvenientes, la calidad posee en cumplir con los estándares para disminuir los errores y asegurar confiabilidad, por lo tanto, llega ser un proceso eficiente con el fin de mejorar la calidad del servicio. (Álvarez et al., 2019, p. 13)

Este tema tiene una orientación fundamental que se centra en cumplir con seguridad las necesidades que anhela el cliente, generando lealtad, si tiene mala experiencia, puede causar insatisfacción respecto al servicio de una empresa.

Llamuca & Aguilar (2019) resalta que la calidad del servicio en las empresas debe garantizar a las personas atención, tomando en consideración las expresiones, además, el cliente debe entrar en confianza con la empresa, lo cual determina si existe o no la calidad (pp. 6-21).

Por lo tanto, la calidad de servicio es una estrategia que las compañías utilizan para que el cliente se sienta complacida por el servicio ofrecido cumpliendo con las expectativas del cliente hacia el servicio ofrecido, considerando la buena atención.

Calidad. La calidad se evidencia en la satisfacción de los clientes, donde la persona se fidelice en una marca en particular, enfoca en producto o servicio este en buen estado, la calidad es un término usado en un negocio, que le permite estar en el mercado, teniendo un buen desarrollo, que se enfoca en la percepción de clientes y medir la adecuación del servicio para obtener mejores estrategias. (Cisneros et al., 2022, p. 29)

La calidad se centra cuando el producto o el servicio cumple con las preferencias o gustos de los clientes, tanto en diseño, durabilidad, puntualidad, precio y otros puntos cruciales, es necesario medir los objetivos de la organización para resaltar las necesidades de las personas.

Fiabilidad. Naranjo & Calsa (2023) manifiesta que “La fiabilidad, es la capacidad de brindar un servicio al cliente de manera confiable, cuidadosa, precisa y a tiempo” (p. 6).

Con base a lo expuesto la fiabilidad va de la mano con la confianza que tienen hacia el producto o servicio, el cual una empresa se encarga de cumplir con las necesidades de los clientes que acuden al servicio, su funcionalidad es adaptarse a las capacidades, actividades de manera confiable para prevenir inconvenientes, sin embargo, incluye la disponibilidad de resolver inquietudes dentro de una organización, un aspecto importante es que puede mejorar la productividad al cumplir las acciones de manera atenta.

Conformidad con los estándares. Se destaca que conformidad de los estándares de servicio pueden evaluarse y agruparse por activos viales que forman parte de la red de transporte como el paso peatonal, carreteras, que le corresponde al cumplimiento de la empresa, tanto en la protección del servicio como en la mejora del área para captar clientes. (De Solminihac et al., 2019, p. 343)

Las empresas al conocer sobre la conformidad con los estándares considerados en la evaluación de un servicio, se considera necesario las respectivas normas y regulaciones que la empresa realiza, así como en asegurar que todo tenga un adecuado rendimiento en el servicio y confiabilidad.

Higiene. Cortés (2012) la higiene laboral es un término que las empresas toman en cuenta para mantener el área adecuado y agradable, considerando que es fundamental el bienestar físico con el fin de evitar enfermedades (p. 408).

La higiene laboral es importante para mantener una mejor presentación en la organización o en cualquier lugar, de igual forma en cuidar el bienestar de los clientes, se debe aplicar en el uso diario, vida personal, trabajo, y esto provoca que los clientes tengan una mejor perspectiva hacia la empresa, donde induciría la satisfacción de los usuarios.

Servicio al cliente. Holguín et al. (2020) indican el servicio al cliente como “cualquier actividad que ofrece de una parte a otra o un beneficio que alguna de las partes brinda para satisfacer una necesidad” (p. 84).

Es un término que usa una compañía para dar un servicio responsable y eficiente para llamar la atención de las personas, y el personal incluye acciones e interacciones adecuadas, para evitar así las consecuencias, cabe mencionar que se deben aclarar las exigencias de los clientes, para que el servicio que ofrecen vaya encaminado de forma correcta y adecuada en todo momento.

Atención al cliente. La opinión de Gil (2020) considera que para la atención al cliente debe realizarse actividades que vaya acorde al desarrollo de las organizaciones mediante la segmentación de las necesidades básicas de cada cliente, esto se lo realiza mediante la implementación de estrategias de marketing con el único fin de cumplir con las expectativas de los clientes, por lo que se debe relacionar infinitivamente con la satisfacción y conseguir de forma orgánica la fidelización de compra o adquisición de un servicio.

Esto se lo realiza mediante el ofertar un servicio de calidad que sea confiable y voluble requiriendo una mejora a través de cambios en el servicio llegando a innovar y brindar características que se diferencien de la competencia.

Capacitación. Crespo et al. (2021) manifiestan que es la forma indicada para ayudar a los empleados, para que puedan mejorar sus conocimientos dentro de la organización, con el fin de un mejor rendimiento (p. 360).

La capacitación es un factor importante en cualquier empresa u organización, ya que ayuda a los empleados a mejorar sus habilidades, destrezas y a mejorar la atención a los clientes brindando información oportuna, es decir, que la capacitación en el personal operativo es crucial para un proceso de enseñanzas, y un buen desarrollo para mejorar la productividad de la empresa u otro negocio.

Compromiso. El compromiso es parte crucial para toda organización u empresa, donde los empleados se enfocan en dar lo mejor en el área que le corresponde, para así mejorar la productividad tomando en cuenta con lo que deben de cumplir respecto a la calidad del servicio para fortalecer la lealtad de los clientes, lo cual resulta beneficioso. (Monzón, 2022, p. 2)

Es importante que los empleados de una organización se enfoquen directamente en su rol de trabajo, teniendo el compromiso de cumplir con las responsabilidades, al comprometerse con la empresa para desarrollar las mejores estrategias.

Capacidad de respuesta. Miranda et al. (2021) indican que la capacidad de respuesta está enfocada en el tiempo de brindar un servicio al cliente, de la misma manera en resolver las dudas y problemas que en su momento se presente en la prestación del servicio, dando a conocer la importancia de cumplir con las expectativas de los clientes (p. 1436).

La capacidad de respuesta es una práctica principal para que el cliente se sienta cómodo con el servicio que brinda una organización, de igual forma para la adaptación de los cambios. Si el personal operativo no tiene una capacidad de respuesta óptima puede insatisfacer a los clientes, induce a la desconfianza, perjudica al ambiente laboral y al desarrollo económico.

Comunicación. Hernández et al. (2022) añaden la importancia de la comunicación entre las personas, por ejemplo, en compartir ideas, experiencias, los cambios del entorno, además permite conectarse con el cliente para informar aspectos claros y compartir alguna situación sobre un servicio (p. 58).

La comunicación involucra a la interacción de establecer un vínculo con los individuos, por ende, tiene algunos términos como por ejemplo la comunicación verbal para aquellas expresiones y la comunicación visual para los retratos, es decir, que este elemento es fundamental en la vida, discurso, entre otros elementos.

Disposición. En la opinión de Ozomek (2015) ha incluido que la disposición es un punto importante en la calidad, donde brindar atención al cliente resulta conveniente para toda empresa, además de considerar las opiniones de los clientes, tomando en cuenta las expectativas para que se sientan satisfechos por la comprensión notable de las necesidades de las personas.

La disposición es un aspecto importante que se refiere a una actitud proactiva para poder resolver las inquietudes de forma apropiada de las personas, teniendo en cuenta la responsabilidad de las acciones.

Agilidad. De acuerdo con Jajamovich & Carracedo (2019) la agilidad es la adaptación de los cambios que pasan en el entorno, sin tener algún problema en el proceso, de igual forma en responder rápido las necesidades que tienen los clientes, el cual permite que los individuos puedan aportar experiencias y conocimientos que beneficien a la empresa.

La agilidad es un punto crucial en empresas y compañías, ya que este término responde a las inquietudes de los clientes, de modo que implica la forma de responder las dudas con una comprensión favorable, demostrando la flexibilidad de la mejora continua para brindar al cliente una excelente calidad del servicio.

Satisfacción del cliente

Demarquet (2022) la satisfacción del cliente es importante para cualquier empresa, llevándolo al éxito, esto se da cuando el cliente se siente de acuerdo con el servicio que le brindan (p. 96).

Con la afirmación anterior la satisfacción del cliente depende de una empresa, que cumpla con las deleites y preferencias del usuario brindando un excelente servicio, de igual forma la satisfacción tiene importantes beneficios para contar con el cliente satisfecho, lo cual provoca que la persona vuelva contratar el servicio de transporte, y que los clientes puedan comunicar a los demás de manera positiva el manejo que tienen en la empresa o compañía.

Satisfacción laboral. La satisfacción laboral son actitudes generales, consideradas parte primordial en los empleados de una organización, dirigida por el departamento de recursos humanos, por ende, incide en la motivación, detentando los problemas a tiempo para motivar y mejorar el trabajo laboral. (Saavedra & Delgado, 2020, p. 1520)

De acuerdo con el comentario se reflexiona que el desempeño laboral se lo determina en cómo se encuentra el personal laborando, además de ser un punto clave en la productividad de la empresa, este aspecto se lo plantea mediante la evaluación de desempeño para comprobar el rendimiento que aportan y así mejorar en las debilidades y no incomodar a los clientes.

Motivación. La motivación es factor que sirve para incitar a los empleados de una empresa a mejorar sus estados de ánimos el cual influye para mostrar un mejor desempeño en la empresa o área de laboral, de igual forma en provocar una autoestima alta en el personal, por ende, es beneficioso para impulsarse, además en conducir en cumplir con las responsabilidades y actividades. (Luna, 2014, p. 112)

Si bien es cierto la motivación es reflejada en la dedicación, esfuerzo y energía, por eso, genera que una persona cumpla con responsabilidad sus funciones y actividades dentro de una empresa, el cual se enfoca llevar consigo el rendimiento, sin embargo, existe un factor diferenciador en que una persona actúa por su cuenta para mejorar las habilidades, es decir, que la motivación son los impulsos para seguir de adelante para alcanzar un propósito u objetivos.

Confianza. Suárez et al. (2007) mencionan que es un factor clave para retener a los clientes, dando a la persona una comunicación honesta y un servicio agradable, es decir, que la comunicación con otra persona es lo primordial ya que es parte de la confianza y se basa en la lealtad. (p. 126)

Es necesario resaltar que la confianza se basa en comprometerse a realizar apropiadamente las actividades de una organización, a la vez hace referencia a la confianza a los clientes al momento que adquieran un servicio de transporte, el cual debe actuarse con compromiso y responsabilidad.

Clima laboral. El clima laboral es primordial en toda empresa donde permite mejorar el ambiente de trabajo en que sea favorable y limpio para generar un aspecto positivo en los empleados y no se sientan incomodos ni disgustados, por ende, se demuestra la percepción de mejorar el servicio y atención a los clientes. (Jiménez & Jiménez, 2016, p. 28)

Dicho de la misma perspectiva el clima laboral es un proceso continuo que se basa en mejorar el ambiente emocional lo cual se preocupa en potenciar el equipo de trabajo de una organización, por lo tanto, llega a influir las interacciones y la comunicación con los demás empleados.

Expectativa. Güere & Yangali (2023) puntualiza que “la expectativa del consumidor es cubierta cuando la organización otorga productos o servicios con calidad” (p. 133).

Si bien es cierto las expectativas se refiere cuando se cumple con la mayoría de los gustos de los clientes, lo que es importante que una empresa considere llamar la atención de las personas, considerándole un buen servicio de calidad, por lo tanto, las expectativas se refieren en alcanzar las necesidades del usuario, de manera que, deba inspirar confianza y calidad.

Velocidad. Al relacionarse con la velocidad, hace hincapié en gestionar las actividades de una empresa, donde al brindar respuestas rápidas y confiables resulta esencial, de igual forma en cumplir con los servicios de forma responsable sin circunstancias en el camino, procesar los documentos proporcionados y enviar, para que los clientes estén satisfechos del servicio. (Armenta et al., 2022, p. 7)

La velocidad en una empresa es importante ya que es un factor que los clientes tienen en cuenta, permitiendo cumplir con las expectativas de ellos, es decir, que hace relevancia en entregar un servicio en un tiempo indicado por el cliente, sin embargo, se considera esencial que el personal sepa de las leyes de tránsito para evitar cualquier inconveniente o multa en el servicio por una alta velocidad, es importante que la velocidad sea considerable para no obtener problemas, sino que debe usarse de forma correcta.

Puntualidad. Benavidez et al. (2017) la puntualidad en el servicio es importante, por ello implica el tiempo determinado que pide un cliente a la empresa, cabe mencionar que la impuntualidad en el servicio llega a generar a los clientes insatisfacción, el cual perjudicaría a la empresa, dándole paso a buscar otro servicio (p. 34).

Las organizaciones deben tener en cuenta a la puntualidad como un factor relevante para los clientes ya que es un aspecto en que las personas tienen en cuenta en todo instante, es decir, que esperan que el servicio ofertado sea entregado sin retrasos, por eso, es importante que el servicio sea rápida y segura. Sin embargo, la puntualidad trata en llegar a cumplir con las actividades en el tiempo pedido de un cliente dando a conocer a una empresa la buena presentación, si no se da la puntualidad causa un bajo rendimiento.

Seguridad. Duque (2005) la seguridad implica que la empresa esté comprometida en contar con las medidas necesarias para cuidar al cliente, de igual forma, cuando el cliente se siente cómodo en dejar que una empresa se pueda responsabilizar de sus intereses y sobre todo en el cuidado del servicio, la confiabilidad es parte de la seguridad para que el cliente este satisfecho (p. 69).

La seguridad en los clientes es transmitir confianza y compañerismo en el servicio ofertado por una empresa, tomando en cuenta las medidas de seguridad necesarias para que el servicio sea efectiva. Se considera que cuando el cliente se siente seguro del servicio es posible que el usuario tenga la probabilidad de volver adquirirlo.

Cientes. Pierred (2020) menciona al cliente como una persona que compra o adquiere un servicio, de forma presencial u online, cabe recalcar que el cliente es fundamental en un negocio, sin clientes no hay crecimiento en la empresa (p. 7).

De tal manera los clientes no deben faltar ya que son la fuente para que una empresa siga procesando sus actividades y tendiendo un buen desarrollo en el país, de igual forma los clientes pueden mostrar sugerencias para que la empresa mejore y siga captando la atención y necesidades oportunas.

Cientes internos. Las opiniones de Steffanell et al. (2023) dan a entender que los clientes internos son las personas que trabajan dentro de una empresa cumpliendo con las tareas expuestas, por ejemplo, en brindar un servicio para satisfacer a los clientes externos (p. 4).

Un cliente interno debe estar motivado en su área y trabajar eficaz y eficientemente logrando la satisfacción del cliente, considerando oportuno que deben realizar las actividades, diligencias y acciones correctamente, de igual forma los clientes se benefician por cumplir con las expectativas y por brindar servicios de calidad.

Cientes externos. Toledo et al. (2020) fundamenta que los clientes externos son las personas que no forman parte de la empresa, pero si son clientes fijos que ingresan a que le brindan un servicio de calidad, es decir que solicitan de un servicio en particular, la empresa toma en cuenta en comprender las necesidades (p. 93).

Por otra parte, los clientes externos le deben de poner atención en cumplir con las perspectivas para que se lleve una buena impresión de la empresa y que los clientes se sientan a gusto con lo que encuentra por la buena atención.

