



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE  
INTRAPROVINCIAL 2 DE NOVIEMBRE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO  
2022.

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

**AUTOR:**

Edward Angel Lainez Reyes

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**AGOSTO, 2023**

### **Aprobación del profesor tutor**

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación “Calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, Provincia de Santa Elena, año 2022”, elaborado por el Sr. Edward Angel Lainez Reyes, egresado(a) 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 Licenciado 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**



---

**Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.  
Profesor tutor**

### **Autoría del trabajo**

El presente Trabajo de Titulación denominado “Calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, provincia de Santa Elena, año 2022”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Yo Edward Angel Lainez Reyes con cédula de identidad 0928869742, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo que pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena



Lainez Reyes Edward Angel

C.I: 092886974-2

### **Agradecimientos**

Agradecer a ese ser divino que a pesar de que no se puede ver, los que creemos sabemos que es quien nos da vida, fuerza y sobre todo las oportunidades para cumplir con los objetivos propuestos, a mis padres, el señor Angel Lainez Lainez y la señora Teresita Reyes Santos, por ser ese apoyo y pilar fundamental en el transcurso de mi formación profesional, por apoyarme en mis decisiones, por sus palabras de aliento, comprensión, paciencia, apoyo económico, por educarme con valores y principios de calidad, a mis hermanos Alejandro, Samady, Naiser y Sebastian que de una u otra manera siempre me ayudan de cualquier forma.

De la misma manera agradecer a la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, permitió realizar el trabajo y el levantamiento de información con sus diferentes usuarios, a su Gerente General, a su presidente y las señoritas secretarias en oficina general y a todo ese personal de la empresa que me felicitaron por realizar el estudio investigativo dentro de la institución.

Y por último agradecer también a mi tutora, la Ing. Sabina Gisella Villón Perero por su arduo trabajo de enseñanzas compartido a través de su experiencia, por la paciencia que me tuvo en las horas de tutorías y sobre todo por brindarme sus conocimientos en tan importante trabajo.

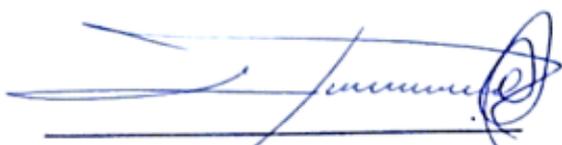
*Lainez Reyes Edward Angel*

### **Dedicatoria**

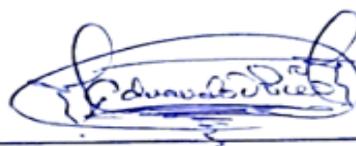
Dedico este trabajo a todas esas personas que han sido parte fundamental de mi camino académico, a mi familia, en especial a mis padres, Angel Lainez Lainez y Teresita Reyes Santos, por su constante apoyo y amor incondicional durante todo este tiempo de preparación, a todos aquellos docentes que me brindaron sus conocimientos, por sus guía y motivación de superación constante para alcanzar mis metas.

Mencionar a una persona en particular quien es mi pareja, Helen Yeleny Pozo Dominguez, por su comprensión, sus buenas vibras, por su afecto y colaboración constante en varios sucesos, a mis compañeros y grupo de curso que a diario compartíamos momentos buenos de aprendizaje continuo.

*Lainez Reyes Edward Angel*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

**Lic. José Tomalá Uribe, MSc.**  
**DIRECTOR DE LA CARRERA**



**Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.**  
**PROFESOR ESPECIALISTA**



**Ing. Sabina Villón Gisella Perero, MSc.**  
**PROFESOR TUTOR**



**Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.**  
**PROFESOR GUÍA DE LA UTC**



**Lic. Sandra Johanna Saltos Burgos**  
**SECRETARIA**

## ÍNDICE GENERAL

Agradecimientos.....	4
Dedicatoria.....	5
Resumen .....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
Capítulo I. Marco Referencial .....	22
Revisión de la Literatura.....	22
Desarrollo de teorías y conceptos .....	26
<i>Calidad de servicio.</i> .....	26
<i>Constitución de la Republica del Ecuador</i> .....	33
<i>Ley Orgánica de Transporte Terrestre</i> .....	33
<i>Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre</i> .....	34
<i>Normas ISO</i> .....	35
Capítulo II. Metodología.....	36
Diseño de la investigación.....	36
Métodos de la investigación .....	37
Población y muestra .....	38
<i>Población</i> .....	38
<i>Muestra</i> .....	38
Recolección y procesamiento de datos .....	40
<i>Técnicas de investigación</i> .....	40
<i>Instrumento de investigación</i> .....	40
<i>Validación de instrumentos.</i> .....	42
<i>Confiabilidad del instrumento</i> .....	42
Capítulo III. Resultados y Discusión .....	43

Análisis de los datos de la entrevista .....	43
<i>Análisis de datos de la encuesta</i> .....	47
Discusión .....	67
Propuesta: Plan de Acción con Estrategias para mejorar la calidad de servicio en la Cooperativa de Transportes Intraprovincial 2 de Noviembre.....	70
<i>Presentación</i> .....	70
Filosofía empresarial Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre .....	71
<i>Misión</i> .....	71
<i>Visión</i> .....	71
<i>Objetivo</i> .....	71
<i>Valores</i> .....	71
<i>Políticas</i> .....	71
Conclusiones.....	74
Recomendaciones .....	75
Referencias .....	76
Apéndice.....	80

## Índice de tablas

<b>Tabla 2</b> <i>Características y datos de la muestra</i> .....	39
<b>Tabla 3</b> <i>Alfa de Cronbach</i> .....	42
<b>Tabla 4</b> <i>Sexo de los encuestados</i> .....	47
<b>Tabla 5</b> <i>Edad de los encuestados</i> .....	48
<b>Tabla 6</b> <i>Ocupación del encuestado</i> .....	49
<b>Tabla 7</b> <i>Frecuencia con la que viaja</i> .....	50
<b>Tabla 8</b> <i>Importancia del servicio al cliente</i> .....	51
<b>Tabla 9</b> <i>Atención recibida por los trabajadores</i> .....	52
<b>Tabla 10</b> <i>Amabilidad de parte del controlador</i> .....	53
<b>Tabla 11</b> <i>Comunicación entre personal trabajador</i> .....	54
<b>Tabla 12</b> <i>Seguridad al viajar en el medio de transporte</i> .....	55
<b>Tabla 13</b> <i>Estados de las unidades</i> .....	56
<b>Tabla 14</b> <i>Medidas de seguridad</i> .....	57
<b>Tabla 15</b> <i>Instalaciones físicas acorde a la necesidad</i> .....	58
<b>Tabla 16</b> <i>Opinión del usuario a través de la experiencia</i> .....	59
<b>Tabla 17</b> <i>Satisfacción por la tarifa del servicio</i> .....	60
<b>Tabla 18</b> <i>Satisfacción por el servicio adquirido</i> .....	61
<b>Tabla 19</b> <i>Evaluación del desempeño de los trabajadores</i> .....	62
<b>Tabla 20</b> <i>Problemas con los trabajadores</i> .....	63
<b>Tabla 21</b> <i>Servicio en el área de boletería</i> .....	64
<b>Tabla 22</b> <i>Calidad de servicio en general</i> .....	65
<b>Tabla 23</b> <i>Variable que mejoraría la calidad</i> .....	66
<b>Tabla 24</b> <i>FODA</i> .....	72
<b>Tabla 25</b> <i>Estrategias para mejorar la calidad de servicio</i> .....	73

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Sexo de los encuestados</i> .....	47
<b>Figura 2</b> <i>Edad de los encuestados</i> .....	48
<b>Figura 3</b> <i>Ocupación del encuestado</i> .....	49
<b>Figura 4</b> <i>Frecuencia con la que viaja</i> .....	50
<b>Figura 5</b> <i>Importancia del servicio al cliente</i> .....	51
<b>Figura 6</b> <i>Atención recibida por los trabajadores</i> .....	52
<b>Figura 7</b> <i>Amabilidad de parte del controlador</i> .....	53
<b>Figura 8</b> <i>Comunicación entre personal trabajador</i> .....	54
<b>Figura 9</b> <i>Seguridad al viajar en el medio de transporte</i> .....	55
<b>Figura 10</b> <i>Estados de las unidades</i> .....	56
<b>Figura 11</b> <i>Medidas de seguridad</i> .....	57
<b>Figura 12</b> <i>Instalaciones físicas acorde a la necesidad</i> .....	58
<b>Figura 13</b> <i>Opinión del usuario a través de la experiencia</i> .....	59
<b>Figura 14</b> <i>Satisfacción por la tarifa del servicio</i> .....	60
<b>Figura 15</b> <i>Satisfacción por el servicio adquirido</i> .....	61
<b>Figura 16</b> <i>Evaluación del desempeño de los trabajadores</i> .....	62
<b>Figura 17</b> <i>Problemas con los trabajadores</i> .....	63
<b>Figura 18</b> <i>Servicio en el área de boletería</i> .....	64
<b>Figura 19</b> <i>Calidad de servicio en general</i> .....	65
<b>Figura 20</b> <i>Variable que mejoraría la calidad</i> .....	66

## Índice de apéndice

<b>Apéndice 1</b> <i>Matriz de consistencia</i> .....	80
<b>Apéndice 2</b> <i>Solicitud de validación de instrumentos</i> .....	81
<b>Apéndice 3</b> <i>Informe de validación de instrumento (entrevista)</i> .....	82
<b>Apéndice 4</b> <i>Cuestionario de entrevista a la parte administrativa de la Cooperativa</i> .....	83
<b>Apéndice 5</b> <i>Informe de validación de instrumento (encuesta)</i> .....	84
<b>Apéndice 6</b> <i>Cuestionario de encuesta a usuarios de la Cooperativa</i> .....	85
<b>Apéndice 7</b> <i>Certificado de validación de instrumento</i> .....	87
<b>Apéndice 8</b> <i>Solicitud de aprobación del tema planteado</i> .....	88
<b>Apéndice 9</b> <i>Solicitud UPSE para la carta aval</i> .....	89
<b>Apéndice 10</b> <i>Carta aval de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre</i> .....	90
<b>Apéndice 11</b> <i>Certificado antiplagio</i> .....	91
<b>Apéndice 12</b> <i>Cronograma UIC 2023-1</i> .....	92
<b>Apéndice 13</b> <i>Árbol de problema</i> .....	93
<b>Apéndice 14</b> <i>Evidencia de entrevista a Gerente General</i> .....	94
<b>Apéndice 15</b> <i>Evidencia de entrevista a Presidente de consejo de vigilancia</i> .....	94
<b>Apéndice 16</b> <i>Evidencia de la entrevista con el Presidente</i> .....	94
<b>Apéndice 17</b> <i>Evidencia de encuesta realizada por Google Forms</i> .....	95
<b>Apéndice 18</b> <i>Evidencia de las preguntas en el programa del SPSS</i> .....	95
<b>Apéndice 19</b> <i>Evidencia de las respuestas de las preguntas en el SPSS</i> .....	96
<b>Apéndice 20</b> <i>Evidencia de tutoría presencial</i> .....	96



**Calidad de Servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre,  
Provincia Santa Elena, año 2022**

**AUTOR:**

**Edward Angel Lainez Reyes**

**TUTOT**

**Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.**

**Resumen**

La presente investigación aborda el análisis de la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, basado en un problema referente al bajo nivel de satisfacción de los usuarios. Su objetivo fue analizar la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre del cantón Santa Elena, mediante el estudio de la percepción del usuario que permita la identificación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios, su metodología se basa en un estudio de investigación no experimental transversal con enfoque mixto y de alcance descriptivo, utilizando como métodos el analítico sintético y deductivo, la muestra estuvo conformada por 330 usuarios mayores de 18 años de las comunidades de Sinchal, Barcelona y Loma Alta, seleccionados por el muestreo no probabilístico intencional a quienes se le aplicó una encuesta, además se realizó una entrevista a 3 autoridades de la cooperativa. Los resultados revelan falencias en términos de calidad de servicio, debido a que el personal controlador en ciertas partes está incumpliendo con algunas medidas importantes hacia el trato con el usuario, no existe control al momento de distribuir los asientos, tampoco consideran las quejas o sugerencias de los usuarios. Esto implica la existencia de debilidades que requieren de una mejora continua en la parte administrativa, además se concluye que las decisiones deben basarse en las diferentes opiniones expresadas por los diferentes clientes a fin de mejorar la calidad de servicio y fortalecer la satisfacción del usuario.