Fundamentos legales

Constitución de la Republica del Ecuador

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008), manifiesta lo siguiente sección octava de este documento, menciona el trabajo y seguridad social.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. Constitución de la República del Ecuador (2008)

De igual forma en la sección novena se resalta las personas usuarios y consumidoras, lo cual manifiestan lo siguiente:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras, y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 53.- Las personas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición 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. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no

estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial

(Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, 2021), menciona lo siguiente las condiciones de transporte terrestre:

Art. 3.- El Estado garantiza que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas. Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial (2021)

Art. 3A.- Prioridad de movilidad. – El Estado garantizará los medios necesarios para que las personas puedan elegir libremente el medio y la forma de trasladarse a fin de acceder a los bienes y servicios, con los límites establecidos por la autoridad competente. Para el establecimiento de la política pública en la materia y se considerará el nivel de vulnerabilidad de los usuarios, externalidades que genera cada modo de transporte y su contribución a la productividad. Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial (2021)

Se otorgará prioridad en la utilización del espacio vial y se valorará la distribución de recursos del presupuesto, en el siguiente orden:

1. Peatones, especialmente las personas pertenecientes a grupos de atención prioritaria;
2. Biciusuarios y usuarios de vehículos de tracción humana;
3. Servicio de transporte público de pasajeros;
4. Servicio de transporte comercial y de carga; y,
5. Transporte particular.

Art. 88.- Objetivos de la ley. - En materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, la presente Ley tiene por objetivos, entre otros, los siguientes:

a) Planificar, organizar y regular la circulación y la seguridad vial de los actores de la movilidad: peatones, biciusuarios, pasajeros, conductores de vehículos a motor, de tracción humana, mecánica o animal, y la conducción de semovientes;

b) Capacitar, formar y entrenar a los conductores profesionales y no profesionales;

c) Establecer programas de capacitación y difusión para los actores de la movilidad, en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, para la creación de una cultura y conciencia vial responsable y solidaria;

d) Establecer ciclos de capacitación continua para la actualización de conocimientos, adaptación a los cambios en el tránsito vial, evaluación de las condiciones mentales, psicosenométricas y físicas de los conductores;

e) Prevenir y reducir de forma sostenida y sistemática los siniestros de tránsito y sus consecuencias, mortalidad y morbilidad, así como aumentar los niveles de percepción del riesgo en los conductores y usuarios viales;

f) Propender al sostenimiento económico de las actividades relacionadas con el transporte terrestre, tránsito y seguridad vial;

g) Establecer los elementos de seguridad para el funcionamiento de los vehículos, de la seguridad activa y pasiva y su régimen de utilización, de sus condiciones técnicas; y, de las actividades industriales que afecten de manera directa a la seguridad vial;

h) Determinar los lineamientos que para su funcionamiento deben observar las entidades relacionadas con la formación y capacitación de los actores de la movilidad; y, de las operadoras del transporte terrestre;

i) Impulsar la movilidad sostenible y reducir la contaminación ambiental;

j) Establecer programas de aseguramiento a los ciudadanos, atención a víctimas, rescate de siniestrados y mejora en los servicios de auxilio;

k) Fomentar del respeto a peatones y biciusuarios y el uso cotidiano de medios de transporte pertenecientes a la movilidad activa; y,

l) Controlar las actividades de las personas e instituciones reguladas por la presente Ley. Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial (2021)

Ley Orgánica del Sistema Nacional de contratación pública.

Capítulo II: De los requisitos y forma de los contratos

Art 71.- Cláusulas Obligatoria. – En los contratos esta Ley se estipulará obligatoriamente cláusulas de multas, así como una relacionada con el plazo en que la entidad deberá proceder al pago del anticipo, en caso de haberlo; el que no podrá exceder del término de treinta (30) días. Las multas se impondrán por retardo en la ejecución de las obligaciones contractuales conforme al cronograma valorado, así como por incumplimientos de las demás obligaciones contractuales, las que se determinarán por cada día de retardo; las multas se calcularán sobre el porcentaje de las obligaciones que se encuentran pendientes de ejecutarse conforme lo establecido en el contrato. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

En todos los casos las multas serán impuestas por el administrador del contrato, y el fiscalizador, si lo hubiere, él o los cuales se establecerán el incumplimiento fechas y montos. Las multas impuestas al contratista pueden ser impugnadas en sede administrativa a través de los respectivos recursos, o en sede judicial o arbitral. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

Art. 73.- Formas de garantías. - En los contratos a que se refiere a esta Ley, los contratistas podrán rendir cualquiera de las siguientes garantías:

1. Garantía incondicional, irrevocable y de cobro inmediato, otorgada por un Banco o institución financiera establecidos en el país o por intermedio de ellos;
2. Fianza instrumentada en una póliza de seguros incondicional, e irrevocable, de cobro inmediato emitida por una compañía de seguros establecidas en el país;

3. Primera hipoteca de bienes raíces, siempre que el monto de la garantía no exceda del sesenta (60%) por ciento del valor del inmueble hipotecado, según el correspondiente avalúo catastral correspondiente;
4. Depósito de bonos del Estado, de las municipalidades y de otras instituciones del Estado, certificaciones de la Tesorería General de la Nación, cédulas hipotecarias, bonos de prenda, Notas de crédito otorgadas por el Servicio de Rentas Internas, o valores fiduciarios que hayan sido calificados por el Directorio del Banco Central del Ecuador. Su valor se computará de acuerdo con su cotización en las bolsas de valores del país, al momento de constituir la garantía. Los intereses que produzcan pertenecerán al proveedor; y,
5. Certificados de depósito a plazo, emitidos por una institución financiera establecidas en el país endosados el valor de garantía a la orden de la Entidad Contratante y cuyo plazo de vigencia sea mayor al estimado para la ejecución del contrato. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

Art.74.- Garantía del Fiel Cumplimiento. - Para seguridad del cumplimiento del contrato y para responder por las obligaciones que se contrajeran a favor de terceros, relacionadas con el contrato el adjudicatario antes o al momento de la firma del contrato, rendirá garantías por un monto equivalente al cinco (5%) por ciento del valor de aquel. En los contratos de obra, así como en los contratos integrales por precio fijo, esta garantía se constituirá para garantizar el cumplimiento del contrato y las obligaciones contraídas a favor de terceros y para asegurar la debida ejecución de la obra y la buena calidad de los materiales, asegurando con ello las reparaciones o cambios de aquellas partes de la obra en la que se descubran defecto de construcción, mala calidad o incumplimiento de las especificaciones, imputables al proveedor. En los contratos de obra o en la contratación de servicios no normalizados, si la oferta económica adjudicada fuese inferior al presupuesto referencial en un porcentaje igual o superior al diez (10%) por ciento de éste la garantía del fiel cumplimiento deberá incrementarse en un monto equivalente al veinte (20%) por ciento de la diferencia entre el presupuesto referencial y la cuantía del contrato. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

Tales cauciones podrán constituirse mediante la entrega de las garantías contempladas en los números: 1, 2; y, 5 en el artículo 73 de esta Ley No se exigirá este tipo de garantía en los contratos de compraventa de bienes inmuebles y de adquisición de bienes muebles que se entreguen al momento de efectuarse el pago. Tampoco se exigirá esta garantía en los contratos cuya cuantía sea menor a multiplicar el coeficiente 0,000002 por el Presupuesto Inicial del Estado correspondiente ejercicio económico. Con cargo a la garantía de fiel cumplimiento que se podrá efectivizar las multas que le fueren impuestas al contratista. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

Capítulo IX: De la terminación de los contratos

Art. 94.- Terminación Unilateral del Contrato. – La entidad contratante podrá declarar terminada anticipada y unilateralmente los contratos a que se refiere a esta ley en los siguientes casos:

1. Por incumplimiento del contratista;
2. Por quiebra o insolvencia del contratista;
3. Si el valor de las multas supera el monto de la garantía de fiel cumplimiento del contrato;
4. Por suspensión de los trabajos por decisión del contratista por más de sesenta (60) días, sin que medie fuerza mayor o caso fortuito;
5. Por haberse celebrado contratos contra expresa prohibición de esta Ley;
6. En los demás casos estipulados en el contrato, de acuerdo con su naturaleza: y;
7. La Entidad Contratante también podrá declarar terminado anticipada y unilateralmente del contrato cuando, ante circunstancias técnicas o económicas imprevistas o de caso fortuito o fuerza mayor, debidamente comprobadas, el contratista no hubiere accedido a terminar de mutuo acuerdo el contrato. En este caso, no se ejecutará la garantía de fiel cumplimiento del contrato ni se inscribirá al contratista como incumplido

En este último caso el contratista tiene la obligación de devolver el monto del anticipo no amortizado en el término de treinta (30) días de haberse notificado la terminación unilateral del contrato en la que constará la liquidación del anticipo, y en caso de no hacerlo en término señalado, la entidad procederá a la ejecución de la garantía de Buen Uso del Anticipo por el monto no devengado. El no pago de la liquidación en el término señalado, dará lugar al pago de

intereses desde la fecha de notificación; intereses que se imputará a la garantía de fiel cumplimiento del contrato. Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (2021)

El Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial

Artículo 45.- El Transporte Terrestre Comercial Mixto es el transporte de personas y/o bienes o mercancías en camionetas doble cabina, con capacidad máxima (5) pasajeros incluido el conductor. El Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2020)

Artículo 46.- El servicio de Transporte Terrestre Comercial Mixto será prestado a nivel interprovincial exclusivamente por las Operadoras de Transporte Terrestre Comercial Mixto debidamente autorizadas mediante un permiso de Operación de Transporte Terrestre Comercial Mixto, emitido por la Agencia Nacional de Tránsito. El Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2020)

Artículo 51.- para prestar el servicio de Transporte Terrestre Comercial Mixto los vehículos deberán de cumplir con los siguientes requisitos:

1. Prestar las condiciones idóneas de seguridad, confort, confiabilidad, accesibilidad y comodidad para las personas que transportan;
2. Tener matrícula y revisión técnica vehicular vigente, según el cuadro de calendarización emitido por la ANT; Considerando las excepciones de revisión técnica vehicular contempladas en el Reglamento General de Aplicación a la OTTTSV;
3. Haber cumplido con el proceso de homologación para prestar el servicio de Transporte Comercial Mixto de acuerdo con el procedimiento establecido en el Reglamento General de Homologación Vehicular emitido por la Agencia Nacional de Tránsito;
4. Encontrarse dentro de la vida útil, según lo defina técnicamente la Agencia de Tránsito;
5. Realiza el mantenimiento preventivo y correctivo, lo que será registrado en una ficha técnica o bitácora de mantenimiento del vehículo
6. Mantener las características técnicas de acuerdo a las condiciones que fue autorizado en el permiso de operación.
7. Disponer de Kit de seguridad de seguridad de transporte seguro instalado y operativo.

Capítulo II.

Metodología

Diseño de la investigación

Para el presente trabajo titulado “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena”, se utilizó técnicas y métodos de la investigación, instrumentos y herramientas para la recolección de datos, la investigación se basa en lo descriptivo, permitiendo cumplir con los objetivos expuestos en el estudio.

Alcance de la investigación

El estudio es basa en el alcance **descriptivo**, permite tener un análisis apropiado al tema de calidad del servicio y satisfacción del cliente de la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., dado que la información es obtenida a través de instrumentos de recolección de datos, mismo que hace énfasis a la problemática de la investigación, de igual forma se toma en cuenta lo establecido en la matriz de consistencia con todos los elementos para conocer mejor la temática, interpretando los resultados de los diferentes autores tantos de libros, documentos y artículos. Está se lleva a cabo para determinar la situación y poder mejorar la calidad del servicio y expectativas dando satisfacción a los clientes responsables de los centros de salud y clientes de servicios VIP.

Enfoque de la investigación

La investigación tiene el **enfoque** cualitativo y cuantitativo, es decir mixto, el aporte que da el enfoque cualitativo corresponde a la información de la entrevista de los directivos y socios, dando a conocer cómo se encuentra la compañía en la actualidad sobre el estudio de la investigación.

Mientras el enfoque cuantitativo, permitió realizar la recolección de datos y análisis de los resultados de las encuestas hacia los clientes de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., de la provincia de Santa Elena, con la finalidad de conocer la situación en que se encuentran, para el establecimiento de estrategias para mejorar y potenciar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes, considerando las requerimientos y anhelos del usuario.

Método de la investigación

Método deductivo

El método utilizado en la investigación es el **deductivo**, enfocado en establecer criterios coherentes de las variables, dimensiones e indicadores del estudio de calidad del servicio y satisfacción del cliente para la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., obteniendo la comprensión apropiada sobre la calidad del servicio hacia los clientes, el estudio se da por medio de los clientes de la contratación pública y servicio VIP, considerando la importancia de la satisfacción, atención y seguridad, donde provoca que la compañía de transporte cuente con opiniones positivas de los cliente para una excelente productividad, llevándolo al éxito.

Método analítico

El método **analítico** de la investigación se basa en la interpretación y análisis de datos relacionados con la calidad del servicio y satisfacción del cliente, en los estudios previstos en la revisión literaria de autores nacionales e internacionales relacionados con el estudio, considerando las partes más importantes de la investigación. Así, este método ayuda a realizar mejor la problemática del estudio con mejores resultados.

Población

La población de la investigación está direccionada a los directivos, socios de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A de la provincia de Santa Elena, que cuenta con un total de 20 personas y a los clientes de contratación pública, donde la compañía en la actualidad está ofertando servicios al proyecto de contratación del servicio de alquiler de camionetas para la campaña de vacunación de seguimiento de alta calidad de la dirección distrital 24D01 Santa Elena – Salud, el cual se deriva en diferentes centros de salud tanto de la zona norte y zona sur, siendo así que las encuestas son dirigidas a los 171 clientes responsables tanto de los centros de salud y de los clientes por servicios VIP, por tal motivo se realiza la investigación a todas las personas, por ser una población finita, puesto que, no fue necesario llegar aplicar una muestra en el estudio.

Población para entrevista. – La población para la entrevista está conformada por 20 en total de colaboradores, el cual corresponde al gerente, presidente y socios de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.

Tabla 1

Población de la compañía PERPACIFSE S.A.

Población	Cantidad	Instrumento
Gerente	1	Entrevista
Presidente	1	Entrevista
Socios	18	Entrevista
Total	20	

Nota. Población del personal que constituyen en la compañía

Población para encuesta. – Está conformada por 115 clientes responsables de los centros de salud, el cual corresponde a Zona Norte, Zona sur, de igual forma a los 56 clientes individuales de los servicios VIP, para el desarrollo de la investigación de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. En este caso se aplica el muestreo no probabilístico por conveniencia, se consideró realizar a todos los clientes que la empresa proporcione.