**Palabras claves:** Calidad de servicio, satisfacción del usuario, Mejora continua.



**Quality of Service in the Intraprovincial Transport Cooperative November 2, Santa Elena Province, year 2022**

**AUTHOR:**

**Edward Angel Lainez Reyes**

**TUTOR:**

**Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.**

**Abstract**

This research addresses the analysis of the quality of service in the Intraprovincial Transport Cooperative November 2, based on a problem regarding the low level of user satisfaction. Its objective was to analyze the quality of service in the Transport Cooperative November 2 of the Santa Elena canton, through the study of user perception that allows the identification of strategies aimed at strengthening user satisfaction, its methodology is based on a cross-sectional non-experimental research study with a mixed approach and descriptive scope, using synthetic and deductive analytical methods as methods, the sample consisted of 330 users over 18 years of age from the communities of Sinchal, Barcelona and Loma Alta, selected by intentional non-probability sampling to whom a survey was applied, in addition an interview was conducted with 3 authorities of the cooperative. The results reveal shortcomings in terms of quality of service because the controlling staff in certain parts is failing to comply with some important measures towards dealing with the user, there is no control when distributing the seats, nor do they consider the complaints or suggestions of the users. This implies the existence of weaknesses that require continuous improvement in the administrative part, it is also concluded that decisions should be based on the different opinions expressed by different customers in order to improve the quality of service and strengthen user satisfaction

**Keywords:** Quality of service, user satisfaction, Continuous improvement.

## Introducción

Las empresas dedicadas a brindar servicios son fundamentales y esenciales para la movilidad de las personas, ya que cumplen con el rol de transportar de un lado a otro a los usuarios que utilizan estos servicios, ayudando así al ser humano a realizar lo que tiene que hacer en el día, es por ello que analizar la calidad de servicio dentro de las empresas, se considera como una de las actividades principales para alcanzar el éxito, además de que ayudan a obtener otros beneficios tales como: alcanzar niveles altos de calidad en el servicio dentro de la sociedad, económicos, personal capacitado en el área de servicio al cliente, mismos que contribuyen al crecimiento tanto económico como profesional de cada una de las personas que se dedican a esta actividad.

Por otro lado las necesidades de los clientes en cuanto al servicio es importante puesto que, la sociedad busca ser tratado lo más amable posible, con la finalidad de sentirse satisfecho y así poder tener una buena percepción de toda la empresa en general, se considera que al medir la calidad del servicio por parte de los trabajadores de las instituciones se toma en cuenta mediante la existencia de carencias o dificultades para así poder dar una mejora continua, que a través de propuestas le permitan agilizar y cambiar el trato hacia el usuario.

En el mundo la calidad de los servicios de transporte público es un tema que generalmente merece mayor investigación, puesto que los tipos de transporte son una parte primordial para la sociedad moderna, sin embargo, la calidad que brindan los sistemas o estas cooperativas varían ampliamente, lo que conlleva a tener impactos significativos en la vida de los usuarios. Entonces se podría decir que varios factores determinan la calidad de servicio en el transporte público, como es la condición física de los vehículos, el comportamiento de los conductores y en ocasiones de los controladores o los denominados oficiales, el costo de la tarifa, el tiempo de viaje y el trato de los usuarios, entre otros, son factores que pueden afectar significativamente el servicio de calidad.

La convivencia de estos trabajadores con los usuarios debe estar enfocada en brindar un buen servicio que permita generar una buena satisfacción en el usuario. Se debe tener en cuenta que las investigaciones sobre la calidad de servicios en los transportes públicos ayudan a la identificación de posibles malas funcionalidades, las investigaciones buscan mejorar las decisiones que sufren deficiencia en las empresas, por otro lado, los estudios ayudan a emparejar los factores más críticos que afectan a la satisfacción del usuario.

El priorizar las inversiones en áreas que tendrán el impacto más significativo, también ayuda a identificar las mejores prácticas que brindan en cuanto a los diferentes servicios, además muchas de las investigaciones sobre la calidad de los servicios ayudan a promover la equidad social en el mundo entero, por lo que se considera que el transporte de uso público suele ser la única opción exequible para las personas y familiares de bajos recursos a nivel internacional, ya que es por medio de aquellas personas que muchas de las empresas dedicadas al transporte llegan a crecer y tener una buena reputación ante la sociedad, por otro lado los usuarios que constantemente utilizan estos servicios, al encontrar una muy buena calidad ayudan a reducir también las barreras relacionadas con el transporte para el desempleo, en la educación y otras partes vinculadas con lo que tiene que ver con los estados.

La calidad de servicios en el transporte público es algo insatisfactorio que merece mayor investigación, debido a que los estudios que se realicen sobre este tema permitirán identificar fallas o problemas que deben ser analizados para luego buscar la implementación de la mejora continua que promueva la equidad social y ayude a garantizar que todos tengan acceso a buenas opciones de transportes con calidad permitiendo ser más seguros, confiables y convenientes.

La calidad de servicio en el transporte público se lo considera como uno de los factores principales para el porvenir de estas empresas, debido a que existen un sinnúmero de cooperativas dedicadas a este servicio, por otro lado, dentro de la región ecuatoriana se lo aprecia como un tema que merece de un mayor análisis. Es más, un factor primordial para la satisfacción del usuario, lo que conlleva a resultados como la fidelización y además de que influye muchísimo en los ingresos de las empresas dedicadas al uso de transporte público.

Por otro lado existen algunas características de calidad en cuanto al servicio al cliente como es la puntualidad, la comodidad, la seguridad y el buen trato a sus diferentes usuarios, sin embargo existen probabilidades de que estas características no siempre se cumplen en algunas de estas empresas, por lo que los usuarios en ocasiones reportan quejas por los mismos factores nombrados anteriormente, entonces se considera fundamental tomar en cuenta cada opinión o visualización de los usuarios, puesto que son la base principal para que las empresas evolucionen y aumente su nivel de clientes y hasta los niveles de ingresos económicos, así mismo la calidad del servicio en el transporte puede influir en la imagen del país y más en las provincias o lugares que tienen zonas turísticas.

El servicio al cliente en la provincia de Santa Elena también es importante porque es un de los territorios con muchos lugares llamativos y turísticos, pero la escasa confiabilidad e inseguridad hace que algunos de los usuarios de las diferentes cooperativas en los tres cantones (Salinas, La Libertad y Santa Elena) lo cuestionen como una mala calidad del servicio, es por ello que se considera por una parte, que estas empresas estén siempre en contacto con el sistema de seguridad de la Policía Nacional.

Santa Elena es una de las provincias donde existen diversas empresas dedicadas a estos servicios y aunque muchas de ellas ya se han modernizado, ya que cuentan con flotas de vehículos de primera necesidad, donde el usuario puede ir cómodo hacia el lugar de destino, también existen vehículos que no se encuentran en un buen estado, debido a que prácticamente ahí es donde el usuario presenta inconformidad y no se siente satisfecho con la calidad de servicio.

El usuario busca lo mejor, busca sentirse en comodidad, otro punto es que no siempre el buen servicio de los trabajadores es tan bueno, puesto que, en ocasiones en algunas de estas empresas las personas que trabajan pertenecen a familiares de los dueños y al sentirse como propietarios no se desempeñan de una buena manera, lo que conlleva a disgustos por parte de los usuarios, en la actualidad se considera que siempre se tiene que buscar personas calificadas que demuestren respeto hacia el usuario, esto es primordial ya que por medio de los clientes es que muchas de estas cooperativas obtienen rentabilidad.

El **problema** referente a la calidad del servicio al usuario en los transportes públicos tomando en consideración a Norteamérica, específicamente México en el estado de Sonora, ha tenido por décadas sus pros y sus contras, ya que adolece de un plan de crecimiento ordenado y de la atención integral que se les brinda a los diferentes usuarios, por el lado positivo, la existencia de sistemas de transporte público contribuye a la disminución de problemas sociales y sus impactos asociados. Estos sistemas permiten a las personas desplazarse de manera más eficiente, lo que a su vez puede reducir la congestión vial, minimizar la necesidad de estacionamiento y brindar una alternativa a la posesión individual de vehículos, lo que puede mejorar la movilidad en las ciudades, mientras que el negativo, se destaca la preocupación por la baja calidad de los servicios de transporte público. La falta de una atención integral y la falta de inversión en mejorar la flota de vehículos pueden llevar a una experiencia insatisfactoria para los usuarios. (Luis Ibarra, 2017)

Para abordar estos problemas, se subraya la importancia de mejorar la calidad de los vehículos utilizados en el transporte público, al invertir en vehículos más modernos y eficientes desde el punto de vista ambiental, se puede reducir significativamente la huella de carbono y mejorar la calidad del aire en las ciudades, además, la mejora continua de las empresas de transporte también debe incluir un enfoque en brindar un servicio al usuario de alta calidad. Esto no solo beneficia a los usuarios directos, sino que también contribuye a una sociedad más satisfecha en general.

El servicio de transporte en Ecuador está experimentando una modernización significativa y rápida. Este progreso se refleja en la incorporación de vehículos cómodos en varias cooperativas de transporte, lo que mejora la experiencia de viaje para los pasajeros. Además, se subraya que este avance se ve fortalecido por el desarrollo de vías de comunicación que conectan diferentes provincias, como las regiones de la Costa, Sierra y Amazonía.

La expansión y mejora de las carreteras es un factor de vital importancia para el crecimiento sostenido de las empresas de transporte, la presencia de una infraestructura vial bien planificada y ejecutada desempeña un papel fundamental al permitir que las cooperativas y compañías de transporte operen de manera más eficiente, fluida y segura.

Una red de carreteras bien desarrollada no solo facilita la movilidad de mercancías y personas, sino que también contribuye significativamente a la economía en general, ya que al estar las carreteras en buen estado, los vehículos de transporte pueden circular con mayor fluidez y confianza, lo que a su vez se traduce en viajes más seguros y tranquilos para los pasajeros y conductores por igual, además el estado adecuado de las carreteras tiene un impacto directo en la prevención de daños en los vehículos, especialmente en los neumáticos, donde la superficies de carretera en mal estado pueden ocasionar desgaste prematuro de los neumáticos.

Pero no hay que descartar que el trato al usuario es la clave del éxito o del fracaso, debido a que no depende tanto en la parte administrativa, sino más bien en la parte operativa y el buen servicio que brinden a sus diferentes pasajeros que día a día transportan de un lugar a otro, entonces si es necesario realizar una mayor investigación más profunda sobre la calidad del servicio al usuario en el transporte público de la región, con la finalidad que se pueda determinar qué tan buena esta la calidad de servicio.

Asimismo, la existencia de carreteras en óptimas condiciones disminuye el riesgo de incidentes graves, como explosiones de llantas, que pueden poner en peligro tanto a los conductores como a los usuarios de la carretera. Una infraestructura vial bien mantenida contribuye a la reducción de situaciones peligrosas y minimiza los riesgos asociados con la operación de vehículos de transporte.

El servicio es indispensable en todo negocio, empresa u organización, destacando cómo un buen trato hacia los usuarios puede convertirlos en clientes potenciales, por lo que al tener este tipo de clientes dentro de las empresas hacen que aquellas surjan y obtengan rentabilidad económica. Es por ello que, en la zona norte, se llevó a cabo una investigación con el problema la calidad del servicio, específicamente proveniente de, la satisfacción del usuario en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre por parte del personal controlador, partiendo de diferentes causas como la poca amabilidad por parte del personal laboral de las distintas unidades.

Por otra parte, es evidente el caos que surge entre los pasajeros al no respetar la asignación de sus respectivos asientos, como se indica claramente en los boletos al utilizar los servicios. Esta falta de organización y la escasa consideración por las opiniones de los usuarios tienen consecuencias significativas. Emergen descontentos en los pasajeros, dando lugar a conflictos entre ellos mismos. Esto no solo afecta la percepción de la empresa, generando una imagen negativa, sino que también resulta en una ineficaz gestión del control.

En este contexto, es común escuchar paradigmas expresados por diversos usuarios. Algunos mencionan que, aunque los vehículos sean nuevos y sumamente cómodos, la falta de establecer un orden y de considerar puntos fundamentales para la empresa impide avanzar más allá de la conformidad que ha persistido a lo largo del tiempo. La empresa se encuentra atrapada en una dinámica que no evoluciona debido a estas limitaciones, a pesar de contar con recursos que podrían marcar la diferencia.

La falta de disciplina en la asignación de asientos y la escasa atención a los comentarios de los usuarios generan efectos perjudiciales para la empresa, puesto que es imperativo abordar estos problemas con determinación y enfoque para romper con la inercia negativa que están generando, mejorar tanto la experiencia del pasajero como la reputación de la compañía en el mercado se convierte en una tarea urgente y esencial.

Con respecto a la **formulación del problema** para el trabajo, partiendo del inconveniente sobre la satisfacción del usuario, se consideró como pregunta. ¿Cómo aporta la calidad del servicio al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios en la Cooperativa de Transporte 2 de noviembre del cantón Santa Elena?

Una vez elaborada la pregunta del problema se desprenden las siguientes interrogantes que darán énfasis al problema en general, tomando interrogantes claves que ayudarán además a formular los respectivos objetivos de la investigación.

¿Cuál es la percepción de los usuarios, respecto a la calidad del servicio de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre?

¿Como identificar las estrategias referentes a la calidad de servicio que contribuyan a mejorar la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre?

¿Cuáles son las estrategias de calidad del servicio más adecuadas para la Cooperativa de transporte 2 de Noviembre?

Ahora bien, una vez formulado el problema junto con su sistematización se dio paso a plantear el **objetivo general**, el cual es “Analizar la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre del cantón Santa Elena, mediante el estudio de la percepción del usuario que permita la identificación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios”.

Para el cumplimiento de este objetivo se plantearon los siguientes **objetivos específicos**: mismos que ayudan a dar el cumplimiento de objetivos general de la investigación.

Explicar la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.

Identificar las estrategias referentes a la calidad de servicio que contribuyan a la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.

Determinar las estrategias de calidad del servicio más adecuadas para el fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.

Como **justificación teórica**, la calidad de servicio al usuario en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre, se comprende que es un aspecto importante que está afectando directamente a la satisfacción de los usuarios y la eficiencia de la empresa, es por esa razón que investigar la calidad de servicio dentro de esta empresa es de vital importancia, ya que se busca proporcionar a los usuarios una experiencia positiva, fomentando la fidelización de los clientes y promoviendo que el sistema de calidad de transporte sea confiable y eficiente.

Esta investigación se posiciona como una empresa de vital trascendencia, motivada por la necesidad de brindar a los usuarios una experiencia óptima y satisfactoria, a través del fortalecimiento de los estándares de calidad en el servicio, se busca no solo cumplir con las expectativas del cliente, sino superarlas. La finalidad última radica en cultivar una relación de fidelidad entre los usuarios y la cooperativa, estableciendo así una base sólida para la retención de clientes a largo plazo.

Al mismo tiempo, esto persigue un impacto más amplio en el sistema de transporte en su conjunto, ya que al asegurar que los parámetros de calidad se mantienen los niveles consistentemente altos, además se aspira a generar un ambiente de confianza y eficiencia en el sistema de transporte. Esto no solo beneficiará a los usuarios directos de la cooperativa, sino que también contribuirá a la mejora de la imagen del transporte público en la comunidad en general.

Como **justificación práctica** se destaca que dentro de la empresa, se considera tener una buena comunicación entre la parte administrativa y operativa con el fin de brindar un buen servicio, que exista relación entre ambas partes y así poder ofrecer una buena impresión hacia el usuario, saber entender la necesidad de los diferentes usuarios resalta y orienta hacia la mejora continua, además una vez analizada toda la información brindada por los usuarios establecer el puntos claves para que el personal trabajador le ponga en práctica dando y ofreciendo buen servicio de calidad.

Una de las razones fundamentales que respaldan esta perspectiva se basa en la importancia de mantener una comunicación fluida y efectiva entre los departamentos administrativos y operativos dentro de la empresa, ya que con la colaboración entre ambas partes es esencial para garantizar la prestación de un servicio excepcional y al fomentar una estrecha relación, se crea un ambiente propicio para brindar una impresión positiva y profesional a los usuarios y clientes.

La **idea a defender** de la investigación se enfoca en la aplicación de una adecuada gestión de la calidad del servicio permitirá aumentar la satisfacción de los usuarios en la Cooperativa de Transporte 2 de noviembre del cantón Santa Elena

El trabajo está compuesto por tres capítulos: Dentro del capítulo I, se encuentra el respectivo marco teórico, por lo general es la parte que resalta trabajos similares al tema de investigación, así mismo están las diferentes teorías y conceptos, los que hacen referencia a la variable, dimensiones e indicadores correspondiente al tema, además son las que le dan énfasis y fundamentos al respectivo trabajo, por otro lado, contiene fundamentos legales, que se refieren a los diferentes artículos de algunas leyes ecuatorianas que amparan a la respectiva investigación que se realizó en la cooperativa.

Dentro del capítulo II, se encuentra la metodología, que se aplicó para la investigación, resaltando que fue de enfoque cualitativo y cuantitativo (mixto), con un alcance de tipo descriptivo – no experimental, el mismo que trata sobre la realidad de lo que se fue investigando y describiendo, así mismo contiene los diferentes métodos como los son: analítico sintético y deductivo, además contine una población de alrededor de 10039 personas, que una vez realizada la respectiva fórmula de población finita, dio como resultado de 330 individuos que fueron seleccionados para la muestras, adicional están 3 personas autoridades de la cooperativa que fueron escogidos para la respectiva aplicación de la entrevista, los cuales son el gerente general, presidente y presidente de consejo de vigilancia, por otro lado contiene un muestreo no probabilístico con la selección de personal usuario escogido de forma intencional que intervienen para la recolección de datos de información con respecto a la calidad de servicio.

En cuanto al capítulo III, se encuentran los resultados, donde cada tabla de acuerdo a su gráfica correspondiente tiene sus respectivos análisis con respecto a la encuesta realizada hacia los usuarios de esta cooperativa, así mismo están las diferentes respuestas de la entrevista que se realizaron únicamente a la parte administrativa, teniendo a cargo como al gerente general, presidente y presidente de consejo de vigilancia y por último y no menos importante también se localiza la discusión que viene siendo las diferentes respuestas en general de los diferentes instrumentos de recolección de datos, el problema planteado y la comparación de las investigaciones similares al tema de trabajo resaltando los resultados de los trabajos que se encuentran en la revisión de literatura.

## **Capítulo I.**

### **Marco Referencial**

#### **Revisión de la Literatura**

La tesis de Quinteros (2020) titulada “Percepción del usuario respecto a la calidad de servicio otorgado por las empresas de transporte terrestre interdepartamental en la ciudad de la Paz”, destaca que la calidad del servicio al cliente dentro de esta empresa y de las demás instituciones dedicadas a este servicio son fundamentalmente importante, ya que brindar un buen trato al usuario es lo que resalta a las cooperativas, fue ejecutada en la Universidad Mayor de San Andrés, haciendo énfasis que la calidad del servicio al usuario es considerado primordial para el fortalecimiento de la empresa.

Tiene como objetivo determinar el grado de satisfacción del usuario respecto a la calidad de servicio que otorgan las empresas de transporte interdepartamental en aquella ciudad, lo que implicó evaluar los diferentes aspectos del servicio para obtener una imagen clara de la satisfacción general de los usuarios y de posibles áreas de mejora en el transporte de esa ciudad.

Metodológicamente se enmarca en el enfoque cualitativo, debido a que se fundamenta en describir, comprender e interpretar las diferentes opiniones en cuanto a la realidad sobre la eficacia obtenida por parte de los trabajadores, utilizando como método descriptivo y tomando como muestra la cantidad 374 de usuarios que viajan cada mes desde la terminal hacia el interior del país, dicho sector de aquellas empresas de transportes de pasajeros fue considerado como uno de los sectores que presentaba series de deficiencias en cuanto a la calidad del servicio al usuario y de acuerdo con los datos establecidos por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones, años tras años se venían presentando reclamos y quejas por parte de los usuarios.

Como resultado de la investigación en respuesta a su objetivo general, se presentó una valoración global del grado de satisfacción de los usuarios, el que determinó que los usuarios se encuentran regularmente satisfechos debido a la mala aplicación de los siguientes factores: el maltrato de personas, la limpieza, seguido del incumplimiento de horarios, que si bien se sabe son elementos negativos que de una u otra manera destacan la calidad de servicio y que por ende se busca soluciones que minimicen dichas debilidades para así poder ofrecer una mejor satisfacción al usuario.

La tesis de Carrera Rosa (2019), titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las empresas de Transporte Público en el Distrito de Pacasmayo 2019” fue elaborada en la Universidad César Vallejo en la ciudad de Chepén – Perú, donde la satisfacción al usuario es esencial para el crecimiento tanto del personal trabajador como para la empresa. Tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresas de transporte público en el distrito de Pacasmayo.

Se llevó a cabo con el fin de determinar qué tan buena o mala fue la calidad en aquel entonces, además es importante resaltar que muchas de estas empresas en la actualidad son reconocidas por el tipo de calidad de servicio que brindan a sus usuarios, es por ello que se determina que mientras mejor se tenga la calidad del servicio brindado, mejores resultados tendrán tanto socialmente como económicamente.

Tiene como metodología de investigación un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo correlacional, siendo así una investigación sutil y significativa, tomando como cantidad para el análisis de una muestra de 269 usuarios que frecuentan los servicios de esta empresa, su técnica para la recopilación e información de datos fue la encuesta con una escala de Likert, realizando así también la prueba de Kolmogórov-Smirnov para analizar su variable.

Además, tuvo como resultados una distribución normal porque se trabajó con el coeficiente de correlación del Rho Spearman, que es una medida estadística no paramétrica que se utilizó para evaluar la relación entre dos variables, este coeficiente de Spearman en si evalúa la relación monotónica, lo que significa que puede capturar relaciones no lineales, así mismo se analizó la mejora en el servicio a la calidad y consecuente a eso es que se determinó si hubo mayor satisfacción de los clientes.

En conclusión, se determina que dentro de los resultados si existió una relación de calidad media entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario durante el transcurso del periodo, ya que la atención se hace en un ambiente adecuado, sabiendo que el servicio debe transmitir confianza y seguridad para lograr la alta calidad, por otro lado, se debe tomar en cuenta la rapidez y la seguridad que se transmite al brindar el servicio a los usuarios, que por lo general son factores que influyen mucho dentro de la calidad, los cuales son unos de los principales puntos vistos por los diferentes usuarios a la hora de tomar estos servicio de transportes públicos.

La investigación de Morocho Alfredo (2019), con título de “La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues” llevada a cabo en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, resalta que el servicio de transporte urbano se le considera como uno de los servicios que presenta series de cuestionamiento en el accionar, tiene como objetivo determinar la calidad del servicio de transporte público urbano que se brinda en la ciudad de Azogues, tomando como principales factores, las condiciones técnicas de los diferentes vehículos, la atención al usuario y el impacto ambiental que causan al mantenerse en movimiento.

Como metodología aplicada que se realizó en el trabajo, se aplicó el estado del arte lo que quiere decir que investigó información relacionada al tema tratado con la finalidad de analizar el problema durante ese periodo, así mismo se utilizó como técnica de instrumento la encuesta, llegando a obtener información de 379 usuarios que vendría a ser la muestra extraída de una población de 28162, además se realizó un análisis técnico de las 41 unidades mediante la aplicación de una ficha técnica.

Se llegó a obtener como resultado que existen deficiencias técnicas en algunos vehículos, esto determina que no se están llevando a cabo unas buenas técnicas en algunos de los vehículos conforme a la accesibilidad para ingresar a las unidades de transportes, en la forma de conducción, el trato que brindan los conductores y en el confort que brindan las paradas de buses, en la seguridad que proporcionan en este medio y en el impacto ambiental que provocan los automotores con su funcionamiento, lo que conlleva a la necesidad de plantear sugerencias para mejorar las deficiencias detectadas en la calidad durante aquel periodo.

Entonces con respecto al trabajo sobre la calidad del servicio del transporte público, se concluye que la calidad no solamente se basa en el buen trato al cliente, sino más bien se debe tener en cuenta que una buena calidad de servicio dentro del transporte, también abarca en la infraestructura, las condiciones físicas como entorno, ambiente y entre otros factores, hoy en día se considera importante realizar investigaciones que aporten al buen desempeño laboral de los trabajadores, es por ello que realizar un análisis es fundamental en todas las empresas para conocer que tan bien está el trato al cliente o si es que existen debilidades, que mediante una buena exploración se puede fomentar opiniones o sugerencias que ayuden a estabilizar dichos factores con la finalidad de darle un cambio positivo y generar confianza entre la empresa y usuarios.

El trabajo de titulación “Análisis de la calidad de servicio percibida por el usuario de transporte público de la ciudad de Guayaquil”, según Carranza (2019), elaborado en la Universidad Politécnica Salesiana, tiene como objetivo general, conocer las percepciones que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio del transporte público de Guayaquil. Menciona que hablar del servicio de transporte público se relaciona y proviene del mal trato por parte de los conductores, malas condiciones de los buses, número de unidades insuficiente y entre otros factores, ya que los usuarios en la actualidad esperan que se implementen mecanismos que representen mayores beneficios en el término de la comodidad, tiempo, calidad, seguridad, y frecuencias de rutas, la calidad en el transporte es uno de los factores que mueve la economía dentro del Ecuador, es más cubre muchas de las necesidades que la ciudadanía tiene en el día a día, es por ello que se le considera como un medio que se usa para satisfacer grandes necesidades, permitiendo así la integración social y que por ende favorece al desarrollo económico y la implementación del ordenamiento vial. Por otro lado la ciudad de Guayaquil es uno de los lugares más poblados en el territorio ecuatoriano, donde la demanda del transporte de uso público sigue creciendo y aunque en sus inicios estos eran manejados como empresas privadas, en la actualidad muchas de estas empresas han realizado convenios con la alcaldía, el cuál tienen como finalidad mejorar su asistencia y brindar un servicio de calidad a las personas, pero se debe tener en cuenta que para que aquello exista, primero deben existir factores claves que resalten y marquen la diferencia, lo cual es algo arduo poder conseguirlo

Utilizó una metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo de forma descriptiva, con el fin de examinar el nivel de percepción y aceptación de los servicios que ofrecen aquellos transportes, además implemento como técnica de instrumento en la recolección de datos una encuesta, misma que fue ejecutada a 384 personas lo que proviene de una población de alrededor de 2578201 personas.