Tabla 2

Población de los centros de salud y servicio VIP

Empresas/Organismo	Cantidad de transfer.	Pasajeros por transfer.	Clientes responsables	Instrumento
Centros de salud	23	5	115	Encuesta
Servicio VIP	14	4	56	Encuesta
Total			171	

Nota. Clientes responsables e individuales

Tabla 3*Clientes Responsables de los centros de salud y clientes por servicios VIP*

Ubicación	Clientes
ZONA NORTE	
Cs San Antonio	5
Cs Ayangue	5
Cs Bambil Desecho	5
Cs Colonche	5
Cs Monteverde	5
Cs Olón	5
Cs San Marcos	5
Cs San Pablo	5
Cs San Pedro	5
Cs Sinchal	5
Cs Valdivia	5
Cs. Manantial De Guangala	5
ZONA SUR	
CS Bajada De Chanduy	5
CS Zapotal	5
Cs Ancón	5
Cs Atahualpa	5
Cs Ballenita	5
Cs Chanduy	5
Cs Juan Montalvo	5
Cs Julio Moreno	5
Cs Pechiche	5
Cs Puerto Chanduy	5
Cs Santa Elena	5
SERVICIO VIP	
Pasajeros individuales	56
Total	171

Nota. Clientes Responsables que frecuentan en la compañía

Recolección y Procesamiento de los datos

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación permiten obtener información relevante sobre una pregunta planteada en el estudio, en vista de que, ayuda a contar con las respuestas concretas y favorables, de igual forma garantiza la calidad de los datos (Hernández & Avila, 2020).

Para la recolección de datos para la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena se aplicó las siguientes técnicas:

Entrevista: Esta técnica se lo utiliza para recoger información relevante, se dio por medio del dialogo planificado con el directivo y socios de la compañía, tienen la capacidad de responder las interrogantes del estudio de la investigación, así mismo son las personas que explican sobre las actividades que realizan para dar un servicio al cliente de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.

Encuesta: La encuesta fue dirigida a 171 clientes, dado que, son los responsables de los centros de salud y servicios VIP, es decir, corresponde a pasajeros individuales donde la Compañía de transporte PERPACIFSE S, A., presta el servicio, dando a indagar sobre la calidad y satisfacción sobre el servicio que les brindan, por lo tanto, las preguntas fueron desarrolladas de manera sencilla y directa para que el cliente pueda responder.

Instrumentos de investigación

Guía de entrevista: Para la entrevista se elaboraron 10 preguntas puntuales sobre el estudio de investigación en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., el cual fue dirigida a los directivo y socios, obteniendo información precisa, las preguntas fueron elaboradas para que la personas puedan responder en libertad.

Cuestionario: Para el cuestionario se elaboraron 18 preguntas, relacionadas a las dimensiones e indicadores de la matriz de consistencia, a esta herramienta se le sumo la escala de Likert para la respectiva información que está enfocada en la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A., por ende, la información permite realizar las estrategias que ayudan a mejorar la productividad, clientes satisfechos y contar con la lealtad.

Tratamiento de la información

La información será procesada por medio del programa estadístico “SPSS”, esta aplicación permite realizar las tablas e histogramas de frecuencia de la información del estudio a los clientes, de igual forma permite analizar la información de manera rápida. Cabe mencionar que las tablas y figuras fueron arregladas en la plantilla del Excel considerándole otro estilo a las figuras.

Por otro lado, se usa el programa de Microsoft Form, para hacer las respectivas encuestas, hace que el cliente pueda de responder las preguntas de manera sencilla.

Un experto en investigación validó el instrumento de la entrevista y la encuesta para el estudio, el cual permitió realizar una prueba piloto de la población de los clientes, por ello corresponde a 16 clientes y los datos se procesaron mediante el programa del SPSS, por lo que se calculó el Alfa de Cronbach, dando como resultado positivo de fiabilidad a las preguntas de un 0,848.

Tabla 4

Estadística de fiabilidad

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	16

Nota. Análisis Alfa de Cronbach

Capítulo III.

Resultados y Discusión

Análisis de datos

Análisis de la entrevista

1. ¿Dentro de la compañía de transporte, se promueve un buen trato hacia los clientes o usuarios para mejorar la calidad de servicio?

Los entrevistados manifestaron que, si promueven un buen trato al usuario o cliente con la carta de presentación el cual corresponde a los conductores, porque un buen trato hacia los usuarios garantiza una buena prestación del servicio, además complementan el servicio mediante las unidades vehiculares nuevas, de alta gama para captar clientes, cabe mencionar que la compañía PERPACIFSE no tiene muchos años dentro de la sociedad, pero siempre se preocupa en dar un buen trato al cliente.

2. ¿Cómo considera usted que es el servicio que brinda al cliente la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.?

Consideran que el servicio es bueno, ya que existen clientes que le han dado una buena percepción del servicio ofrecido, además de hacer un sondeo para conocer si el cliente está conforme o no. Por otro lado, se mencionan que la mayoría de los vehículos son nuevas por eso, permite que los clientes tengan una mejor perspectiva, le garantiza en la prestación de contratos a instituciones públicas y realizar los servicios VIP, que certifica a las personas.

3. ¿Cómo aplica la seguridad e higiene en el servicio de transporte que la compañía brinda?

Mencionaron que el tema es importante en el ámbito, y que en el Ley Orgánica de transporte terrestre Tránsito, existe cambios en las normativas donde deben de adaptarse, en la seguridad las unidades de transporte deben contar con un plan de mantenimiento, tanto en preventivo, correctivo y contingencia, además de dar garantía de seguridad en los clientes en transportar sus cargas sin contaminación en las camionetas, teniendo en cuenta que tienen todo en regla. En cuanto la higiene, en las unidades de transporte garantizan que el aire esté en óptimas condiciones para los clientes, cabe mencionar que al momento del contrato se esmeran en desinfectar a las unidades ya que están saliendo de la situación de la emergencia sanitaria.

4. ¿Cómo miden la capacidad de respuesta la compañía a las necesidades de los clientes?

Los socios manifestaron que, la capacidad de respuesta es buena, donde debe ser inmediata, ya que en la actividad de transporte es muy cambiante, por ejemplo, en una avería de un vehículo, el conductor debe de pensar rápido en el flote de contingencia, el cual debe estar en todo momento de algún daño para poderlo reparar y dar la continuidad del servicio puesto que es un punto importante para retener a los clientes y dar un mejor servicio.

5. ¿En qué aspectos capacitaría usted al personal para que brinden una mejor atención a los clientes?

En este punto recalcan que pueden centrarse en los conductores para que tengan capacitaciones como dicta la Ley de 2 veces al año, tanto en la atención a los clientes, el buen trato al cliente, respeto a los usuarios, calidad del servicio, una comunicación asertiva para captar todas las respuestas y se puedan expresar de manera clara las preguntas del cliente, de igual forma mencionan que los conductores son la respuesta rápida para la compañía, mientras tengan una comunicación efectiva dan una respuesta rápida y un servicio óptimo.

6. ¿Cómo socio o directivo de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., se preocupa por cumplir con las expectativas de brindar una mejor atención al cliente?

Los entrevistados mencionan que están comprometidos en brindar un buen trato al cliente, de igual forma en mejorar la atención de manera continua, ya que es una de las formas en que se garantiza el servicio en la compañía. Se menciona que en ocasiones se han fijado en los inconvenientes que ha habido por parte del cliente, promueven la situación por ejemplo en dar seguimiento oportuno en las unidades para corregir algún error y tratar que no se repita. Cabe recalcar la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., tienen planes de renovación vehicular.

7. ¿Usted como socio de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., como promueve la motivación a los conductores con la finalidad que desempeñen un servicio de calidad?

Los entrevistados mencionaron que, cuando crearon la empresa era un proyecto de vida, se captaron compañeros para que sean parte del proyecto en la prestación de servicio, así mismo en la compañía se promueve un trato justo y equitativo hacia los conductores, promoviendo el trabajo en equipo, de modo que, la actividad es dar respuesta rápida al servicio. Por otro lado, se recalca que antes de empezar el proceso de trabajo se reúnen, para dar explicación de cómo es la modalidad, y como se va a realizar dicho servicio.

8. ¿Cómo describe el ambiente laboral actual de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.?

Como respuesta se obtuvo que, este punto está acorde con el contorno de la prestación de propia de la naturaleza de transporte, por esta razón, consideran un ambiente aceptable en la compañía, tanto con los socios y conductores, donde ellos son las personas claves para brindar un servicio. Por otra parte, mencionan el ambiente laboral es una forma en que todo el personal operativo debe estar organizado para trabajar y dar un mejor servicio.

9. ¿Cómo considera usted que es la satisfacción del cliente de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.

Consideran que dentro de la compañía de transporte la satisfacción del cliente es satisfactoria, ya que han percibido comentarios positivos del servicio prestado, dando a conocer que el servicio es bueno, se sienten cómodos, inclusive con los conductores. Al momento de dialogar con el cliente se mencionan recomendaciones, el cual es un grato en aceptar.

10. ¿En la compañía de transporte se realizan las actividades con ética y profesionalismo?

Los entrevistados mencionaron que, si cumplen con este punto, ya que garantiza que la empresa vaya de buenas manos con la administración que ejercen dentro de la compañía y la buena relación pública porque es un dato importante en el ámbito y el profesionalismo tanto en los colaboradores y sus conductores, cabe recalcar que ellos son parte de la carta de presentación para brindar un buen servicio, de igual manera es competitivo en la región.

Análisis de las encuestas realizadas a los clientes

Tabla 5

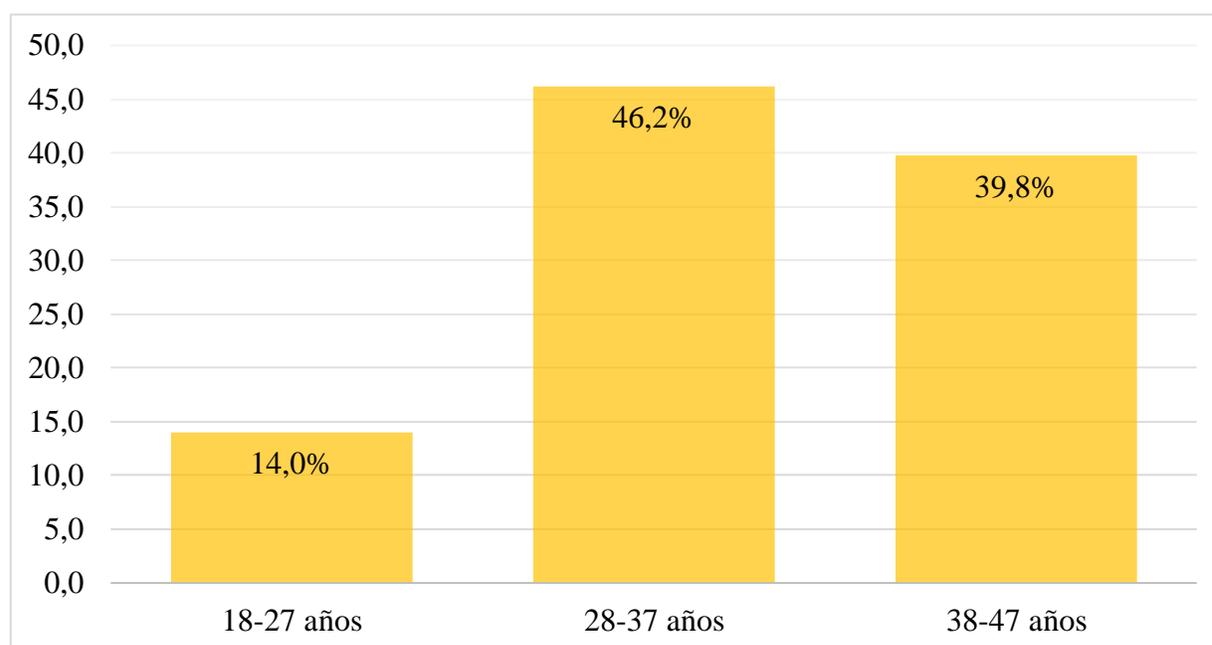
Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18-27 años	24	14,0	14,0
28-37 años	79	46,2	60,2
38-47 años	68	39,8	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 1

Edad



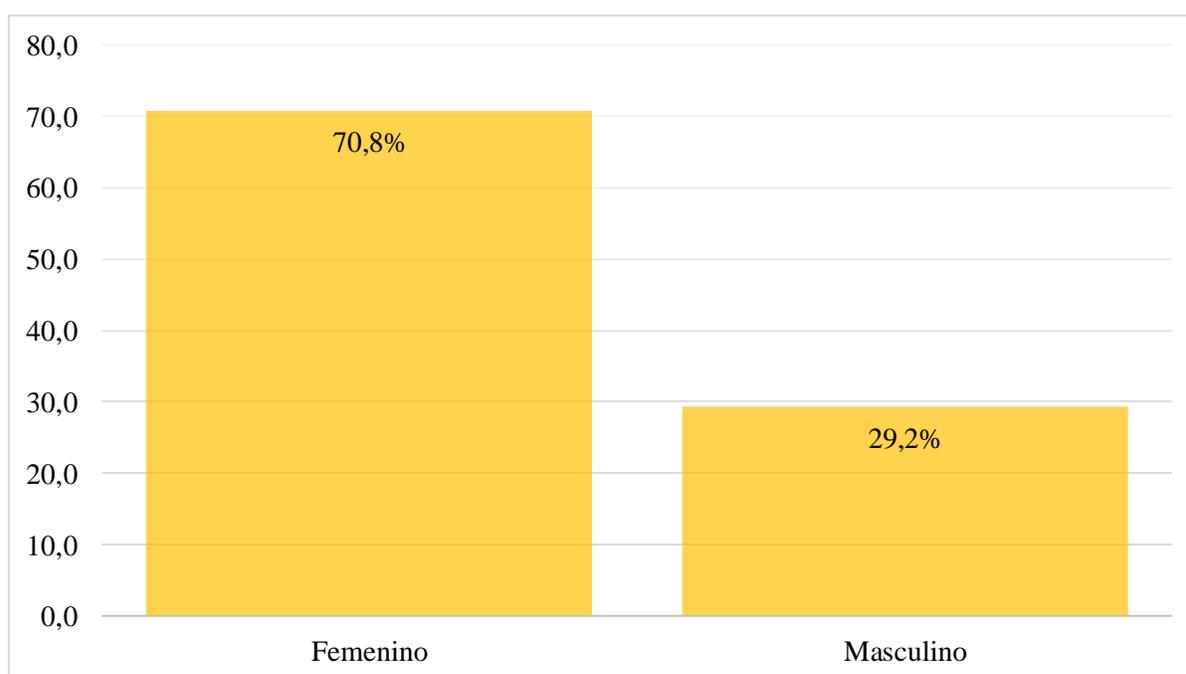
Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 5 y Figura 1, se puede observar que las personas de 28-37 años son las clientes responsables para acudir al servicio de transporte, seguido con las personas de 38-47 años, considerando que también reciben un buen servicio y por último se encuentra entre 18-27 años, en conclusión, estas personas son los que acogen de la prestación del servicio por medio de contratación o por servicios VIP, el cual corresponde a los servicios individuales.

Tabla 6*Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	121	70,8	70,8
Masculino	50	29,2	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 2*Género*

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los datos recolectados de la Tabla 6 y Figura 2, corresponde a los datos de las personas que reciben el servicio en la provincia de Santa Elena, por medio de contratos o por servicios VIP, donde estos resultados resaltan que los clientes responsables en contar con el servicio que brinda la compañía de transporte PERPACIFSE la mayor parte corresponde a las mujeres que los hombres, en conclusión, se entiende que las mujeres solicitan el servicio por la confiabilidad que la empresa brinda a los clientes.

1. ¿La compañía de transporte PERPACIFSE S.A. le ofrece una solución eficiente a sus problemas o inconvenientes?