Se llegó a conseguir como resultado que en la última década se siguen percibiendo problemas de servicio del transporte público en la ciudad como en Latinoamérica, dado que por la falta de tiempo, limpieza y organización, es que muchos de los usuarios consideran a esto como una mala calidad de servicio en los transportes, así mismo también está la delincuencia, esto influye mucho en la seguridad del transporte y que por ende muchos de los usuarios se centren en ese aspecto y resalten a aquello como parte de la calidad del servicio hacia el usuario

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### ***Calidad de servicio.***

La calidad de servicio se construye en la mente de los usuarios o consumidores de un servicio, se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes y exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios de un determinado servicio, la calidad de servicio tiene relación directa con la satisfacción del cliente, es lógico para los usuarios que están expuestos a servicios de calidad encontrar una mejor satisfacción. (Espinoza, 2021, pág. 426)

Por lo general esto quiere decir que se origina en la percepción de los usuarios y en su conocimiento de sus necesidades, el sobrepasar las expectativas es la clave para generar una buena satisfacción en los usuarios, además esto contribuye mucho puesto que, si el usuario se encuentra satisfecho, el cliente tiene las perspectivas altas de que así quiere que le sigan haciendo sentirse cada vez que tome sus servicios.

Según River (2019), “La calidad de servicio se considera como la medición de actitudes y el análisis de percepción de los usuarios en la prestación de servicio con el fin de controlar el cumplimiento de necesidades y expectativa”. Generalmente indica que la calidad no se evalúa únicamente en términos objetivos, sino que también se tienen en cuenta las diferentes cualidades de los usuarios, ya sea subjetiva y que por ende puede variar de una persona a otra con el fin de sobresalir las expectativas individuales de cada persona.

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades, expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciables, útil, oportuno, seguro, confiable, aún bajo nivel de situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, generando así mayores ingresos y menores costos para la organización. (Parra, 2013, pág. 6)

Describe un enfoque integral sobre la calidad de servicio, donde da a entender que una buena calidad va más allá de la satisfacción, busca una comprensión profunda de las necesidades, una buena atención personalizada esta más bien en la eficacia de las resoluciones que se dan a los problemas y en una generación adicional que se le atribuye al consumidor, el enfoque es generar beneficios tanto para las dos partes empresa y cliente.

Es la parte que involucra la orientación de la organización a la calidad manifestada en sus productos, servicios, desarrollo de su personal y contribución al bienestar general. Con la planificación se busca que la calidad se logre al principio, se extienda al control de procesos o servicios del cliente, por lo que es necesario asignar la parte correspondiente de las tareas de control de calidad, las cuales giran alrededor de la producción y procesos de servicio. (Marco Torres, 2006)

Por lo general enfatiza la importancia de una alineación a la calidad en todos los aspectos de una empresa u organización, partiendo desde sus productos, servicios hasta el bienestar general de todos, destaca en la relevancia de la planificación y el control de calidad en todas sus etapas o procesos de la institución, involucrando así a todos sus miembros en el esfuerzo por mantener los altos estándares de calidad que han ido desarrollado durante el tiempo transcurrido.

“La calidad no es propiamente como se avanza en el momento, la coherencia entre las propiedades de un bien y las existencias del cliente. Es más bien la correspondencia entre la percepción del desempeño y las expectativas del comprador” (Larrea, El concepto de la calidad de servicio, 1991, pág. 72).

Esto indica que no solamente se limita a los avances en el momento actual, sino que se centra en la coherencia entre las pertenencias de un servicio o producto que el cliente tiene como expectativas, así mismo señala que la calidad tiene relación con el desempeño que uno como trabajador puede ofrecer al usuario y radica en la importancia de la satisfacción en la superación como elementos claves para determinar la calidad en un buen servicio.

**Atención al cliente.** Es común escuchar que el cliente es la razón de cualquier empresa, pero no es algo que se deba tomar a la ligera, ya que se debe considerar que la calidad en el cliente es lo más importante y esencial para toda organización y más aún si son empresas de servicios, que es su principal fuente de ingreso. Se considera que las cooperativas deben implementar sus mejores estrategias para que el cliente se sienta conforme cada vez que requiera o solicite del servicio, además se considera que el usuario es el que marca las reglas del juego dentro del mercado y es el encargado de marcar la supervivencia de la empresa. (Pozo Tomalá, 2018, pág. 14)

El servicio o la atención al cliente es aquel servicio que otorga toda compañía en soporte al producto o servicio principal, el servicio al cliente incluye frecuentemente, contestar preguntas, tomar órdenes, manejar quejas y tal vez citas para mantenimiento y reparación de algún bien (Arellano-Díaz, 2017, pág. 76).

Es esencial el tipo de servicio ya que aquello es proporcionado por todas las empresas como un respaldo del producto o servicio que ofrece, el propósito está en brindar asistencia y satisfacción a los clientes para mejorar su experiencia en general, contribuyendo así relaciones sólidas y positivas llegando poder a obtener como lealtad del cliente a lo largo del tiempo.

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por lo tanto crear o incrementar la satisfacción del cliente (Parra, 2013, pág. 6).

Abarca por lo general varios puntos importantes como, el proceso sistemático y estructurado al que se dirige, buscando comprender y responder a las necesidades o deseos de los clientes, donde la empresa tiene que comenzar a realizar acciones que lleguen al consumidor, con el objetivo de cubrir esas expectativas y poder incrementar la satisfacción al momento de comprar ya sea el producto o adquirir el servicio, además una vez que se cumplan aquellas perspectivas se podría recibir fidelidad e incrementación de los clientes.

***Amabilidad y gentileza.*** De acuerdo con Dolores (2019, pág. 6) “la amabilidad y gentileza es disposición a servir con efectividad, si se quiere hablar de un buen servicio de calidad, el concepto de amabilidad y servicio, deben formar una relación indisoluble que los vuelva solo uno”.

Entonces se comprende que para poder brindar una atención de calidad debe existir tanto amabilidad como gentileza dentro de la parte de los trabajadores o empleados, es necesario que las personas que entren en contacto con los usuarios pongan en práctica una serie de habilidades personales basadas en la comunicación, educación, respeto, empatía, y amabilidad con el fin de convencer al cliente con la eficacia proporcionada al usuario y demostrarle que así merecen ser tratados no solamente en una empresa de servido sino que durante todo el tiempo en el que se encuentren dialogando con algún proveedor.

En un mundo tan agitado como en el que se vive, donde hay poco tiempo para intercambiar palabras con las demás vidas, las habilidades que uno como persona expresa hacia otra contribuyen a que las relaciones con las demás sean gratificantes, es por ello que una de esas habilidades que deben existir en las personas y dentro del personal trabajador en las empresas es la amabilidad, ya que les da atributo en general a las personas que brindan esa virtud. (Maria, 2018)

Sin embargo, en la actualidad la amabilidad a pesar de ser una de las virtudes más valoradas por el positivismo que causa, es algo que no muchas de las personas están interesadas en demostrar, de hecho, es cada vez más escasa y de ponerla en práctica en la vida cotidiana, más aún para aquellas personas que laboran, ya que con frecuencia se escuchan quejas acerca de la falta de amabilidad dentro del trato al cliente.

***Comunicación y capacidad de respuestas.*** Cuando se refiere a la comunicación hay que tener claro que esto es un factor clave y de gran importancia para el cliente, esto genera una mejor atención, siempre y cuando se mantenga el respeto de ambas partes, una buena comunicación hará que el empleado en su trabajo tenga una buena relación laboral, además de que facilita su forma de expresarse. (Leonel, 2021, págs. 12-16)

Es importante tener en cuenta que existen diferentes tipos de comunicación como lo son la escrita, verbal o extraverbal. En cuanto a la capacidad de respuesta, se presenta como la actitud en la que se les brinda información hacia el cliente, es la forma rápida en la que una persona da respuesta a una pregunta, por lo general forma parte del respeto hacia el consumidor y la facilidad con la que una organización o empresa está disponible para sus clientes, se refiere a las conformidades que tiene el empleado con los diferentes clientes.

**Seguridad en los transportes.** El transporte de pasajeros aparece públicamente asociado a la seguridad, lo que resulta novedoso es que cada vez que sucede los sentidos atribuidos a esta categoría, no son siempre los mismos, es relevante ya que se toma en cuenta la construcción social de la seguridad, el cual implica la inclusión y la exclusión. El tema de la seguridad fue y sigue siendo motivo de una serie de accidentes, es por ello por lo que los protagonistas serían entonces las personas y dueños de los vehículos, a través de ellos es que se podría decir si es que existe seguridad interna en los medios de movilización o no. (Dhan Zunino, 2020, pág. 78)

Durante las últimas décadas han surgido diferentes trabajos que abordan el desarrollo de estrategias e incorporaciones de infraestructura para mejorar la seguridad y movilidad del transporte utilizado. De manera colectiva la tecnología tiene mucho que ver en la nueva seguridad en los medios de transportes públicos, además de que se les observa de una manera más precisa y por ende ayuda a mejorar el servicio a los usuarios con una seguridad moderna. (Quiñonez Yadira, 2019, pág. 95)

La seguridad si bien es indispensable en toda empresa, también se le considera importante en las empresas de servicios. Es visto como algo primordial donde no solo se trata de resguardar la integridad de los trabajadores, sino también en procurar que el cliente se sienta seguro en todo momento, es por ello que se considera que las cooperativas deben adoptar medidas como el implemento de cámaras de seguridad y la revisión periódica de cada una de las unidades que realizan el servicio de transporte.

***Estado de los vehículos.*** El sistema de transporte comprende varias pautas importantes que lo conforman, en una de esas están la infraestructura, lo que quiere decir que los estados de los vehículos, las condiciones en la que se encuentran dependerán del tipo de carga, la regularidad y la velocidad que el conductor o dueño le dé al vehículo (Rendón Pedro, 2020).

Dentro de las condiciones en las que se encuentre un vehículo de uso de transporte público, están varios indicadores como los que se mencionó anteriormente, además está la gestión del transporte, en el cual existen tres niveles (la gestión estratégica, la táctica y la operativa) para poder mantenerlos en un buen estado, todo depende del desempeño, si es que se lo aplican o no. Los medios de transportes deben ser cuidados, esto llama la atención del cliente y por ende le alarga la vida al vehículo.

***Medidas de seguridad.*** Dentro de las medidas de prevención ante las situaciones de emergencias, existe lo que es la gestión operativa del riesgo, el cual es una herramienta para tomar las mejores decisiones que ayudan a identificar los riesgos y beneficios que ayudan a estar prevenidos, actuar de forma correcta ante cualquier emergencia que se dé al instante, el proceso está diseñado para minimizar riesgos, reducir las posibles emergencias ocasionadas, llegando así a preservar los activos y salvaguardar la salud y vida de las personas. Además, es esencial establecer protocolos y planes de acción que aborden una variedad de escenarios de emergencia, garantizando una respuesta rápida y eficiente.

Por otra parte, no es la única medida que deberían tener en cuenta los trabajadores de alguna empresa ya que existen diferentes situaciones de emergencias que se pueden dar en el transcurso de la jornada laboral, es por ello que es considerable estar precavidos y actuar de la mejor manera ante las situaciones que se presenten ya sean de condición física o de la actitud de los colaboradores de la empresa.

**Percepción del usuario.** En la actualidad la percepción del usuario referente a la calidad en el transporte público en el mundo ha decaído por factores culturales y tecnológicos, las empresas dedicadas a prestar estos servicios se han visto disminuidas en su aceptación porque los usuarios, han cambiado de forma de pensar y ya no necesitan solo un vehículo que los movilice de un lugar a otro, sino que ahora exigen cordialidad, comodidad, puntualidad y sobre todo calidad en la prestación de servicio por parte del conductor y en ocasiones hasta de sus ayudantes. (Holguín Ana, 2020, pág. 84)

De acuerdo con Sonia (2019, pág. 24) “Es aquella valoración que los usuarios tienen respecto de un determinado servicio recibido, a partir de la valoración se puede concluir con una evaluación del servicio brindado por la institución o por una persona”. Se basa en la apreciación subjetiva de los usuarios sobre la calidad, eficiencia y percepción del servicio, donde involucra consideraciones, como la atención, experiencia en el resultado del producto o bien adquirido.

La percepción de la calidad en el usuario varía de un cliente a otro y no es la misma para cada comprador o cliente que para el proveedor o trabajador, es la actitud del cliente respecto a la percepción que cambia a medida que va conociendo mejor el producto o servicio, el usuario quiere una calidad de servicio mejor, porque asocia su acto de adquirir un producto o servicio con lo que recibe dentro de su hogar. (s.l, 2008, pág. 29)

**Expectativa.** La expectativa no es más que una percepción que una persona tiene sobre tal lugar, persona u objeto, es por ello por lo que se lo considera como parte esencial en la calidad de servicio, dentro de las empresas los empleados deben tratar de igualar o sobrepasar las expectativas del cliente, porque al sobrepasar las expectativas del cliente, aquel sentirá que el servicio prestado fue de calidad. (Valdez, 2018)

Una expectativa proviene de lo que el cliente o usuario le gustaría percibir al momento de probar un producto o servicio, no solamente en lo que observa sino más bien en como satisface su necesidad a la hora de adquirirlo. Para muchas empresas el llegar a satisfacer las necesidades de sus clientes es un logro, pero también para muchas de las empresas de servicio en ocasiones, aunque brinden una buena calidad de servicio sienten que el cliente no está conforme a sus tratos, es por ello por lo que también se deben tener en cuenta que es lo que el cliente quiere.