Tabla 7

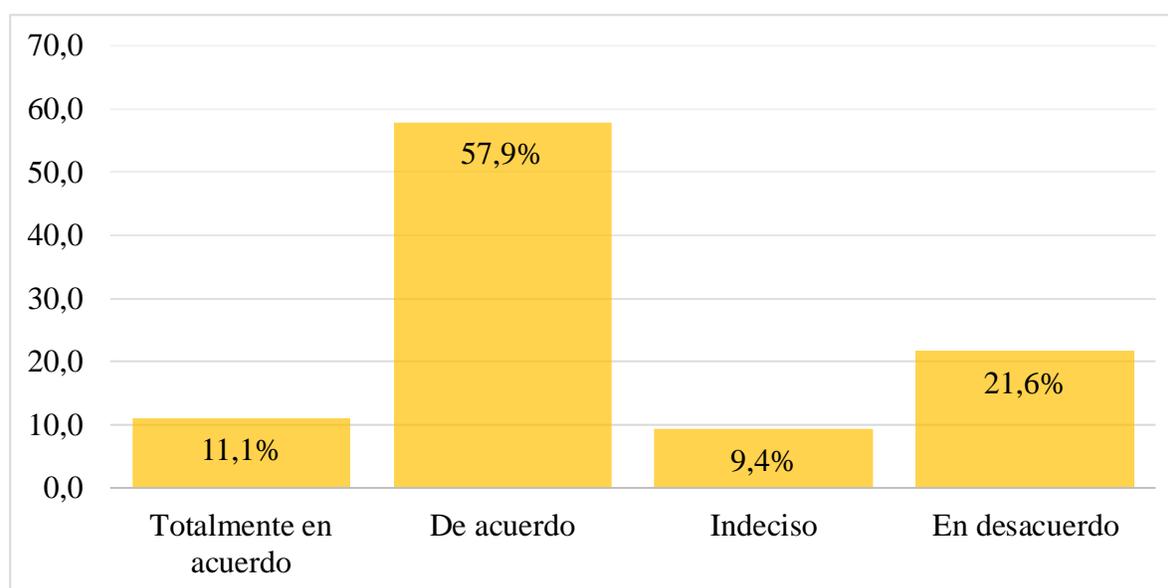
Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	19	11,1	11,1
De acuerdo	99	57,9	69,0
Indeciso	16	9,4	78,4
En desacuerdo	37	21,6	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 3

Fiabilidad



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 7 y Figura 3, se puede observar que la mayor parte de los encuestados están de acuerdo que la compañía les ofrece una buena solución óptima a los inconvenientes, sin embargo, una parte menor están indecisos en que no se da lo que ellos esperan. En conclusión, se determina que la compañía de transporte sí cumple con frecuencia en ayudar al cliente para resolver sus dudas.

2. ¿Cree usted que el servicio que brinda la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cumple con las necesidades y supera las expectativas?

Tabla 8

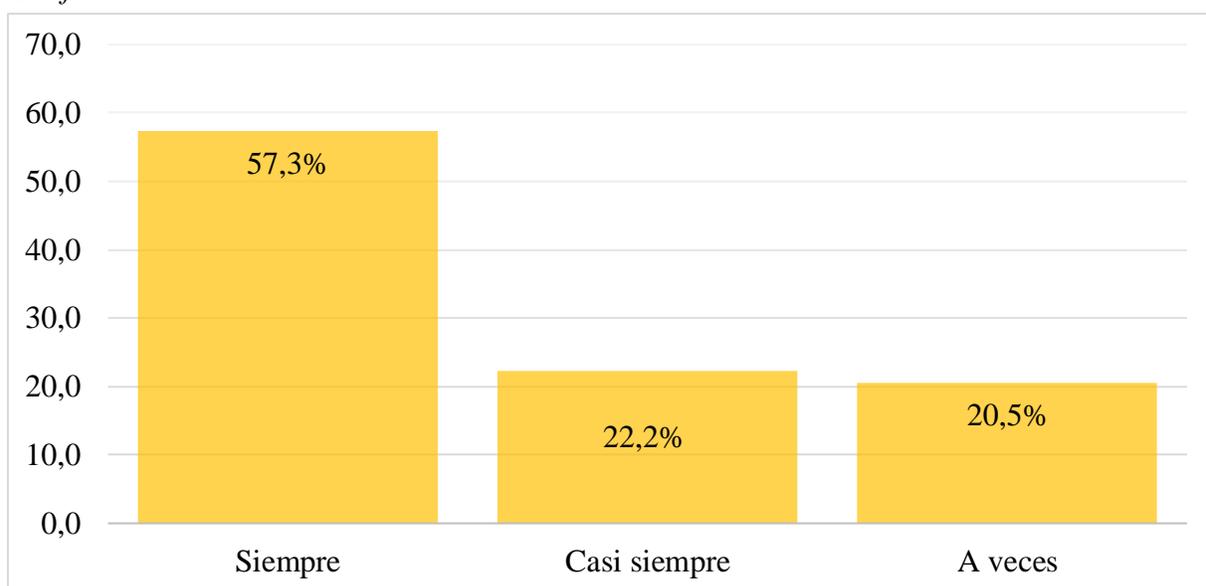
Conformidad con los estándares

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	98	57,3	57,3
Casi siempre	38	22,2	79,5
A veces	35	20,5	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 4

Conformidad con los estándares



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los datos obtenidos de la Tabla 8 y Figura 4, indican que la compañía de transporte PERPACIFSE, siempre ha cumplido con las necesidades y expectativas en el momento que le han brindado el servicio, pero, sin embargo, existe un porcentaje menor, en el que llega de alguna manera afectar al servicio. En conclusión, la compañía cuenta con resultados positivas en el cumplimiento a los clientes.

3. ¿Cómo considera usted que la higiene en la unidad donde recibe el servicio?

Tabla 9

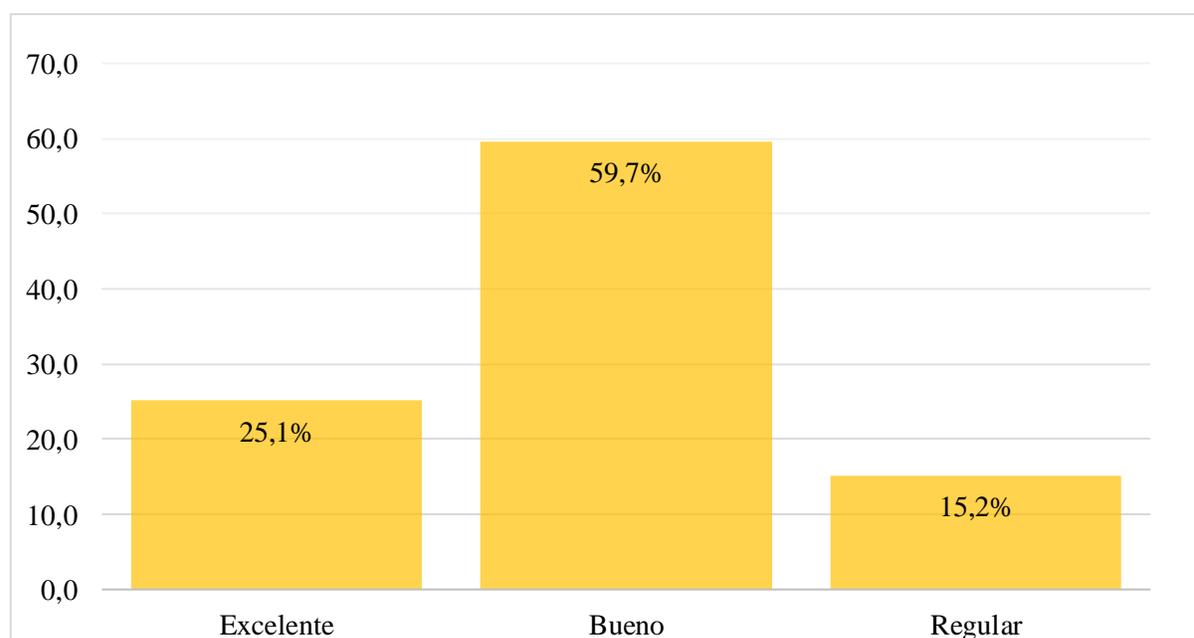
Higiene

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Excelente	43	25,1	25,1
Bueno	102	59,7	84,8
Regular	26	15,2	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 5

Higiene



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Por lo tanto, en la Tabla 9 y Figura 5, se puede evidenciar que los clientes consideran que la higiene en la unidad de transporte es buena, es decir, que no han tenido disconformidad en el aseo del vehículo, pero existe un porcentaje de clientes que indican que la higiene en el transporte es regular. De esta manera se entiende que los clientes encuestados están conforme respecto a la higiene en las camionetas, pero esto no justifica que en algún momento no se dé, por ello es necesario que siempre se mantengan limpios para evitar infecciones y enfermedades.

4. ¿Está de acuerdo que la atención que recibe por parte del conductor de transporte es responsable y eficiente?

Tabla 10

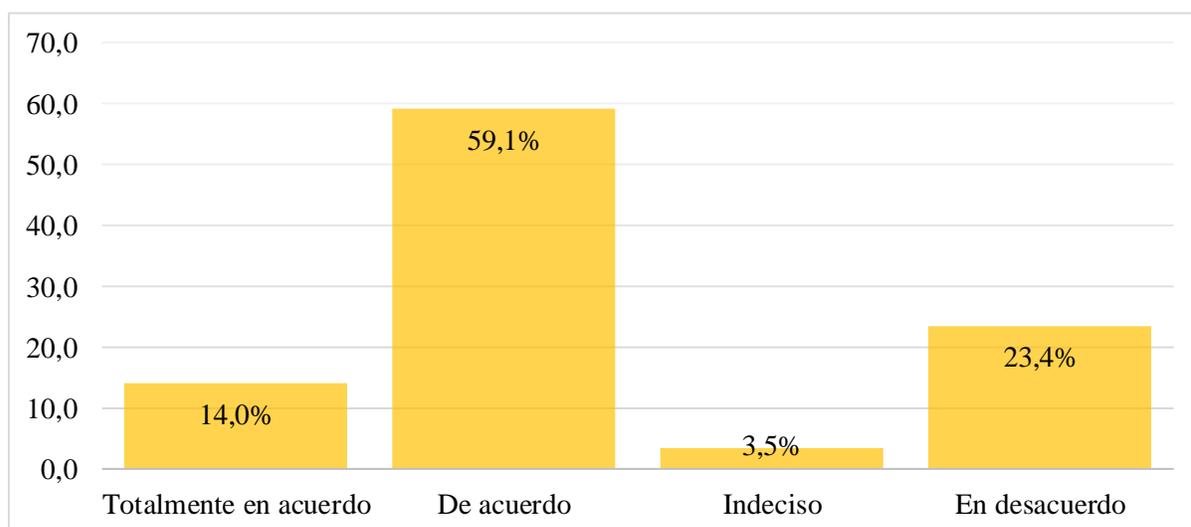
Atención al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	24	14,0	14,0
De acuerdo	101	59,1	73,1
Indeciso	6	3,5	76,6
En desacuerdo	40	23,4	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 6

Atención al cliente



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los resultados de la Tabla 10 y Figura 6, los clientes tanto de los contratos y servicio VIP de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A, mencionan que están de acuerdo que la atención que recibe por parte del conductor ha sido responsable y eficiente en el momento que realizan el servicio de transporte, pero hay personas alegan que están indeciso y desacuerdo en este aspecto. En conclusión, se informa que en este apartado responde positivamente y, a la vez, el porcentaje no esperado afecta directamente a la compañía.

5. **¿Considera que la capacitación a los conductores mejorará el servicio de transporte a los usuarios?**

Tabla 11

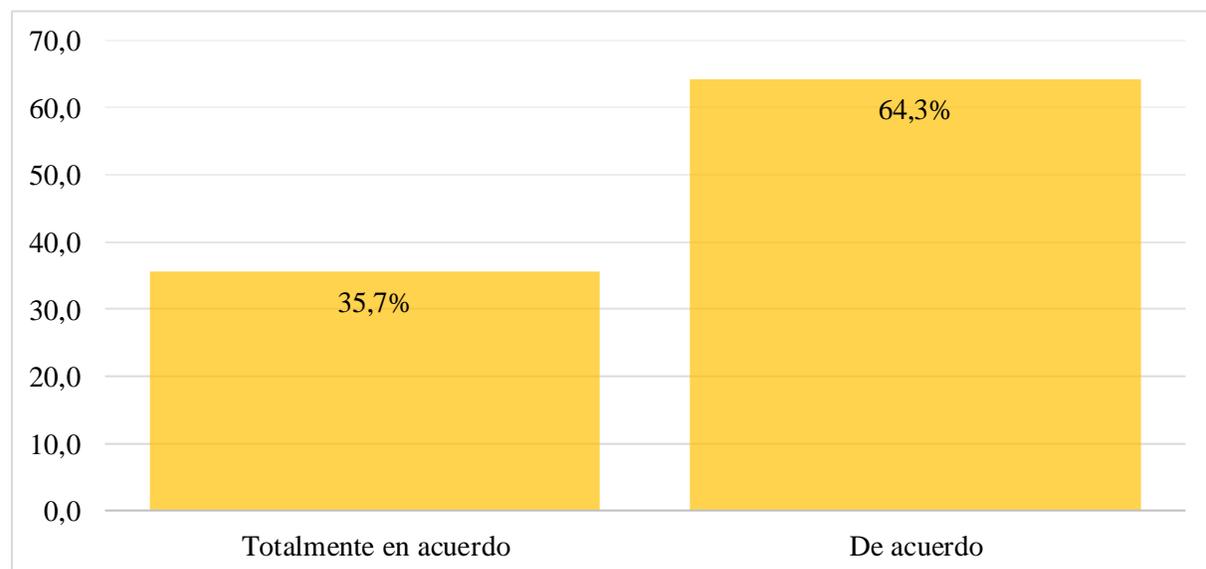
Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	61	35,7	35,7
De acuerdo	110	64,3	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 7

Capacitación



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

En cuanto a la Tabla 11 y Figura 7, se evidencio que, en su mayoría los clientes consideran que la capacitación a los conductores llegaría a mejorar más el servicio hacia ellos, dando la mejor atención posible para que se sientan satisfecho, el cual llegaría ser beneficioso en la compañía PERPACIFSE S.A. En conclusión, la capacitación a los conductores incrementará la productividad y desempeño, así mismo en ocasionar que los clientes tengan buenas expectativas del servicio que brindan.

6. ¿Los conductores de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. muestran compromiso en brindar un servicio de calidad?