**Experiencia.** Según Pérez Porto (2021) “la experiencia es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones, uno de los ámbitos donde tiene mayor protagonismo el término de la experiencia es en el ámbito laboral”. Si se habla de la experiencia por parte de los clientes de una empresa, hay que tener en cuenta que las empresas cuando ponen en marcha procesos de selección de personal apuestan por el que mejor currículo tenga el postulante, ocasionando así que los candidatos que mayor experiencia tengan tienen más posibilidades de ser contratados.

Entonces la utilidad o el valor de la experiencia dependerá de cada persona, además suele asociarse de acuerdo con la madurez o la edad que la persona tenga, sin embargo, no muchas personas saben aprovechar esas experiencias y transformarlas en oportunidades o conocimientos sutiles, también se debe mencionar que cuando se habla de las empresas de servicio muchos de los usuarios o clientes recuren a volver o no a utilizar dichos servicios

**Satisfacción.** Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más, sin embargo, al estar determinada esta satisfacción por aspectos subjetivos como las expectativas y la percepción, la calidad no siempre se puede cuantificar en términos objetivo, lo que hace necesario a las organizaciones se retroalimentarse de forma constante con la percepción de los clientes. (Arellano Díaz, 2017, pág. 77)

La satisfacción al cliente se le puede determinar como un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente del consumidor, por ende, dentro del mercado de los negocios el objetivo es mantener satisfecho a cada cliente. Por otra parte, la satisfacción al cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de las empresas exitosas. (Thompson, 2006)

## **Fundamentos legales**

En cuanto al fundamento o cuerpo legal del presente trabajo, se realizaron las siguientes consultas, mismas que amparan a la investigación con relevancia al servicio al cliente dentro de la institución, tomando como principales leyes las siguientes:

### ***Constitución de la Republica del Ecuador***

**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.

**Art. 53.-** Las empresas, 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.

**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 de servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad afectada o con la descripción que incorpore.

**Art. 394.-** El estado garantizará la libertad transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional sin privilegio de ninguna naturaleza. La promoción del transporte masivo y la adopción de una política diferenciada de tarifas diferenciadas serán prioritarias, El estado regula el transporte terrestre, aéreo y acuáticos y las actividades aeroportuales y portuarias (Constitución de la republica del Ecuador, 2008).

### ***Ley Orgánica de Transporte Terrestre***

**Art. 3.-** El estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajusta a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

**Art. 5.-** El estado, a través de la Agencia Nacional de Regulación y Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación, y tecnificación a conductores profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento de aseguramiento social.

**Art. 15.-** El ministerio tendrá a su cargo la gestión integral del Sistema Nacional de Tránsito vial, el sistema de tránsito y seguridad vial en coordinación con el GAD, la publicación de la logística de transporte y del plan nacional de circulación y el seguimiento y evaluación de su desempeño e implementación.

**Art. 47.-** El transporte terrestre de personas, animales o bienes responderá a las condiciones de responsabilidad, universalidad, comodidad, seguridad, calidad y tarifas equitativas.

**Art. 54.-** La prestación del servicio de transportes será responsable de los siguientes aspectos.

- ✓ La seguridad y proyección de los usuarios, incluida también la integridad física y sexual de las mujeres, adolescentes, niñas y niños.
- ✓ La eficiencia en la prestación del servicio público.
- ✓ La protección del medio ambiente.
- ✓ El interés prevalece sobre los intereses individuales.

**Art. 55.-** El transporte público se considera un servicio estratégico, así como la infraestructura y equipamiento auxiliar que se utiliza en la prestación de servicio. Las rutas y frecuencias a nivel nacional son de propiedad exclusiva del Estado, las cuales podrán ser comercialmente explotadas mediante contratos de operación.

**Art. 56.-** El servicio de transporte público podrá ser prestado por el Estado u otorgado mediante contrato de operación a operadoras legalmente constituidas. Para operar un servicio público de transporte deberá cumplir con los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento (Ley orgánica de transporte terrestre, 2014).

### ***Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre***

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

Comodidad. – Constituye parte del nivel de servicio que las operadoras de transporte terrestre de pasajeros y bienes deberán cumplir y acreditar, de conformidad a las normas, reglamentos técnicos y homologaciones que para cada modalidad y sistemas de servicio estuvieren establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

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

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

**Art. 41.-** Gozarán de atención preferente las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niñas, niños y adolescentes. Para el efecto, el sistema de transporte colectivo y masivo dispondrán de áreas y accesos especiales y debidamente señalizados, en concordancia con las normas y reglamentos técnicos INEN vigentes para estos tipos de servicios.

### ***Normas ISO***

#### **Enfoques al cliente**

##### ISO 9001-2015

La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que;

- a) Se determinen, se comprendan y se cumplan regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicado
- b) Se determina y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.
- c) Se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.

(Secretaria Central de ISO en Ginebra, 2015, 15 de Septiembre)

El uso de la Norma 10002 puede promover la mejora del desempeño en las áreas de tratamiento de las quejas e incrementar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas. Esto puede también facilitar la mejora continua de la calidad de los productos basándose en la retroalimentación del cliente y de otras partes interesadas (Organisation internationale de normalisation, 2004, pág. 2).

## Capítulo II. Metodología

### Diseño de la investigación

Para el presente trabajo en cuanto al diseño de la investigación, se aplicó el **enfoque mixto** debido a que este tipo de investigación se centra más en la medición de los resultados que uno puede llegar a obtener con la recaudación de los datos, con la única finalidad de poder medir los objetivos de la investigación.

La investigación **cuantitativa** fue de gran utilidad, por lo que, una vez recolectada la información, se pudo analizar los datos obtenidos de la encuesta, lo que conllevó a observar cual es el impacto que tuvieron los trabajadores de la cooperativa con relación al servicio ofrecido hacia sus usuarios.

El proceso de análisis de datos desempeñó algo fundamental en la comprensión del impacto que los trabajadores de la cooperativa en el servicio proporcionado, ya que, al observar detenidamente los resultados de la encuesta, se pudo identificar y evaluar de manera sistemática cómo las acciones y actitudes de los empleados influyeron en la percepción y satisfacción de los usuarios.

La investigación **cualitativa** por lo general es un enfoque de investigación que permitió comprender y explorar a mayor profundidad lo que se realizó, se basó en cualidades como palabras y observaciones llevadas a ser transcritas, tuvo como objetivo obtener una comprensión de lo que se trató, además que permitió explorar las perspectivas de los participantes con los que se interactuaron, este tipo de investigación generó complejidad, diversidad en cuanto a los contextos sociales con las personas y como técnica para recaudar información se utilizó la entrevista

La investigación se basa en un **diseño no experimental** con alcance **descriptivo** – puesto que a medida que se fue observando la realidad se describió lo que sucedió en la actualidad, además mediante la búsquedas de información con relación al tema, se dio forma al respectivo marco teórico, mismo que facilitó al tipo de investigación que se llevó a cabo durante el trabajo, por otro lado hace referencia a que prácticamente se realizó una investigación en cuanto al tipo de servicio que brinda esta cooperativa a sus usuarios, donde se observó y se determinó como estuvo la calidad brindada por la institución.

## **Métodos de la investigación**

Para el presente trabajo se implementó el método de investigación **analítico sintético**, el cual consistió en analizar, determinar y examinar cada parte relacionada en cuanto al trabajo sobre el servicio al cliente que brindan los trabajadores de la cooperativa. Con este método, el objetivo principal fue llevar a cabo un estudio exhaustivo que permitiera determinar la calidad de la satisfacción experimentada por los usuarios de dicho servicio, lo analítico permitió descomponer el proceso en elementos individuales para comprender sus componentes esenciales, mientras que la síntesis posterior permitió reconstruir una visión integral de la situación evaluada

En primer lugar, se realizó un análisis detallado de cada aspecto del servicio al cliente proporcionado por los trabajadores de la cooperativa, esto incluyó examinar las interacciones con los usuarios, la eficiencia en la resolución de problemas, la amabilidad en el trato y la eficacia en la comunicación. Posteriormente, se llevó a cabo una determinación de la satisfacción de los usuarios. Esto involucró la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos de encuestas, comentarios y retroalimentación de los clientes. La recopilación de información permitió establecer patrones y tendencias en la percepción de los usuarios con respecto al servicio al cliente.

Además, como método a implementar en la investigación se escogió el método **deductivo**, el mismo que permitió especificar lo establecido, desde los objetivos, la idea a defender y hasta el marco teórico del trabajo, este método por lo general se basó en comenzar a investigar una temática centrada en el punto a investigar, además permitió analizar la situación actual de la empresa con respecto a sus servicios que ofrece como una cooperativa de transporte público.

Este enfoque metodológico no solo permitió un análisis profundo de la temática a investigar, sino que también permitió una evaluación exhaustiva de la situación actual de la empresa, en particular, se examinaron los servicios ofrecidos por la empresa, la cual opera como una cooperativa de transporte público, al aplicar el método deductivo, se pudo desentrañar las conexiones lógicas entre los conceptos y las premisas que sustentan el funcionamiento de la organización, facilitó la construcción de argumentos sólidos y la identificación de patrones clave en la información recopilada, la adopción del método permitió abordar la investigación de manera estructurada y sistemática, garantizando resultados que contribuyen de manera significativa al comprender la temática estudiada.

## Población y muestra

### *Población*

Para la población del trabajo se escogió a las personas habitantes tanto de las comunidades de Sinchal, Barcelona, y Loma Alta, ya que estas son las tres áreas de donde se obtienen más usuarios de la cooperativa, debido a que son las únicas unidades de transporte de esta empresa que circulan por aquel sector, se estableció una cantidad como población de 10039 personas, datos que fueron extraídos de documentos de los Gad parroquiales de Manglaralto y Colonche (Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019 – 2023), siendo así 4540 de Sinchal, 3987 de Barcelona y 1512 de Loma Alta. Adicional se investigó a la parte administrativa de la empresa como es el Gerente, presidente y Presidente del consejo de vigilancia.

### *Muestra*

Para calcular el tamaño de la muestra de usuarios se aplicó la fórmula de población finita, cuyo resultado se presenta a continuación. La fórmula de población finita es una herramienta estadística fundamental utilizada en estudios de muestreo, en muchas situaciones prácticas, no es posible encuestar a todos los individuos de una población, ya sea por limitaciones de tiempo, recursos o logística, lo cual se recurre al muestreo, que implica seleccionar un subconjunto representativo de la población para obtener información y hacer inferencias sobre la población en su conjunto. La fórmula tiene en cuenta el tamaño total de la población y establece cómo determinar el tamaño adecuado de la muestra para que las conclusiones obtenidas sean estadísticamente confiables. Al emplear esta fórmula, los investigadores pueden asegurarse de que la muestra elegida sea lo suficientemente representativa y permita generalizar resultados a toda la población con un nivel aceptable.

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

$$n = \frac{10039 * (1,85)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (10039 - 1) + (1,85)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{8583,35}{25,10 + 0,86}$$

$$n = \frac{8583,35}{25,96}$$

$$n = 330$$

En el desarrollo de este estudio, se optó por la utilización del enfoque de muestreo no probabilístico. En este método, la selección de los participantes no se realiza de forma aleatoria, sino que se lleva a cabo de manera intencional y deliberada. En este caso, se tomaron en cuenta diversos criterios para elegir a los individuos que formarían parte de la muestra.

En específico, se eligieron personas mayores de 18 años que fueran usuarios activos de la cooperativa en cuestión. Este proceso de selección intencional permitió garantizar que los participantes tuvieran experiencia directa con los servicios proporcionados por la empresa, lo que a su vez facilitaría obtener una perspectiva sólida y representativa sobre la calidad de atención al cliente y la eficacia de los servicios ofrecidos.

Esta estrategia de muestreo no probabilístico se seleccionó conscientemente debido a sus ventajas en este contexto particular. Al enfocarse en individuos que son clientes habituales de la cooperativa, se pudo obtener información más detallada y contextualizada sobre sus percepciones y experiencias. Aunque este enfoque no permite la generalización estadística a toda la población, ofrece una visión cualitativa valiosa que puede ser utilizada para obtener ideas y sugerencias concretas para mejorar los servicios y la satisfacción del cliente en la empresa.

En la tabla 2 se detalla la cantidad muestreada con una suma de 330 usuarios, además se incluye 3 personas que pertenecen a la parte administrativa de la empresa quienes también proporcionaron respuestas a las preguntas planteadas durante la entrevista. Esta combinación de participantes brinda una perspectiva integral que abarca tanto a los usuarios regulares como a los miembros clave de la parte administrativa, enriqueciendo así la comprensión global de los resultados obtenidos

**Tabla 1**

*Características y datos de la muestra*

<b>MUESTRA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TÉCNICA</b>
Usuario de la Cooperativa 2 de Noviembre	330	Encuesta
Parte administrativa de la cooperativa	3	Entrevista
<b>Total</b>	<b>333</b>	

*Nota:* Muestra de la cantidad exacta de los diferentes instrumentos, tanto de la encuesta como de la entrevista.