Tabla 12

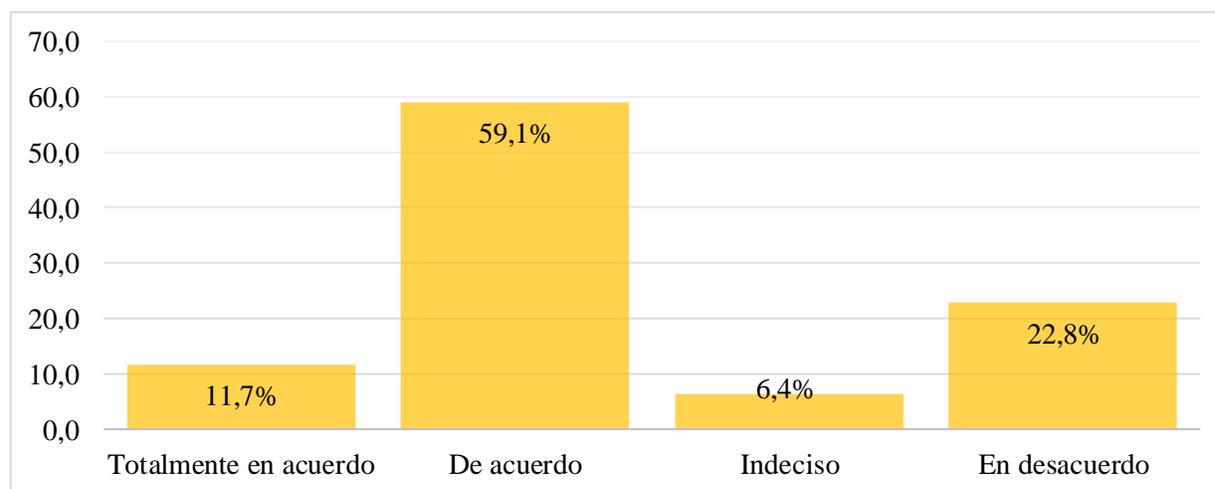
Compromiso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	20	11,7	11,7
De acuerdo	101	59,1	70,8
Indeciso	11	6,4	77,2
En desacuerdo	39	22,8	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 8

Compromiso



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

En la obtención de información en la Tabla 12 y Figura 8, las personas encuestadas mencionan que están de acuerdo que los conductores de la compañía de transporte muestran compromiso al momento que brindan el servicio al cliente, considerando que son atendidos adecuadamente, pero existe un bajo porcentaje indican que se sienten indeciso al respecto. En conclusión, la mayoría de los clientes se sienten a gusto de cómo la compañía pone compromiso al brindar un servicio, de igual forma deben mejorar para que los clientes no sientan que la compañía no muestra compromiso hacia ellos.

7. ¿Los conductores le informan de manera clara a los usuarios el servicio que van a recibir?

Tabla 13

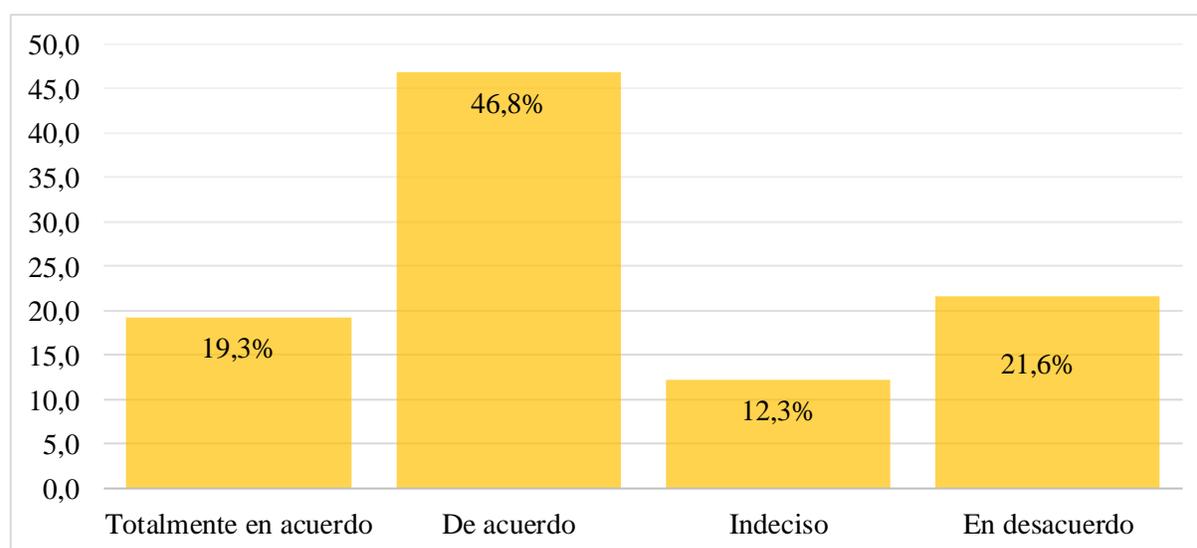
Comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	33	19,3	19,3
De acuerdo	80	46,8	66,1
Indeciso	21	12,3	78,4
En desacuerdo	37	21,6	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 9

Comunicación



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

La información que se presenta en la Tabla 13 y Figura 9, se evidencia que dentro de las personas encuestadas existe un alto índice de respuestas que están de acuerdo que el conductor les informa de manera adecuada sobre el servicio que van a realizar, por otro lado, está un porcentaje bajo en que los clientes de la compañía se sienten indeciso ya que esperan mejor información. En conclusión, los conductores deben esmerarse más en comunicar satisfactoriamente a los clientes la información oportuna.

8. ¿Considera que la persona encargada de brindar el servicio de transporte es empática con usted?

Tabla 14

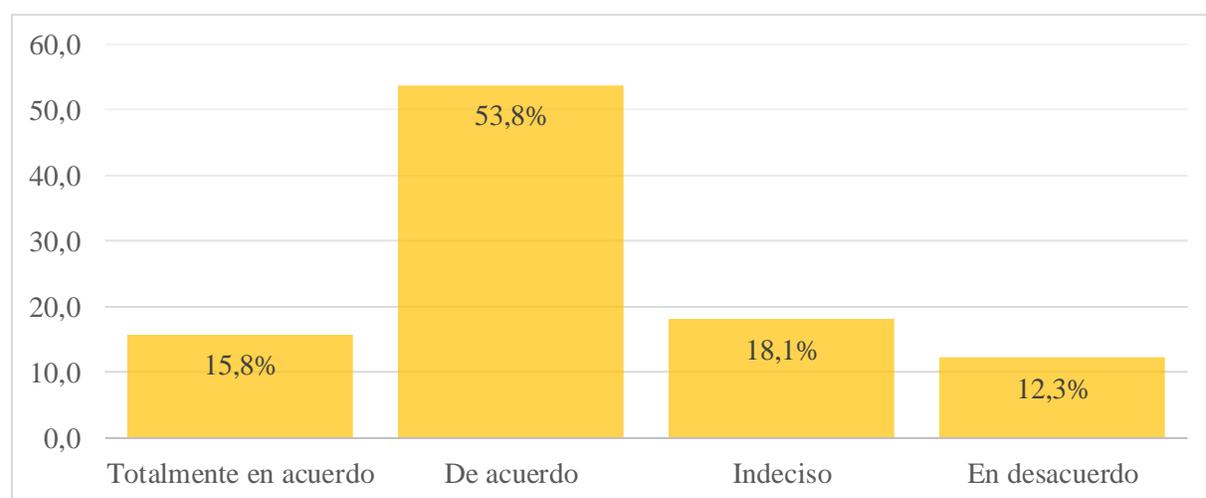
Motivación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	27	15,8	15,8
De acuerdo	92	53,8	69,6
Indeciso	31	18,1	87,7
En desacuerdo	21	12,3	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 10

Motivación



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Conforme a los resultados de la Tabla 14 y Figura 10, en su mayoría de encuestados consideran que las personas encargadas de brindar el servicio a los clientes han sido empáticas, por ende, refleja que la compañía de transporte cuenta con satisfacción laboral. Por otro lado, se resalta que existe personas que están en desacuerdo ya que no notan que el conductor sea empático. En conclusión, se demuestra que los conductores en la mayoría de los casos si tienen buena relación con los clientes, pero de igual forma deben de mejorar en aquello para que los clientes no se sientan desmotivados.

9. ¿Considera que los conductores contribuyen a brindar a los clientes un servicio confiable por el conocimiento de los automotores?

Tabla 15

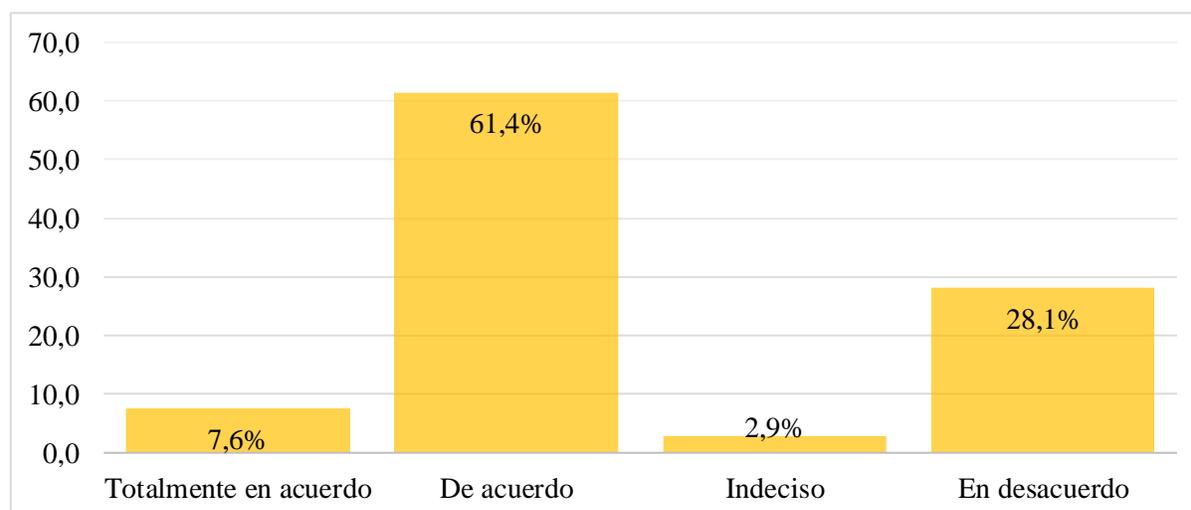
Confianza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	13	7,6	7,6
De acuerdo	105	61,4	69,0
Indeciso	5	2,9	71,9
En desacuerdo	48	28,1	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 11

Confianza



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Conforme a la información de la Tabla 15 y Figura 11, se evidencia que las personas encuestadas consideran que los conductores contribuyen en brindar un buen servicio, ya que tienen conocimiento de los automotores, es decir, que cuando haya un fallo en la camioneta, son capaces de repararlo enseguida para continuar con el servicio. Por otro lado, existe un porcentaje mínimo que manifiesta que los clientes se sienten indecisos al respecto de este tema. En conclusión, se considera necesario que los conductores revisen en todo momento el vehículo para que no existan inconveniencias y sigan teniendo la confianza de los clientes.

10. ¿Está de acuerdo que el ambiente laboral impacte en el servicio para mantener la satisfacción de los clientes?

Tabla 16

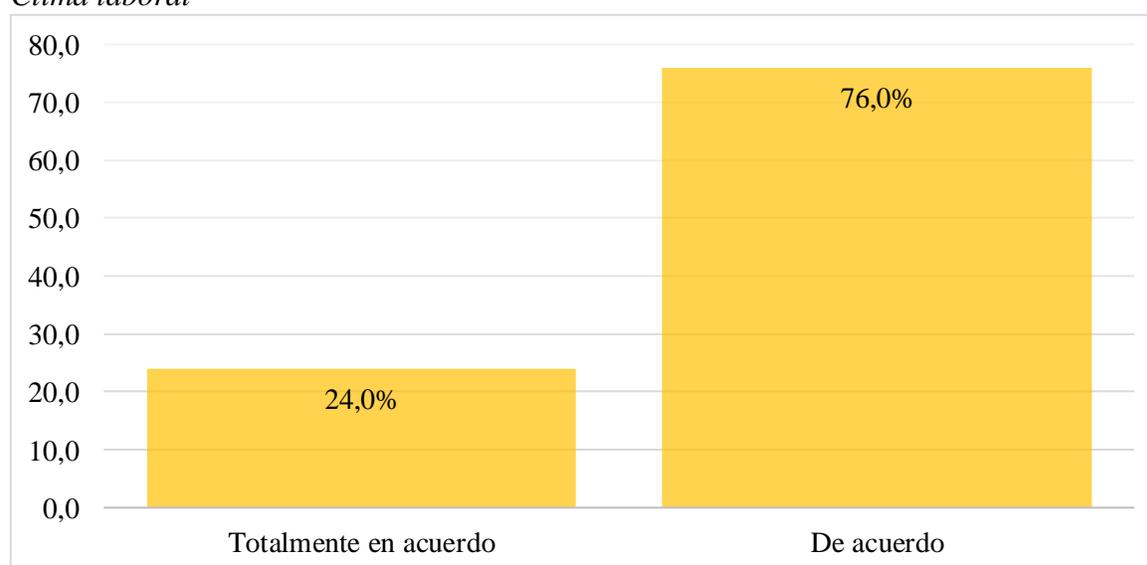
Clima laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	41	24,0	24,0
De acuerdo	130	76,0	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 12

Clima laboral



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

La información que se presenta en la Tabla 16 y Figura 12, las personas encuestadas reflejan que están totalmente de acuerdo y de acuerdo que el ambiente laboral impacte en el servicio de transporte, ya que es una de las formas en que se puede mantener a los clientes satisfechos, por el buen servicio que pueden llegar a brindar, así mismo en la mejor atención, tanto para los clientes u usuarios de los contratos y servicios VIP que cuenta la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.

11. ¿Considera que el personal de la compañía PERPACIFSE S.A. cumple con las leyes de tránsito al momento de realizar el transporte?

Tabla 17

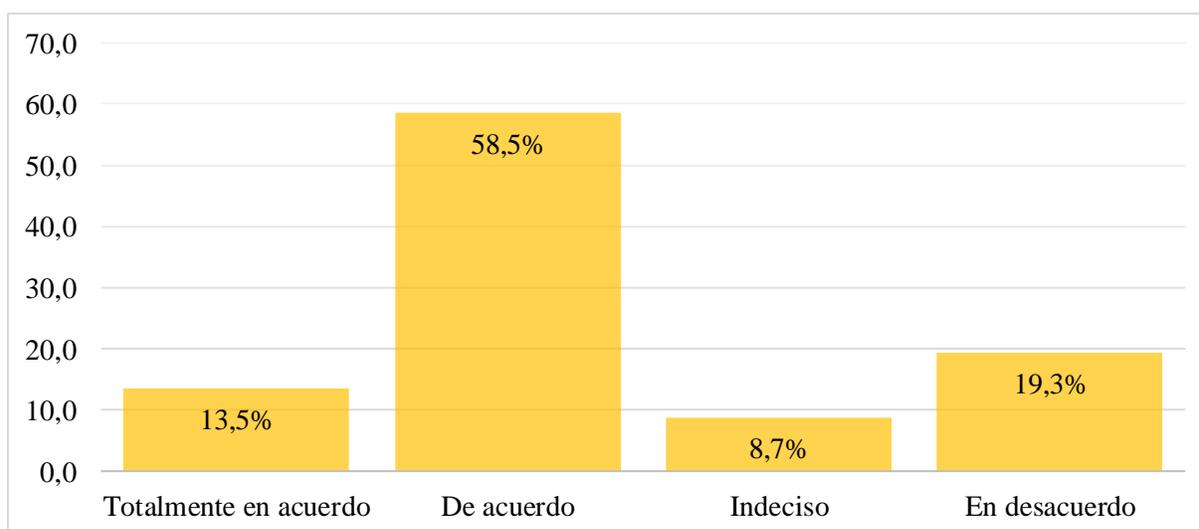
Velocidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	23	13,5	13,5
De acuerdo	100	58,5	71,0
Indeciso	15	8,7	80,7
En desacuerdo	33	19,3	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 13

Velocidad



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

De acuerdo con los resultados obtenidos de la Tabla 17 y Figura 13, se demuestra que la mayor parte de los clientes están de acuerdo que el personal de la compañía si cumple con las leyes de tránsito al momento de realizar el servicio a los clientes, sin embargo, existe un porcentaje mínimo en que se refleja que los clientes están indecisos respecto a este tema. En conclusión, se considera necesario que los conductores cumplan 100% con las leyes de tránsito ya que esto llena las expectativas de los clientes, de manera que se debe demostrar responsabilidad.