## **Recolección y procesamiento de datos**

### ***Técnicas de investigación***

Para la recolección de datos del trabajo investigativo, se utilizó la técnica de la **entrevista**, con 8 preguntas semiestructurada, misma que fue realizada a la parte administrativa, con la finalidad de obtener sus diferentes opiniones en cuanto a la calidad de servicio al usuario que ofrecen, además esta herramienta facilitó una información con relevancia a cómo afrontan y gestionan cada uno de sus problemas que tienen con sus diferentes usuarios.

Por otra parte, así mismo se implementó para la recolección de datos, la técnica de la **encuesta**, misma que estuvo conformada por 20 preguntas para el levantamiento de información, permitiendo obtener resultado de los diferentes usuarios con respecto al servicio que reciben por parte de los trabajadores tanto como choferes, controladores y empleados de la empresa. En cuanto a las preguntas de la encuesta realizada a los diferentes usuarios de la cooperativa, 4 preguntas fueron demográficas y 16 preguntas enfocadas al servicio al usuario con diferentes escalas de Likert, es decir por medio de estas preguntas es que se determinó el nivel de calidad que brinda en general la empresa.

### ***Instrumento de investigación***

Uno de los instrumentos que se utilizó para la investigación fue **la guía de la entrevista**, fue esencial en el proceso de obtención y organización de información a través del dialogo que se mantuvo. Esto radico en garantizar que la entrevista fue efectiva, enfocada y coherente, al proporcionar un marco de referencia para el entrevistador por otro lado la guía ayudo a evitar puntos importantes con la finalidad de que se obtenga información relevante y detallada de manera sistemática, ya que al establecer preguntas específicas contribuye a la uniformidad en la recopilación de datos.

Así mismo el **cuestionario** se lo utilizo con el propósito de recopilar datos sistemáticos y cuantificables acerca de la percepción y satisfacción de los usuarios, debido que permite obtener una visión amplia y representativa de las opiniones y experiencias de los clientes con respecto a diversos aspectos de los servicios de la cooperativa, como puntualidad, comodidad, seguridad y atención al cliente.

Por otro lado aquel instrumento ofreció varias ventajas en este contexto, puesto que consintió en recopilar información de un número significativo de usuarios con la obtención de resultados robustos y estadísticamente válidos, así mismo el instrumento brinda la oportunidad de identificar patrones o tendencias en las respuestas de los usuarios, lo que ayudó a la cooperativa a identificar áreas para la mejora continua en el servicio al usuario, que contribuyeron a tomar decisiones estratégicas en beneficio a la calidad de servicio, además al utilizar preguntas estructuradas se pudo obtener información que fueron analizadas y comparadas de manera objetiva con la ayuda de diferentes escalas de Likerts, como las que se muestran a continuación.

- |   |                                    |                                       |
|---|------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> No es importante | <input type="checkbox"/> Muy mala  | <input type="checkbox"/> Nunca        |
| <input type="checkbox"/> Poco Importante  | <input type="checkbox"/> Mala      | <input type="checkbox"/> Casi Nunca   |
| <input type="checkbox"/> Neutral          | <input type="checkbox"/> Regular   | <input type="checkbox"/> A veces      |
| <input type="checkbox"/> Importante       | <input type="checkbox"/> Buena     | <input type="checkbox"/> Casi Siempre |
| <input type="checkbox"/> Muy importante   | <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Siempre      |

Para la respectiva tabulación de datos, se utilizaron diferentes programas. **Google Forms** desempeñó un papel fundamental al simplificar la tarea de crear y aplicar rápidamente un cuestionario dirigido a los clientes de la cooperativa. Esta plataforma permitió agilizar el proceso de recopilación de información al proporcionar una interfaz amigable para la elaboración del cuestionario con las respectivas preguntas y la recolección de respuestas.

Además, se empleó el software **SPSS** (Statistical Package for the Social Sciences), una herramienta ampliamente reconocida y utilizada en el ámbito de la investigación. Este programa desempeñó un papel esencial en la etapa de análisis de datos, ya que ofrece diversas funcionalidades para procesar y representar eficientemente los resultados obtenidos, gracias a SPSS fue posible generar tablas y gráficos que visualizaban claramente los valores y las relaciones presentes en los datos recopilados.

La combinación de Google Forms y SPSS permitió llevar a cabo un proceso integral de recopilación, organización y análisis de datos, donde las herramientas tecnológicas resultaron una metodología eficaz que agilizó la obtención de información valiosa a partir de las respuestas de los clientes de la cooperativa, brindando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

### ***Validación de instrumentos.***

Los diferentes instrumentos de información tanto como de la encuesta y de la entrevista que se aplicaron para el trabajo de investigación, fueron sujetos a visualización, revisión y corrección por parte de docentes, metodólogos capacitados y especializados al tema investigativo, quienes a la vez calificaron y aprobaron el cumplimiento de las medidas pertinentes para la obtención de los datos sobre el tema, certificando que son válidos para ser aplicados de manera oportuna hacia las personas a encuestar.

Las revisiones y correcciones por parte de los docentes y el metodólogo garantizó la calidad y fiabilidad de los datos recopilados, ya que al calificarlos y aprobarlos dan cumplimiento a las medidas pertinentes, además asegura que los datos obtenidos representan valores aptos para la respectiva investigación.

### ***Confiabilidad del instrumento***

Para la respectiva confiabilidad del instrumento en la recolección de datos se la obtuvo por medio de una herramienta estadística del SPSS, donde conforme con los resultados de la encuesta se pudo aplicar el Alfa de Cronbach, dando así un resultado favorable del 0.956 lo cual indica que el instrumento de la encuesta es confiable para la respectiva aplicación.

Cabe recalcar que en el Alfa de Cronbach un valor de 1.0 indica una alta calidad, el cual el valor obtenido significa que las preguntas del cuestionario están correlacionadas entre sí y miden de manera consistente la variable que se evaluó, lo que simboliza que está adecuado para recopilar datos de manera precisa y realizar inferencias con análisis estadísticos coherentes.

### **Tabla 2**

#### *Alfa de Cronbach*

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	14

*Nota.* Los datos estadísticos del Alfa revelan un valor superior a 0.7, lo cual quiere decir que se confirma la fiabilidad del instrumento.

## Capítulo III.

### Resultados y Discusión

#### Análisis de los datos de la entrevista

Tras la implementación de los instrumentos de recolección de datos, se muestra la respectiva información con respecto a la entrevista que se dio de forma presencial con la parte administrativa de la cooperativa de transporte 2 de Noviembre.

#### *Calidad de servicio*

#### **1. ¿Cuál es su concepto sobre la calidad del servicio al cliente en el contexto de la cooperativa de transporte público?**

Como resultado a esta pregunta las personas que fueron entrevistadas mencionaron que el concepto que tienen sobre la calidad de servicio al cliente dentro de la cooperativa es que se distinguen de las demás instituciones, marcando la diferencia entre las demás cooperativas de transportes que son de la zona norte, vistiéndose formal con corbatas, demostrando a los usuarios que dan una buena presentación, lo que se quiere es que el usuario se sienta satisfecho por el servicio que brindan.

De acuerdo con lo que mencionaron las personas sobre el concepto de calidad de servicio de la cooperativa, se deduce que la institución se destaca en comparación de las competencias, lo que implica que se esfuerza por ofrecer un nivel de servicio superior a sus competidores, se preocupan por transmitir una imagen corporativa como un indicador de compromiso y seriedad para que sus usuarios observen que existe seriedad.

#### *Atención al cliente*

#### **2. ¿Qué aspectos usted considera clave para brindar un buen servicio de alta calidad en la Cooperativa?**

Los aspectos claves que consideran claves para brindar un buen servicio de alta calidad es que cada cierto tiempo están en constante remodelación de las diferentes unidades de transportes, comprando unidades nuevas o seminuevas, para que así el usuario se sienta en un ambiente agradable, además de que constantemente ahora se están haciendo más seguimiento con respecto a la higiene vehicular, que las unidades estén limpias tanto por dentro como por fuera y que los asientos se mantengan en perfectas condiciones para el uso.

La empresa considera importante mantener sus unidades actualizadas, lo que quiere decir que por medio de aquellos aspectos buscan proporcionar un ambiente encantador y confortable para su uso diario, se preocupa por la visión del usuario que pueda concebir, las diferentes condiciones óptimas, en cuanto al mantenimiento de cada objeto que contengan los medios con el fin de que se sientan satisfechos y seguros con lo que se aprecia dentro del vehículo.

### *Amabilidad*

#### **3. ¿Cómo están asegurando como autoridad dentro de la Cooperativa que los conductores sean amables y eficientes en su servicio a los clientes?"**

La cooperativa ha adoptado diversas estrategias en su rol de autoridad para asegurar la prestación de un servicio excepcional por parte del personal trabajador, donde para lograrlo, se ha implementado un enfoque integral que abarca tanto la dimensión administrativa como la operativa de la organización. Ya que, a través de la celebración regular de reuniones, se busca mantener una comunicación fluida y colaborativa entre los propietarios de los autobuses y los empleados, reuniones que engloban una variedad de aspectos, permitiendo así un intercambio de ideas y soluciones en torno a los desafíos y oportunidades presentes en ambas áreas.

### *Comunicación*

#### **4. ¿Cuáles son las medidas específicas que están tomando para mejorar la comunicación entre el personal de atención al cliente y los conductores, con el objetivo de lograr un servicio más efectivo y eficiente?**

Se menciona que están llevando a cabo conversaciones claves con dos grupos importantes, tanto las personas propietarias de los buses, como el personal laboral, lo que indica que existe una comunicación colaborativa activa entre la autoridad y las partes interesadas de esta empresa, para tratar los temas relacionados con el servicio, además esto muestra que la administración aborda aspectos tanto de gestión, como de ejecución, por otra parte se menciona la capacitación a los empleados donde es implementada debido a que se reconoce la importancia de la formación continua, el desarrollo de habilidades y competencia en los empleados, estas capacitaciones por ende tendrán un impacto positivo en la mejora de los servicios al cliente.

### *Medidas de seguridad en los transportes*

**5. ¿Cuáles son sus enfoques para garantizar la seguridad de sus usuarios al momento de utilizar sus servicios?**

Siempre tratan de que las unidades estén en buen estado, tanto en la parte interna como externa, así mismo que contengan los recipientes para que se vea un orden en cuanto al aseo, el cambio constante de las llantas, que el extintor esté bien y cargado, el cambio de aceites a tiempo y más que las dos personas a cargo de la unidad acaten al reglamento, como portarse bien y que los conductores acaten más bien a las diferentes leyes de tránsito.

La importancia de aquellos puntos mencionados para garantizar la seguridad de los usuarios radica en que mantienen en buen estado a los vehículos, los medios de seguridad implementados para que den uso de aquello en alguna situación inesperada, que los conductores sean profesionales a la hora de conducir, manteniendo prudencia en las velocidades tal como se especifica en la ley de tránsito con un máximo hasta 90 k/h, ya que se están llevando como compromiso varias vidas humanas.

### *Expectativa*

**6. ¿Cómo manejan las expectativas de los clientes para garantizar que el servicio que brindan cumpla con sus necesidades y minimizar así las posibles quejas y reclamos?**

Las "estrategias que se están aplicando son sanciones como suspensión temporal y permanente para el personal que no acate al reglamento" se refieren a las medidas disciplinarias que la empresa está tomando para garantizar que sus empleados cumplan con el reglamento interno. Estas sanciones incluyen la suspensión temporal y permanente del personal que no siga las directrices establecidas.

Además, se menciona que "se ha creado un buzón de quejas y reclamos para que el usuario haga saber su inconformidad en la oficina general", lo que implica que la empresa ha implementado un sistema de retroalimentación para que los usuarios puedan expresar sus quejas y preocupaciones en la oficina principal. Esto demuestra un enfoque en la transparencia y la comunicación abierta con los clientes.

Por último, se destaca que "como recompensa de la cooperativa, ofrece a compensar con un 20% del valor del objeto perdido". Esto indica que la empresa está dispuesta a compensar a los clientes en caso de pérdida de un objeto, ofreciendo una recompensa del 20% del valor del artículo. Esta recompensa puede servir como un incentivo adicional para que los clientes se sientan seguros y valorados al hacer negocios con la empresa.

### *Experiencia*

#### **7. ¿Qué nuevas estrategias aplican en base a la experiencia que se dan por parte de los clientes con relación al servicio que brindan ustedes como Cooperativa de Transporte Público?**

Se menciona que la empresa demuestra una actitud receptiva hacia la retroalimentación y la resolución de problemas, la empresa valora la participación y las opiniones de sus usuarios y está dispuesta a escuchar sus preocupaciones, también implica que la empresa busca constantemente mejorar y evolucionar, ya que está dispuesta a abordar cualquier problema que pueda surgir.