12. ¿Considera que el servicio de transporte que ofrece la compañía PERPACIFSE S.A. es puntual?

Tabla 18

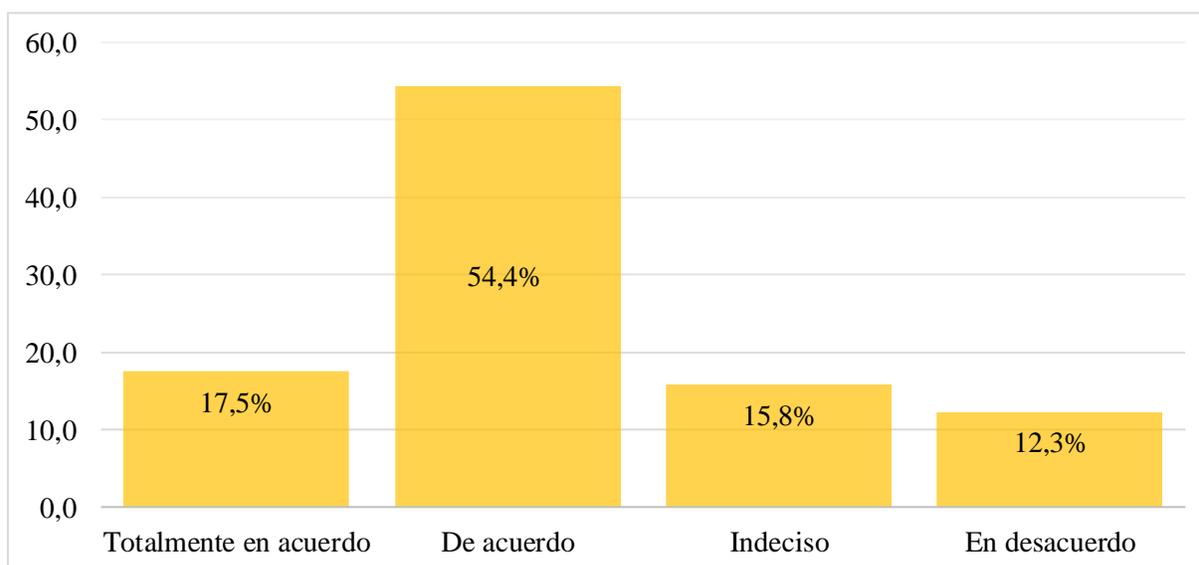
Puntualidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	30	17,5	17,5
De acuerdo	93	54,4	71,9
Indeciso	27	15,8	87,7
En desacuerdo	21	12,3	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 14

Puntualidad



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Conforme a la información de la Tabla 18 y Figura 14, los clientes manifestaron que se sienten conforme a la puntualidad que los conductores tienen al momento de realizar el servicio que han adquirido, supieron recalcar que en esta parte se sienten satisfecho, de igual forma se cuenta con un porcentaje mínimo en que en ocasiones no se da la puntualidad. En conclusión, la compañía se ha esmerado en cumplir con la puntualidad en los servicios, pero se recalca que deben seguir mejorando.

13. ¿Considera que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cuenta con las medidas necesarias de seguridad?

Tabla 19

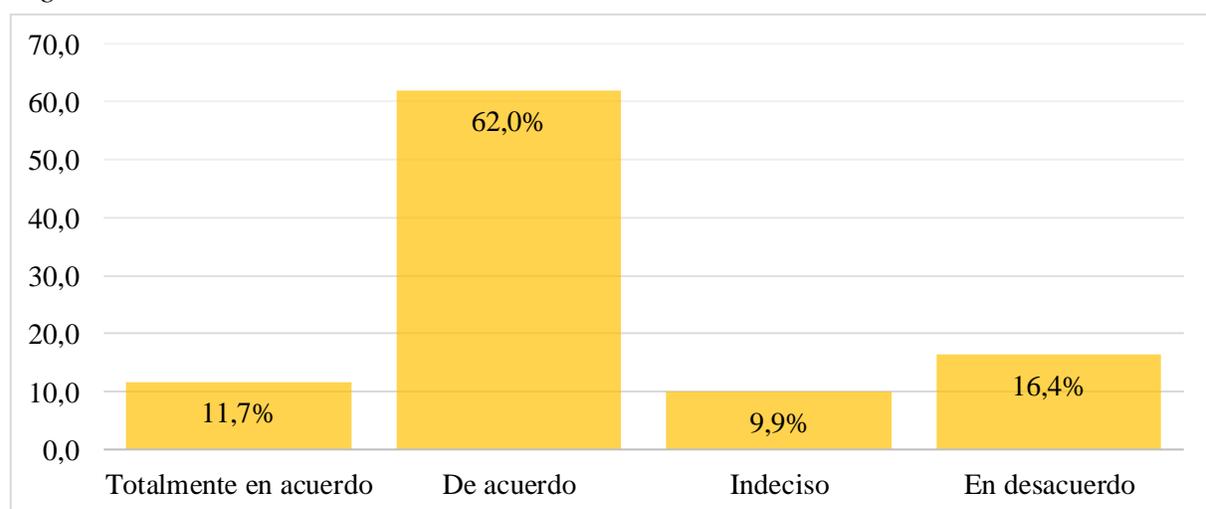
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	20	11,7	11,7
De acuerdo	106	62,0	73,7
Indeciso	17	9,9	83,6
En desacuerdo	28	16,4	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 15

Seguridad



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

La información que se presenta en la Tabla 19 y Figura 15, se evidencia que la mayor parte de las personas encuestadas consideran que los conductores de la compañía PERPACIFSE S.A., si cuenta con las medidas de seguridad necesarias al momento en que realizan el servicio, de igual forma se sienten seguros en que cumplen con las expectativas, sin embargo, hay un porcentaje mínimo en que los clientes se sienten indecisos de la seguridad que prestan. En conclusión, se recomienda que el personal preste mayor atención a los clientes para que se sientan seguros y satisfechos.

14. ¿Considera que los socios y personal operativo cumple con responsabilidad sus funciones para satisfacer a los clientes?

Tabla 20

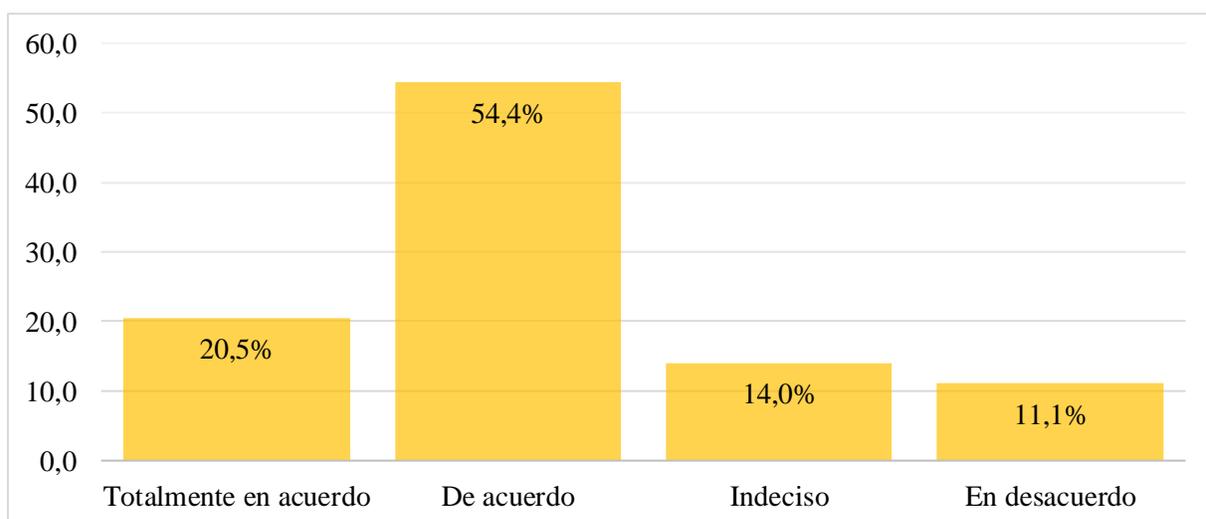
Responsabilidad de las funciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	35	20,5	20,5
De acuerdo	93	54,4	74,9
Indeciso	24	14,0	88,9
En desacuerdo	19	11,1	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 16

Responsabilidad de las funciones



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Según los datos obtenidos de la Tabla 20 y Figura 16, las personas encuestadas supieron responder que están de acuerdo en que los socios y el personal operativo del servicio de transporte si cumplen con responsabilidad las funciones para satisfacer a los clientes, para que ellos vuelvan a contratar el servicio. Por otro lado, se recalca que existe un porcentaje bajo en que los clientes están inconforme de la situación. Se considera necesario que los socios y personal operativo sepan las preferencias de los clientes para lleguen a cumplir con responsabilidad lo que el usuario espera y así elevar la satisfacción.

15. ¿Está de acuerdo que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. deba mejorar la atención del servicio?

Tabla 21

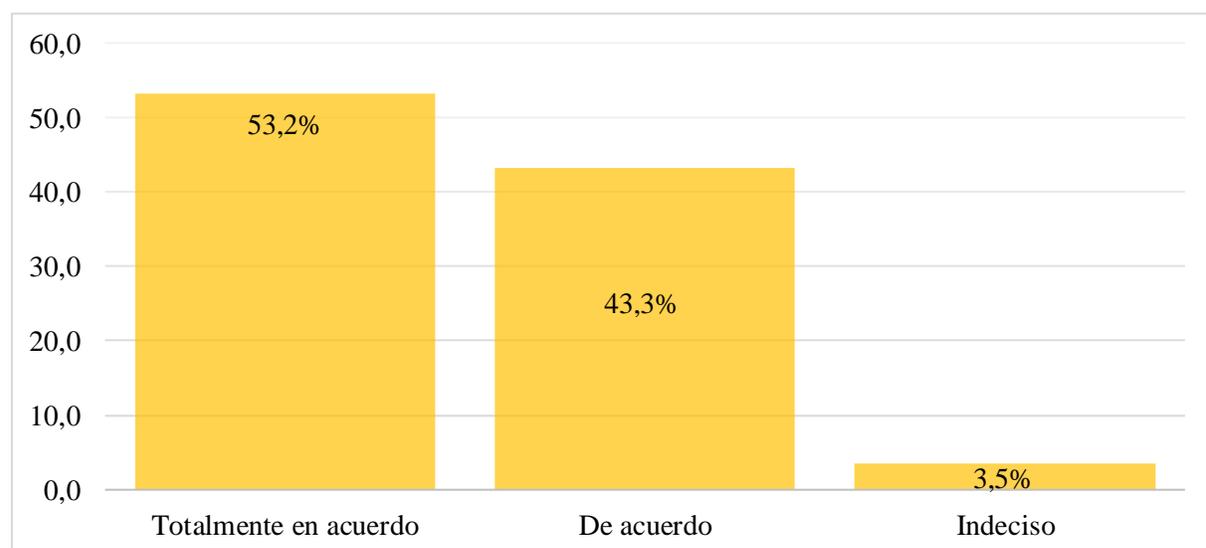
Mejorar la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en acuerdo	91	53,2	53,2
De acuerdo	74	43,3	96,5
Indeciso	6	3,5	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 17

Mejorar la atención



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Conforme a los resultados de la Tabla 21 y Figura 17, en su mayoría de encuestados consideran necesario que el servicio que ofrece la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., debe mejorar, en el caso de proporcionar información clara y precisa a que los clientes para que tengan mayor satisfacción del servicio que prestan, mientras que el menor porcentaje está en las personas indecisas, ya que consideran que el servicio que brindan es óptima, el cual meditan que la empresa está bien sin ningún cambio. En conclusión, los clientes esperan mayores expectativas para seguir contratando el servicio.

16. ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio de transporte en la compañía PERPACIFSE S.A.?

Tabla 22

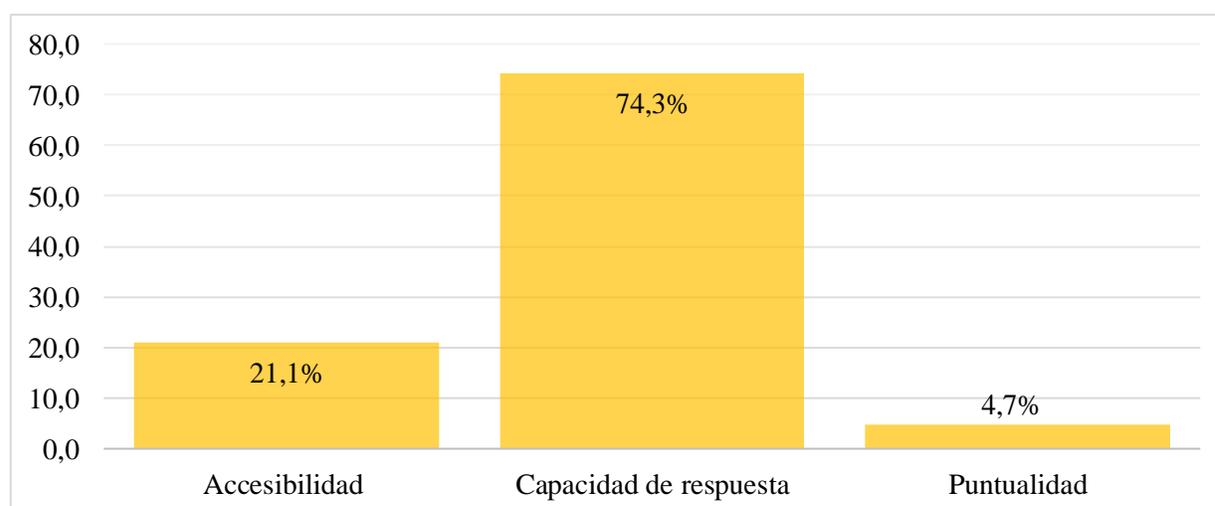
Aspecto para mejorar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Accesibilidad	36	21,1	21,1
Capacidad de respuesta	127	74,3	95,3
Puntualidad	8	4,7	100,0
Total	171	100,0	

Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Figura 18

Aspecto para mejorar



Nota. Datos de la encuesta realizada a los clientes

Dentro de la Tabla 22 y Figura 18, las personas encuestadas mencionan los aspectos en que el servicio debería de mejorar, la mayor cantidad de respuestas por parte de los clientes es la capacidad de respuesta, por ese motivo el cliente espera que la respuesta sea rápida, clara y eficiente a las necesidades, de igual forma se espera la buena comunicación. Por otro lado, está la accesibilidad para que tengan mayor compromiso con las personas con discapacidad, por último, con un porcentaje mínimo de la puntualidad, que en ocasiones no se da. En conclusión, la compañía debe mejorar en los aspectos que considera necesario el cliente.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos de los análisis de los instrumentos, se acepta la idea a defender, debido a que la calidad del servicio contribuye en la satisfacción del cliente en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., de la provincia de Santa Elena. Se afirma que las variables tienen un vínculo clave para que la compañía tenga éxitos, igual se espera que los clientes se sientan conforme incrementando el nivel de satisfacción. A continuación, se menciona los hallazgos de la investigación, con respecto a la revisión literaria, en el que, existen ciertas concordancias expuestas en los argumentos.

El trabajo de Domingo (2019), coincide con los resultados del estudio, por ello dan a conocer que la calidad del servicio y satisfacción del cliente es importante para toda empresa, se relaciona de manera significativa, así mismo tiene relación con las respuestas que dieron los clientes de la compañía de transporte PERPACIFSE SA., en el cual, determinan que se sienten satisfechos con los factores de fiabilidad, comunicación y seguridad, existen personas que indican que estos elementos deben mejorar para que se dé un mejor servicio, donde la compañía pueda optar por mejores acciones para llegar a incrementar y fortalecer el servicio operativo.

De igual manera Álvarez (2019), manifiesta que existe una relación directa de calidad del servicio hacia el cliente donde resaltan que la fiabilidad, accesibilidad y capacidad de respuesta al usuario son resultados positivos, ya que, se sienten cómodos con el servicio ofertado. Pero existe una falencia en la efectividad y seguridad en el servicio. Estos resultados concuerdan con la información del estudio, tanto en deficiencias como en aspectos favorables, que la fiabilidad y la capacidad de respuestas son términos que la compañía debe atender para cumplir con las expectativas de los clientes, y también se debe considerar implementar estrategias para fortalecer estos elementos clave midiendo la satisfacción del cliente.

Por otro lado, Aldaco (2020), indica que los clientes esperan un mejor servicio, el cual deben someterse a cambios de mejora para que la empresa tenga mayores beneficios, provocando la satisfacción del usuario, del mismo modo se coincide con la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., ya que necesita que los conductores y socios tengan la disposición de generar respuestas claras y precisas, de la misma manera pueda crear confianza, es decir, que el personal debe estar comprometido con las acciones que va a tomar para cumplir con los estándares de calidad sin contar con inconvenientes.

El trabajo de Gancino (2020), ratifica lo expuesto del estudio donde corrobora que la calidad del servicio si puede afectar en la satisfacción de cliente, es decir, que si la empresa o compañía de transporte no cumple con exactitud un servicio de calidad, llega a ocasionar al cliente que no vuelva a contratar el servicio, por tal motivo, es preferible que se cumpla con los estándares de calidad, así mismo en el estudio expuesto se menciona aspectos en que mejorar tanto en la seguridad, confianza y puntualidad. Cabe mencionar que los conductores deben ser capacitados para que tengan buenos resultados, tomando en cuenta las estrategias.

Matriz FODA

Con los resultados obtenidos en el estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A, se detalla el análisis FODA, identificando sus factores.

Tabla 23

Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Conductores profesionales. • Flota vehicular moderna. • Unidades de transporte propias. • Manejo de rutas alternativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de respuesta. • Falta de capacitación al personal en atención al cliente. • Poco tiempo en el mercado. • Demoras en el servicio.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de servicios. • Nuevos clientes. • Mejorar atención al cliente. • Cambios tecnológicos en la industria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento de nuevas competencias. • Inseguridad en la región. • Cambio de preferencias en el servicio. • Crisis económica y cambios legales.

Nota. Matriz realizada en base a los resultados obtenidos

Plan de acción

Tabla 24

Plan de acción

Problema	Estrategia	Objetivo	Tareas	Responsable	Ejecución	Tiempo
Falta de control en la compañía.	Capacitación a los socios y conductores de la compañía	Mejorar la atención al cliente, el trato para elevar la calidad del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar áreas de mejora en atención al cliente y trato personal. Programar y llevar a cabo las sesiones de capacitación. 	Departamento administrativo	La capacitación durante 2 meses a los socios se enfoca en incrementar la calidad del servicio al cliente, mejorando la percepción de la compañía.	2 meses
La capacidad de respuesta no es clara.	Comunicación asertiva	Establecer una comunicación efectiva y fluida entre la compañía y los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Monitorear y responder a los clientes sus dudas de manera constante. Comunicación clara y fluida. 	Departamento administrativo	A lo largo del año, la implementación protocolos de comunicación asegura la interacción con los clientes.	Anual
Falta de enfoque en los socios y conductores	Promover un ambiente de trabajo colaborativo con los socios y conductores	Fomentar un ambiente positivo y colaborativo que motive y haga sentir valorado al personal.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar reuniones regulares y actividades. Intercambio de ideas entre el personal 	Departamento administrativo	Durante el año se centra en crear y mantener un ambiente laboral colaborativo y motivador para los socios.	Anual
Mejorar el estado de las camionetas.	Control de las camionetas	Garantizar la seguridad y la calidad del servicio mediante el mantenimiento constante de las camionetas	<ul style="list-style-type: none"> Establecer prácticas de conducción segura y eficiente. Registrar y analizar datos de consumo de combustible 	Departamento administrativo	Durante todo el año, la compañía debe comprometerse en garantizar la seguridad de los clientes, por lo tanto, las camionetas deben estar en buen estado.	Anual
Las evaluaciones en la compañía no son constantes.	Evaluación del desempeño a los socios y colaboradores	Identificar áreas de mejora en el desempeño de los socios y colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un proceso de evaluación periódica del desempeño. Analizar datos de retroalimentación. 	Departamento administrativo	Llevar a cabo las evaluaciones permite a la compañía a disminuir errores, teniendo un crecimiento en el mercado.	4 meses
Mejorar la atención y satisfacción del cliente	Preferencias de los clientes	Proporcionar un servicio adaptado a las preferencias individuales de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Recopilar comentarios y sugerencias de los clientes Personalizar el servicio. 	Departamento administrativo	A lo largo del año, la implementación de un sistema de recolección de datos de los clientes ayuda a contar con un mejor servicio para que los clientes se sientan satisfechos.	Anual

Conclusiones

- Se concluye que la calidad del servicio es importante para la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., se demuestra que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes, en cuanto a los resultados recabados se determina que la compañía se esfuerza para cumplir con las expectativas y necesidades, pero es muy importante que los directivos y socios se comprometan en desarrollar actividades o acciones que ayuden a incrementar mejor la satisfacción y seguridad provocando a los clientes lealtad a la compañía, de igual forma necesitan estrategias en que el personal pueda resolver los inconvenientes de las personas de forma eficiente.
- Se diagnostica el estado actual de la calidad del servicio a los clientes en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., se establece que el servicio que ofrece la compañía es favorable, por ese motivo, la mayor parte de los clientes corroboran en indicar que tienen una buena perspectiva, pero existe usuarios que sugieren que debería mejorar un poco para que la satisfacción sea mucho mejor, cabe recalcar que no han tenido casi problemas, y por ello volverían a contratar el servicio. La compañía no cuenta con frecuencia de capacitaciones, pero es una parte fundamental de llevarlo a cabo, donde ayuda a colaboradores a dar un buen servicio a los clientes.
- Dentro de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., existe una apropiada comunicación con el cliente, además se dan la solución inmediata de problemas en el caso que de una falla de la camioneta, pero debe ser consciente de poder mejorar en el aspecto de la capacidad de respuesta, no quiere decir que la compañía no tenga la capacidad de responder las dudas, pero debe de mejorar ya que los clientes esperan una respuesta clara, precisa y contundente, que se entienda, así mismo, para que le despeje las incertidumbres que tenga en su momento.
- La implementación de estrategias en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., permite fortalecer la calidad del servicio e incrementar la satisfacción al cliente, por ejemplo, ayuda a mejorar la atención que necesita el usuario para que se sienta motivado y orgulloso del servicio que ofrecen. Así mismo, permite la fidelización de los clientes que beneficiaría a la compañía. Los socios y conductores deben en proponerse en cumplir con sus expectativas del cliente, es decir, mejorar la atención, el cuidado, la seguridad hacia ellos, donde contribuirá de manera significativa.

Recomendaciones

- Se recomienda que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., se enfoque en ofrecer a los clientes un mejor servicio de transporte, así mismo que los socios y conductores tengan el compromiso de interactuar con los clientes, provocando la confianza de ellos. Igualmente, en comprender las expectativas con el fin de ofrecer un servicio adecuado y responsable para llamar la atención e incrementar la satisfacción en la compañía y realizar una evaluación de desempeño de los socios y conductores para la mejora del servicio al cliente.

- Se recomienda que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., siga dando lo mejor para que los clientes se mantengan a gusto del servicio ofrecido, también en tomar siempre en cuenta la fiabilidad, higiene, seguridad y puntualidad para alcanzar las expectativas del cliente. Por otro lado, es recomendable que los socios y conductores se mantengan capacitados sobre el trato, atención del servicio de transporte.

- Es recomendable que se mejore la capacidad de respuesta de los socios y conductores para que los clientes no se queden con dudas y los entiendan de mejor manera, dicho de mejor forma en que tenga la capacidad de dar soluciones rápidas a los problemas o quejas en el servicio del cliente para aquello es necesario que el personal sea capacitado.

- Por último, se recomienda la implementación de estrategias que están especificadas en la parte de la discusión, el cual ayuda a incrementar y dar fortalecimiento en la calidad del servicio en los clientes, provocando a los clientes satisfacción directamente por la compañía que ofrece el servicio, además es importante ir evaluando esos puntos, para que se siga dando mejoras y dar con un buen resultado.

Referencias

- Agencia Nacional de Tránsito. (2020). *El Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*.
- Aldaco, A. (2020). *Implementación del Modelo SERVQUAL para la medición del mejoramiento del servicio al cliente de la naviera ONE de México*. Mexico.
- Álvarez, J., Palacios, J., Álvarez, L., & Fiallos, Á. (2019). Diagnóstico de la calidad del servicio en las cavernas Jumandy del cantón Archidona. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Políticas y Valores*, 1-18.
- Álvarez, P. (2019). *Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L de la ciudad de Cajamarca*. Cajamarca - Perú.
- Armenta, J., Carmona, C., Del Galego, J., García, J., Marriaga, J., & Tejeda, J. (2022). Mejora en el tiempo de atención de requerimiento comerciales a través de la automatización del proceso, Una revisión de la literatura. *Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*, 4(2), 1-11.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.
- Asamblea Nacional. (2021). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial*.
- Asamblea Nacional. (2021). *Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública*.
- Baque, M., Espinoza, L., & Orrala, E. (2022). Servicio de atención al cliente y su incidencia en el desarrollo de la compañía de transporte Mixta CTM 24 de mayo. *Recimundo*, 6, 60-70. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1627>
- Benavidez, A., Mendoza, J., Zelaya, L., & Castillo, B. (2017). Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano colectivo intramunicipal por los usuarios de la ciudad de Estelí, año 2016. *FAREM - Estelí*(21), 28-39.
- Cisneros, L., Velásquez, P., Asimbaya, A., & Garay, V. (2022). El control de calidad en la administración de transporte terrestre. *Dominio de las Ciencias*, 8(2), 22-44.
- Cortés, J. (2012). *Seguridad e higiene del trabajo*. 10ª edición.

- Crespo, G., Daud, G., Furman, R., Gómez, M., Larumbe, R., Martínez, I., . . . Zulli, E. (2021). *La gestión moderna de recursos humanos*. Eudeba. <https://elibro.net/es/ereader/upse/195575>
- De Solminihaq, H., Echaveguren, T., & Chamorro, A. (2019). *Gestión de infraestructura vial*. Ediciones UC. https://es.scribd.com/read/580734043/Gestion-de-infraestructura-vial#__search-menu_952256
- Demarquet, M. (2022). Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de guayaquil. *I2(1)*, 90-106. <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.677>
- Domingo, P. T. (2019). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el terminal terrestre Chepén*. Chiclayo - Perú.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR*, *15(25)*, 64-80.
- Flores, J. (2018). *“Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya S.A. - 2018. Peru.* <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/711/Flores%20Chuctayo%2c%20Joan%20Sebastian.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gancino, S. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Unidad de Matriculación de la dirección de Tránsito Transporte y Movilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato*. Ambato - Ecuador.
- Gil, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. <https://es.scribd.com/read/463919077/Fundamentos-de-atencion-al-cliente>
- Güere, C., & Yangali, J. (2023). Calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente en Caja Municipal de Sullana. *INNOVA*, *8(1)*, 132-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2215>
- Hernández, P., Lugo, J., & Ordóñez, H. (2022). Calidad del servicio expectativas del usuario y comunicación efectiva de satisfacción del usuario. *Ciencia Digital*, *6(4)*, 48- 75. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v6i4.2289>

- Hernández, S., & Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Holguín, A., Gutiérrez, J., & Bermúdez, J. (2020). Factores que inciden en la percepción de la calidad del servicio tipo taxi en la ciudad de Medellín Colombia. *CIES*, 11(2), 83-94.
- Jajamovich, M., & Carracedo, M. (2019). *Agilidad en 4 estaciones*. SRL. <https://es.scribd.com/read/474725335/Agilidad-en-4-estaciones#>
- Jiménez, D., & Jiménez, E. (2016). El clima laboral y su incidencia en la satisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo. *UNEMI*, 9(18), 26-34.
- Llamuca, J., & Aguilar, G. (2019). Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano en bus de la ciudad de Ambato. *Visionario Digital*, 3(2), 26-46. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.392>
- Luna, A. (2014). *Proceso Administrativo*. Grupo Editorial Patria.
- Malca, E. (2022). *Fiscalización y calidad del servicio de transporte público de taxi en una municipalidad provincial de Lambayeque*. Chiclayo - Perú.
- Miranda, M., Romero, M., Chiriboga, P., Tapia, L., & Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's Alausí. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 1430-1446.
- Monzón, T. (2022). Compromiso laboral y calidad de servicio de los colaboradores del Centro de Salud Mental Comunitario - Huamachuco, 2021: Labor commitment and quality of service of the collaborators of the Community Mental Health Center - Huamachuco, 2021. *SENDAS*, 3(1), 1 - 22. <https://doi.org/10.47192/rcs.v3i1.77>
- Naranjo, L., & Calsa, E. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del usuario del transporte de Tungurahua. *Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(36). <https://doi.org/https://doi.org/10.46652/rgn.v8i36.1008>
- Ozomek, A. (2015). *MF1329_1-Atención básica al cliente*. Elearning. <https://es.scribd.com/read/424103247/MF1329-1-Atencion-basica-al-cliente>

- Pierred, S. (2020). La Fidelización del cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 5-13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Reyes, J. (2019). *Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía Salisel S.A.* La Libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5175/1/UPSE-TAE-2019-0125.pdf>
- Rodríguez, M., & Cárcel, F. (2019). Influencia del orden y Limpieza en la actividad de la empresa. *3G Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 8(1), 10-27. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2019.080137.10-27>
- Saavedra, J., & Delgado, J. (2020). Satisfacción laboral en la gestión administrativa. *Ciencia Latina*, 4(2), 1510-1523. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.176
- Steffanell, I., Noda, M., Yussy, A., & Ávila, J. (2023). Dimensiones que caracterizan la lealtad de los clientes internos en servicios de salud. *Información científica*, 102, 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7547684>
- Suárez, L., Vázquez, R., & Díaz, A. (2007). La confianza y la satisfacción del cliente: variables clave en el sector turístico. *Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 115-132.
- Terán, N., Gonzáles, J., Ramirez, R., & Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina, Revista Multidisciplinar*, 5(1), 1-14. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Toledo, A., Varela, M., & Cabeza, P. (2020). Revisión de pautas en la implementación de estrategias inclusivas de servicio basadas en el cliente interno y externo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(2), 90-97.