La referencia a la aplicación de medidas disciplinarias y compensación responsable indica que la empresa toma en serio cualquier problema que pueda surgir y está dispuesta a tomar acciones concretas para resolverlo. Esto crea un sentido de responsabilidad y confianza tanto para los usuarios como para el personal interno, la mención de "compensación responsable hacia el usuario" sugiere que la empresa está dispuesta a remediar situaciones desfavorables de manera justa y equitativa.

### *Satisfacción del usuario*

#### **8. ¿Cuál es la importancia que le otorgan a la satisfacción del usuario en la operación diaria de la cooperativa y cómo la integran dentro de la empresa?**

Resalta en la importancia del cumplimiento del reglamento interno, por parte del personal de la empresa y de los diferentes usuarios, además se observa una disposición de la empresa para recibir retroalimentación y abordar cualquier problema que puede surgir, aplicando medidas disciplinarias y compensación responsable hacia el usuario para garantizar que su opinión y las diferentes observaciones sean tomadas en cuenta y poder fortalecer su reputación y relaciones a largo plazo con todas las partes involucradas.

### *Análisis de datos de la encuesta*

Para la recolección de información se procedió de las siguientes formas, una de las maneras fue presencial y otra aplicándola por medio de un cuestionario de pregunta en Google Forms a los diferentes usuarios de las tres comunidades tanto como Sinchal, Barcelona y Loma Alta.

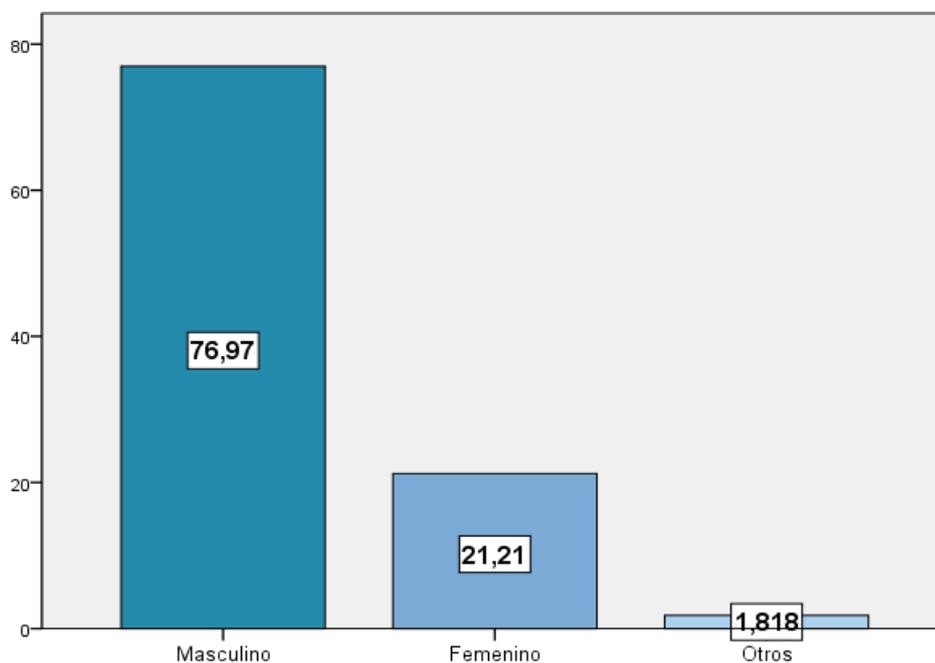
**Tabla 3**

*Sexo de los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Masculino	254	76,97	77,0
Femenino	70	21,21	98,2
Otros	6	1,81	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 1**

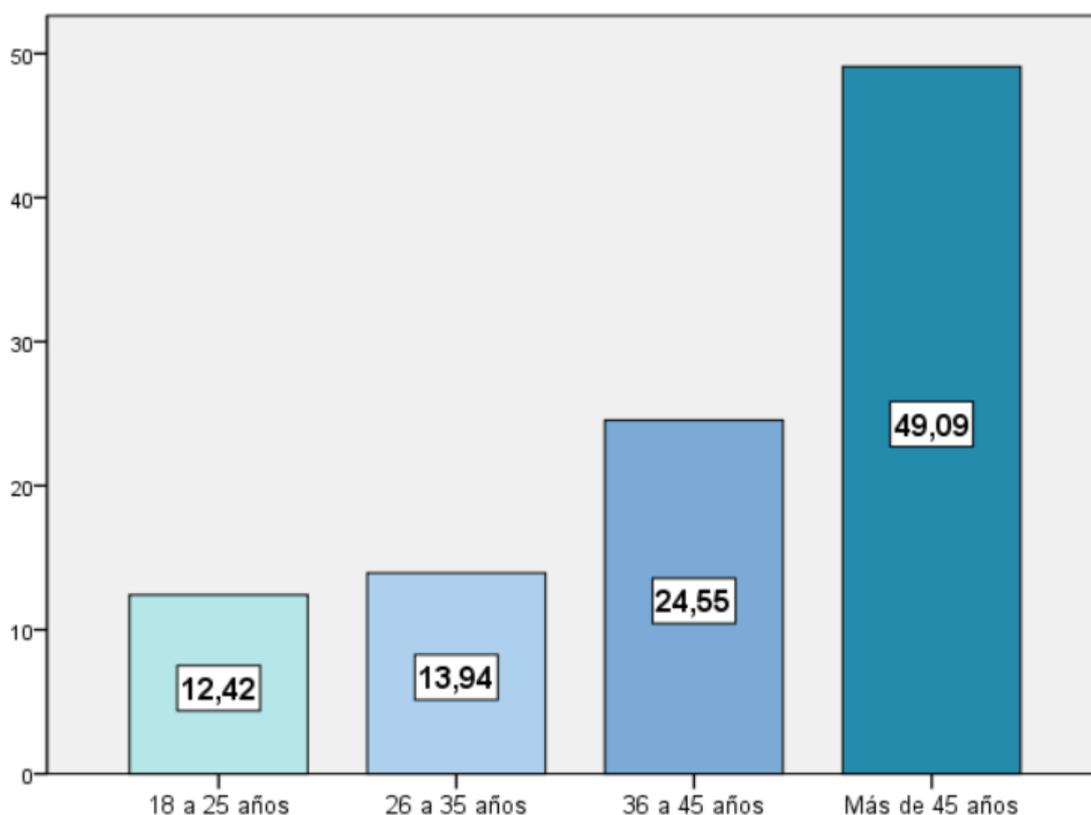
*Sexo de los encuestados*



De acuerdo con la Tabla 3 y la Figura 1, se observa que el mayor número de las personas encuestadas son de sexo masculino, mientras que tan solo 70 de 330 personas son de sexo femenino y la diferencia indicaron que pertenecen a otro sexo. De esta manera se comprende que las personas que más utilizan los servicios de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre en su gran parte son hombres.

**Tabla 4***Edad de los encuestados*

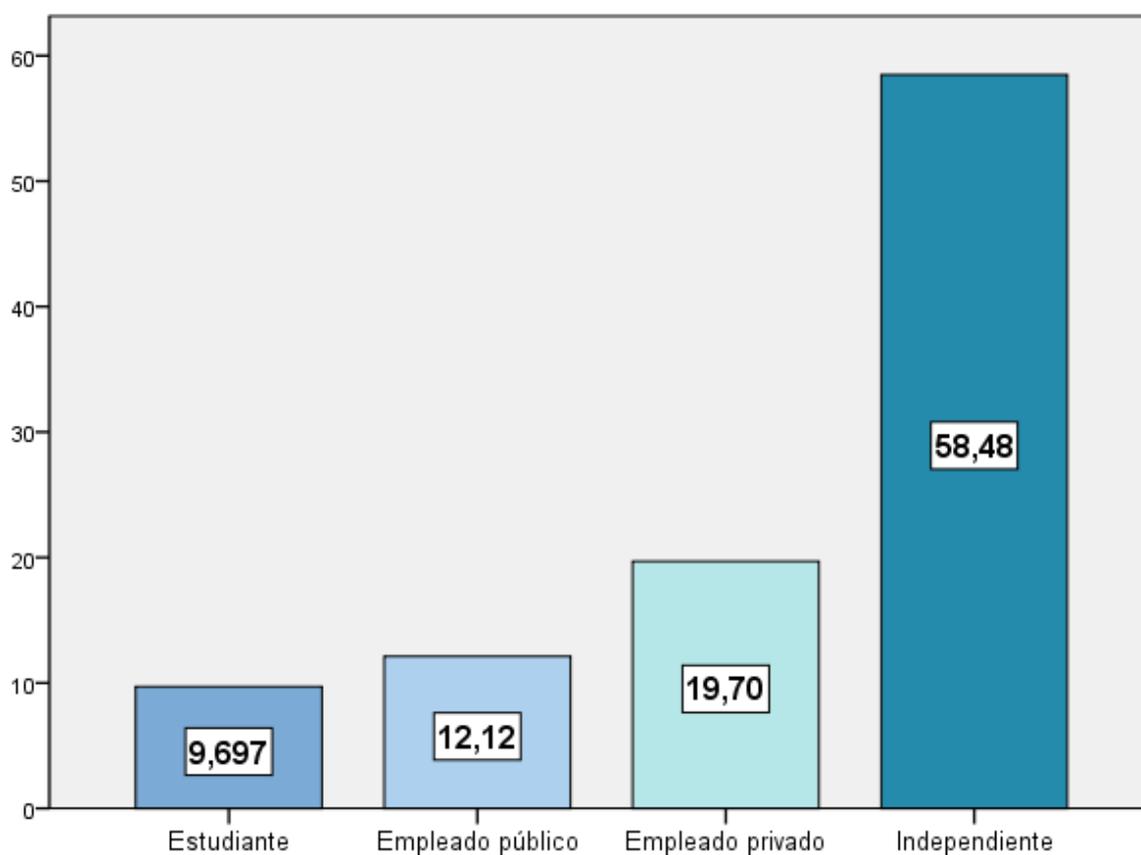
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
18 a 25 años	41	12,42	12,4
26 a 35 años	46	13,94	26,4
36 a 45 años	81	24,55	50,9
Más de 45 años	162	49,09	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 2***Edad de los encuestados*

Según los datos estadísticos de la Tabla 4 y la Figura 2, se puede apreciar que mayormente existen personas de 45 años en adelante quienes escogen estos servicios de la cooperativa de transporte, que a la vez pertenece al 49.09% de la cantidad total de estas personas, así mismo tan solo existe una cantidad determinada de personas que están entre los años 36 a 45 años de edad, mientras que tan solo 41 personas son están en la edad promedio de 18 a 25 años.

**Tabla 5***Ocupación del encuestado*

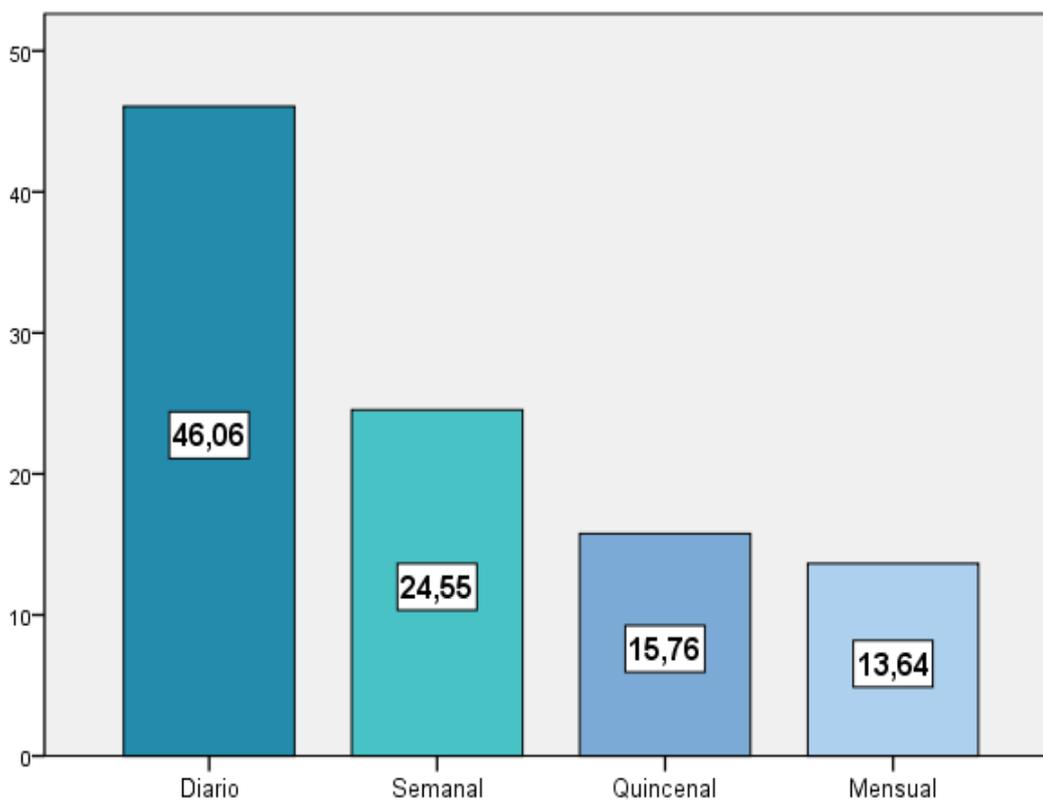
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Estudiante	32	9,69	9,7
Empleado público	40	12,12	21,8
Empleado privado	65	19,70	41,5
Independiente	193	58,48	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 3***Ocupación del encuestado*

Conforme a los datos de la Tabla 5 y la Figura 3, se puede observar que el mayor número equivalente a 193 de estas personas que trabajan de manera independiente, lo que quiere decir que no cuentan con un empleo, así mismo una cantidad significativa de personas mencionaron que cuentan con un empleo que es privado y finalmente una mínima cantidad de estas personas mencionaron que aún se encuentran estudiando.