Apéndice

Apéndice 1

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores	Encuesta a los clientes	Metodología
Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022	¿De qué manera contribuye la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, año 2022?	Analizar la calidad del servicio en función de las actividades operativas para incrementar la satisfacción de los clientes en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. provincia de Santa Elena, 2020	La calidad del servicio contribuye en la satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., de la provincia de Santa Elena	Variable independiente.	Calidad	1. Fiabilidad 2. Conformidad con los estándares. 3. Higiene	¿La compañía de transporte PERPACIFSE S.A. le ofrece una solución eficiente a sus problemas o inconvenientes? ¿Cree usted que el servicio que brinda la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cumple con las necesidades y supera las expectativas? ¿Cómo considera usted que es la higiene en la unidad donde recibe el servicio?	Enfoque: Mixto Alcance: Descriptivo Métodos: Deductivo Analítico Técnica: Encuesta Entrevista Instrumentos: Guía de entrevista y cuestionario Población: Los socios de la compañía PERPACIFSE y clientes.
	Problemas específicos	Objetivos Específicos		Calidad del servicio	Servicio al cliente	1. Atención al cliente 2. Capacitación 3. Compromiso	¿Está de acuerdo que la atención que recibe por parte del conductor de transporte es responsable y eficiente? ¿Considera que la capacitación a los conductores mejorará el servicio de transporte a los usuarios? ¿Los conductores de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. muestran compromiso en brindar un servicio de calidad?	
	¿Cómo es la calidad del servicio en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022?	Diagnosticar el estado actual de la calidad del servicio en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. provincia de Santa Elena.		Capacidad de respuesta	Capacidad de respuesta	1. Comunicación 2. Disposición 3. Agilidad	¿Los conductores le informan de manera clara a los usuarios el servicio que van a recibir? ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio de transporte en la compañía PERPACIFSE?	
	¿Cómo es la relación que existe entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022	Analizar la relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente de los servicios en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.		Variable dependiente.	Satisfacción laboral	1. Motivación 2. Confianza 3. Clima laboral.	¿Considera que la persona encargada de brindar el servicio de transporte es empática con usted? ¿Considera que los conductores contribuyen a brindar a los clientes un servicio confiable por el conocimiento de los automotores? ¿Está de acuerdo que el ambiente laboral impacte en el servicio para mantener la satisfacción de los clientes?	
¿De qué manera las estrategias mejoran la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena, 2022?	Establecer estrategias para el fortalecimiento de la calidad del servicio, atención y satisfacción de los clientes en la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A.			Satisfacción del cliente	Expectativa	1. Velocidad 2. Puntualidad 3. Seguridad	¿Considera que el personal de la compañía PERPACIFSE S.A. cumpla con las leyes de tránsito al momento de realizar el transporte? ¿Considera que el servicio de transporte que ofrece la compañía PERPACIFSE S.A. es puntual? ¿Considera que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cuenta con las medidas necesarias de seguridad?	
					Cientes	1. Clientes internos 2. Clientes externos	¿Considera que los socios y personal operativo cumplen con responsabilidad sus funciones para satisfacer a los clientes? ¿Está de acuerdo que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. deba mejorar la atención del servicio?	

Apéndice 2

Entrevista dirigida a los directivos y socios



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



Entrevista a los socios de la Compañía de transporte PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena

Tema: Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A de la provincia de Santa Elena 2022

Objetivo: Recolectar los factores que inciden en la transportación de la compañía PERPACIFSE S.A. de la provincia de Santa Elena.

Calidad del servicio

1. ¿Dentro de la compañía de transporte, se promueve un buen trato hacia los clientes o usuarios para mejorar la calidad de servicio?

.....
.....

2. ¿Cómo considera usted que es el servicio que brinda al cliente la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.?

.....
.....

3. ¿Cómo aplica la seguridad e higiene en el servicio de transporte que la compañía brinda?

.....
.....

4. ¿Cómo miden la capacidad de respuesta de la compañía a las necesidades de los clientes?

.....
.....

5. ¿En qué aspectos capacitaría usted al personal para que brinden una mejor atención a los clientes?

.....
.....

Satisfacción del cliente

6. ¿Como socio o directivo de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., se preocupa por cumplir con las expectativas de brindar una mejor atención al cliente?

.....
.....

7. ¿Usted como socio de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A., como promueve la motivación a los colaboradores con la finalidad que desempeñen un servicio de calidad?

.....
.....
.....

8. ¿Cómo describe el ambiente laboral actual de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.?

.....
.....
.....

9. ¿Cómo considera usted que es la satisfacción del cliente de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A.?

.....
.....
.....

10. ¿En la compañía de transporte se realizan las actividades con ética y profesionalismo?

.....
.....
.....

Apéndice 3

Cuestionario a los clientes



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA



Objetivo: Recolectar la información relacionada a la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la compañía PERPACIFSE de la provincia de Santa Elena, año 2022

Tema: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022

Instrucciones:

- Lea con atención cada una de las preguntas
- Marque con una “X” en el casillero según su apreciación.

Datos:

Edad

18-27	
28-37	
38-47	
48 en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	
Otro	

1. ¿La compañía de transporte PERPACIFSE S.A. le ofrece una solución eficiente a sus problemas o inconvenientes?

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

2. ¿Cree usted que el servicio que brinda la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cumple con las necesidades y supera las expectativas?

Conformidad con los estándares	
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Casi nunca	
Nunca	

3. ¿Cómo considera usted que es la higiene en la unidad donde recibe el servicio?

Higiene	
Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	
Pésimo	

4. ¿Está de acuerdo que la atención que recibe por parte del conductor de transporte es responsable y eficiente?

Atención al cliente	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

5. ¿Considera que la capacitación a los conductores mejorará el servicio de transporte a los usuarios?

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

6. ¿Los conductores de la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. muestran compromiso en brindar un servicio de calidad?

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

7. ¿Los conductores le informan de manera clara a los usuarios el servicio que van a recibir?

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

8. ¿Considera que la persona encargada de brindar el servicio de transporte es empática con usted?

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

9. ¿Considera que los conductores contribuyen a brindar a los clientes un servicio confiable por el conocimiento de los automotores?

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

10. ¿Está de acuerdo que el ambiente laboral impacte en el servicio para mantener la satisfacción de los clientes?

Clima Laboral	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

11. ¿Considera que el personal de la compañía PERPACIFSE S.A. cumpla con las leyes de tránsito al momento de realizar el transporte?

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

12. ¿Considera que el servicio de transporte que ofrece la compañía PERPACIFSE S.A. es puntual?

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

13. ¿Considera que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. cuenta con las medidas necesarias de seguridad?

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

14. ¿Considera que los socios y personal operativo cumplen con responsabilidad sus funciones para satisfacer a los clientes?

Cientes interno	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

15. ¿Está de acuerdo que la compañía de transporte PERPACIFSE S.A. deba mejorar la atención del servicio?

Cliente externo	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

16. ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio de transporte en la compañía PERPACIFSE?

Puntualidad	
Accesibilidad	
Comodidad	
Sostenibilidad	
Capacidad de respuesta	

Apéndice 4

Carta Aval



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 254-JXTU-ADE-2023
La Libertad, 28 de junio de 2023

Ing. Richard Edinson González Muñoz
GERENTE GENERAL CIA. PERPACIFSE S.A.
En su despacho. -

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Administración de Empresas, esperando que sus funciones se realicen con el éxito de siempre.

Es grato dirigirme a usted para poner en conocimiento que he recibido solicitud de la señorita Figueroa Figueroa Lisbeth Estefanía, con cédula de ciudadanía N° 2450025792, estudiante de la carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema **"Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022."** en la institución que acertadamente usted dirige, motivo por el cual respetuosamente elevo mi petición, para que mediante una CARTA AVAL ratifique la aceptación de parte vuestra en brindar las facilidades para el desarrollo del estudio y a su vez autorice para que sea publicado en la página de la UPSE, el resumen del trabajo práctico.

Por la atención que brinde a la presente, anticipo agradecimientos y me suscribo de usted.

Atentamente,



JOSE XAVIER
TOMALA

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
C.c. Archivo
JXTU/ss.



Recibido
28.06.2023
12:50 pm.

UPSE ¡crece SEM SIN LÍMITES!

Apéndice 5

Carta Aval de la empresa



La Libertad 30 de junio de 2023

Estimado Sr.

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc

Director de la Carrera de Administración de Empresas,

Facultad de Ciencias Administrativas

Universidad Estatal Península de Santa Elena

En su despacho. -

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, yo **Richard Edinson Gonzalez Muñoz** con cedula de ciudadanía No. **091996159 - 9**, me dirijo a usted en calidad de **Gerente General** de la **Compañía de Transporte Mixto Perpacifse S.A.**, con el propósito de comunicarle que hemos evaluado detenidamente la propuesta de trabajo de titulación de la señorita **Lisbeth Estefanía Figueroa Figueroa** portadora de la C.C No. **2450025792**, titulado: "**Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022**", y es un honor para nosotros otorgarle el aval para llevar a cabo su trabajo de titulación, reconociendo su compromiso y dedicación para abordar este tema de gran relevancia para nuestra empresa. Brindando así todas las facilidades para el desarrollo del estudio y la aceptación a que dicho trabajo sea publicado en la página de la UPSE.

Sin otro particular, quedo a su disposición para cualquier consulta o apoyo adicional que pueda requerir durante el desarrollo de su trabajo.

Atentamente,



RICHARD EDINSON
GONZALEZ MUÑOZ

Ing. Richard Edinson González Muñoz.

Gerente General

CIA. PERPACIFSE S.A

Teléfonos: 0939777261 - 0964125268



Apéndice 6

Certificado de plagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

TRABAJO DE TITULACION CALIDAD DEL SERVICIO LISBETH

5%
Similitudes



1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TRABAJO DE TITULACION CALIDAD DEL SERVICIO LISBETH.docx

ID del documento: 56ea464925a987d30d49591aabdd33eb7ecb4c0d

Tamaño del documento original: 10,34 MB

Depositante: DIVAR SEBASTIAN CASTRO LOOR

Fecha de depósito: 19/7/2023

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 19/7/2023

Número de palabras: 19.176

Número de caracteres: 126.311

Ubicación de las similitudes en el documento:





Ing. Diva Castro Loor
Docente Titular TUTOR

Apéndice 8

Solicitud de validación de instrumentos



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

La Libertad, 30 de junio de 2023

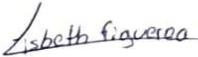
Ingeniero:
Ing. Fausto Calderón P., MGT MSc.
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Figueroa Figueroa Lisbeth Estefania** con C.I. **2450025792**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022”**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Ing. Divar Castro Loor, MSc. Adjunto la matriz tanto de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.



C.I. 2450025792

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext.121



Apéndice 9

Informe de validación de instrumentos - Entrevista



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

4. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022

Autor del instrumento: Lisbeth Estefanía Figueroa Figueroa

Nombre del instrumento: Entrevista

5. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

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

6. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante
Ing. Fausto Calderón p., MGT, MSc.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 10

Informe de validación de instrumentos – Encuesta



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022

Autor del instrumento: Lisbeth Estefanía Figueroa Figueroa

Nombre del instrumento: Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

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

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante
Ing. Fausto Calderón p., MGT, MSc.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 11

Certificado de validación de instrumentos



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Compañía de Transporte PERPACIFSE S.A., provincia de Santa Elena, año 2022”** planteado por la estudiante, Lisbeth Estefania Figueroa Figueroa, doy por validado los siguientes formatos presentados.

1. Encuesta.
2. Entrevista.

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 30 de junio de 2023



Ing. Ing. Fausto Calderón P., MGT, MSc.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 12

Encuesta realizada en Forms

← Atrás PC Móvil



Encuesta dirigida a los clientes

Tema: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la compañía de transporte Perpacifse S.A., Provincia de Santa Elena, año 2022

Objetivo: Recolectar la información relacionada a la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la compañía Perpacifse de la Provincia de Santa Elena, año 2022

Instrucciones:

- Lea con atención cada una de las preguntas
- Marque con una "X" en el casillero según su apreciación.

* Obligatorio

1. Edad *

18-27

28-37

38-47

48 en adelante

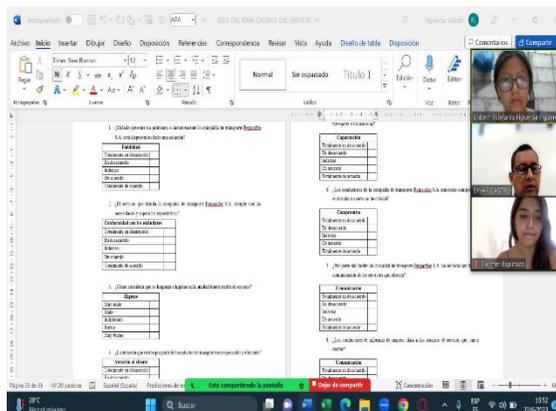
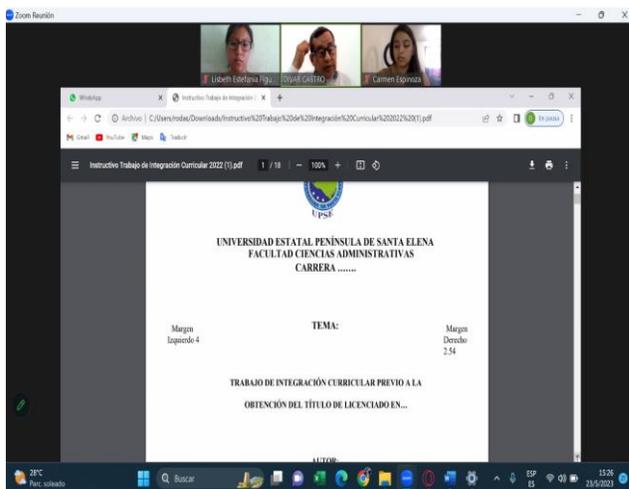
2. Género *

Masculino

Femenino

Apéndice 13

Evidencia de tutoría virtual y presencial



Apéndice 14

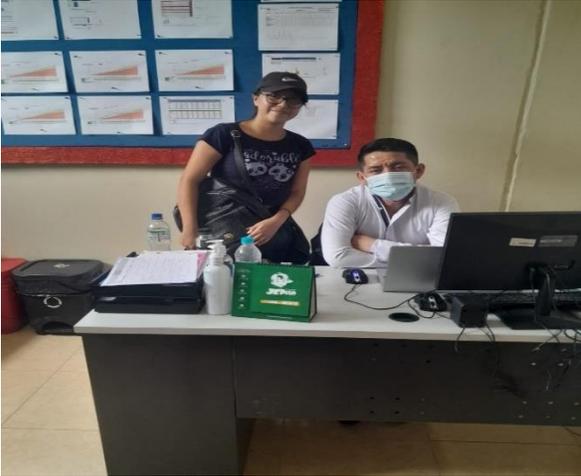
Visita con la especialista



Apéndice 15

Evidencia de encuesta a los clientes de la compañía PERPACIFSE S.A.





Apéndice 16

Entrevista a los directivos y socios