**Tabla 6***Frecuencia con la que viaja*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Diario	152	46,01	46,1
Semanal	81	24,55	70,6
Quincenal	52	15,76	86,4
Mensual	45	13,64	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 4***Frecuencia con la que viaja*

Conforme a los datos de la Tabla 6 y la Figura 4, se observa que la mayor cantidad de personas mencionaron que utilizan los servicios de transporte de la cooperativa 2 de Noviembre a diario, además una cantidad de 81 personas indicaron que escogen estas unidades de transporte semanalmente, mientras que la menor cantidad de estas mismas personas encuestadas deciden utilizar estos servicios mensualmente, algunos ya sea por viajes o por compras es que se trasladan mensualmente.

## 1. ¿Qué tan importante es el servicio al cliente dentro de esta cooperativa de transporte?

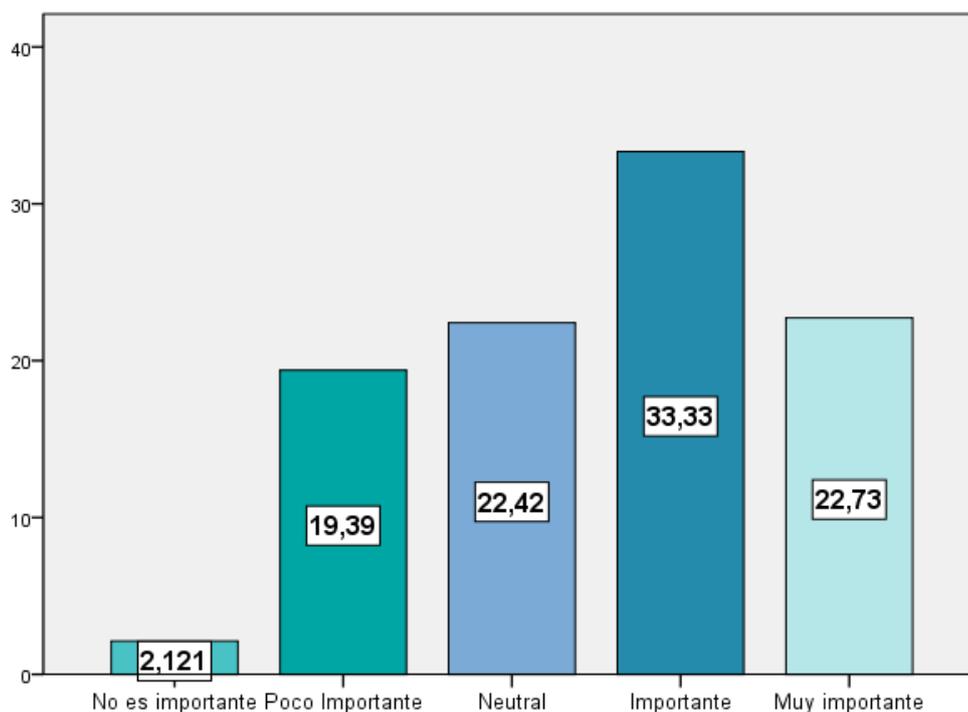
**Tabla 7**

*Importancia del servicio al cliente*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No es importante	7	2,12	2,1
Poco Importante	64	19,39	21,5
Neutral	74	22,42	43,9
Importante	110	33,33	77,3
Muy importante	75	22,73	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 5**

*Importancia del servicio al cliente*



Según los datos de la Tabla 7 y la Figura 5, se tiene como mayor cantidad que las personas respondieron que si es importante la calidad de servicio dentro de la cooperativa de transporte, así mismo una cierta cantidad de encuestados decidieron no responder en cuanto a la pregunta lo cual se lo consideró que entonces para ellos es neutral, mientras que una cantidad casi similar a la anterior mencionaron que para ellos es poco importante que la empresa ofrezca servicios de calidad a sus usuarios

## 2. ¿La atención recibida por parte de los trabajadores de la cooperativa “2 de noviembre” es?

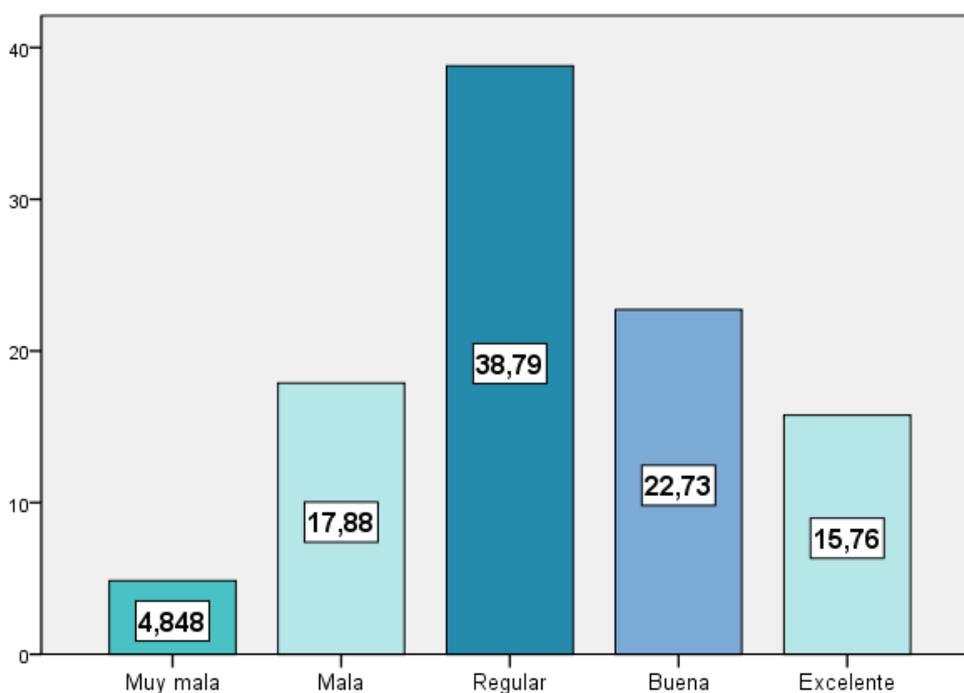
**Tabla 8**

*Atención recibida por los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy mala	16	4,84	4,8
Mala	59	17,88	22,7
Regular	128	38,79	61,5
Buena	75	22,73	84,2
Excelente	52	15,76	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 6**

*Atención recibida por los trabajadores*



De acuerdo con los datos de la Tabla 8 y la Figura 6, se puede apreciar que, en cuanto a la atención recibida por parte del personal laboral, según los encuestados es regular, lo que significa que entonces existe deficiencia en ese aspecto, así mismo tan solo 75 personas indicaron que si reciben una buena atención por los trabajadores de estas diferentes unidades, mientras que un 17.88% de estas personas mencionaron que reciben una mala atención por los trabajadores.

**3. ¿Considera usted que existe amabilidad por parte del controlador al momento de bajarse de las unidades de transporte?**

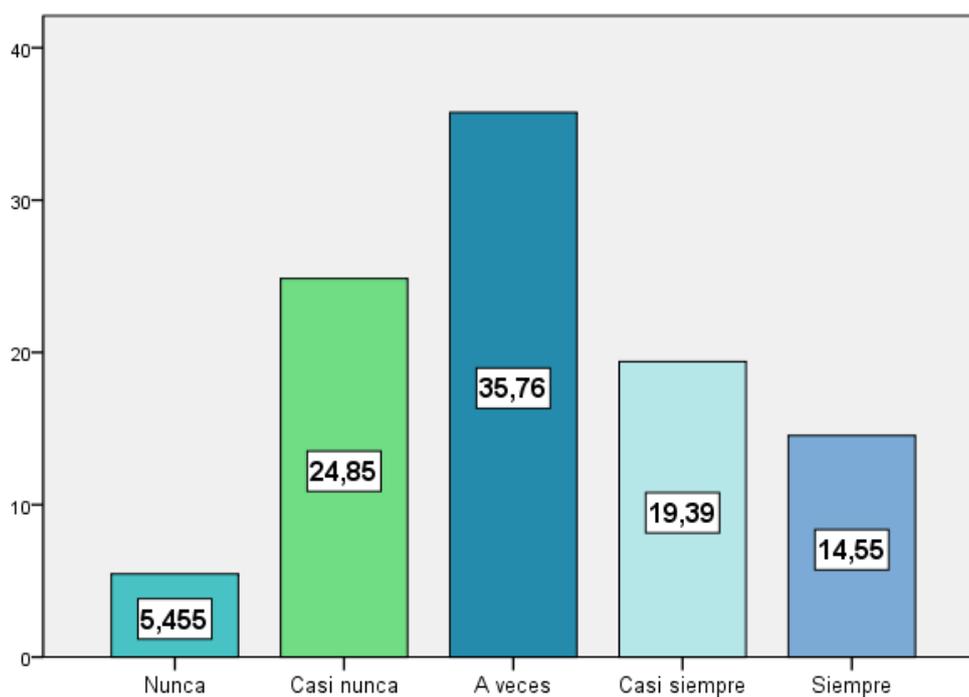
**Tabla 9**

*Amabilidad de parte del controlador*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Nunca	18	5,45	5,5
Casi nunca	82	24,85	30,3
A veces	118	35,76	66,1
Casi siempre	64	19,39	85,5
Siempre	48	14,55	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 7**

*Amabilidad de parte del controlador*



Conforme a los datos de la Tabla 9 y la Figura 7, el mayor número de los usuarios que fueron encuestados indican que solo a veces existe amabilidad por parte de los trabajadores al momento de bajarse de las unidades de transporte, lo cual entonces quiere decir que se debería fortalecer aquel aspecto con relación a sus diferentes usuarios para que así la empresa tenga buenas cualidades respecto a la amabilidad hacia sus usuarios.

#### 4. ¿Ha observado usted una adecuada comunicación por parte del personal trabajador con personas embarazadas y mujeres con niños?

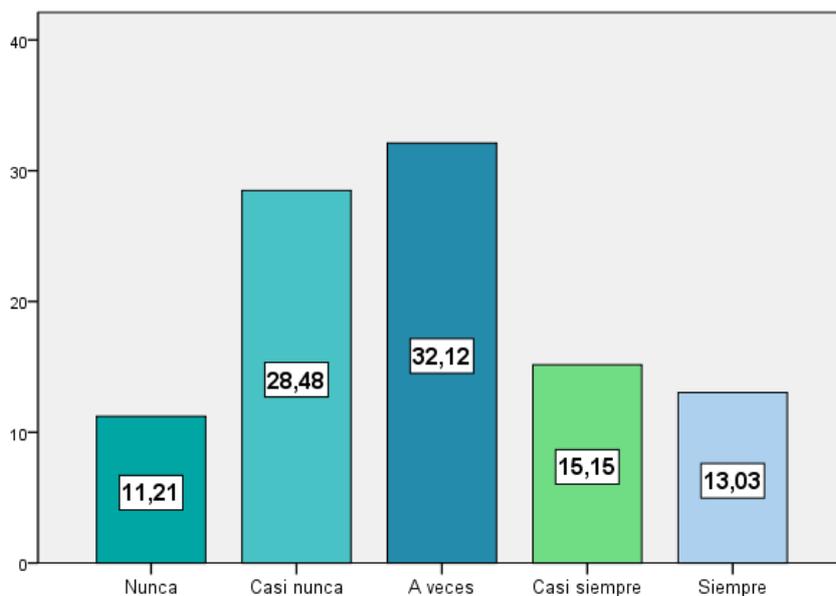
**Tabla 10**

*Comunicación entre personal trabajador*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	37	11,21	11,2
Casi nunca	94	28,48	39,7
A veces	106	32,12	71,8
Casi siempre	50	15,15	87,0
Siempre	43	13,03	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 8**

*Comunicación entre personal trabajador*



Según los datos de la Tabla 10 y la Figura 8, la mayoría de las personas mencionaron que solo a veces han observado que si existe una buena comunicación entre el personal trabajador, así mismo una cantidad similar indica que casi nunca han visualizado una comunicación entre los trabajadores, lo cual se supone dos alternativas, la primera que tal vez no se percatan de que si existe una comunicación entre el personal o bien puede ser que realmente no existe comunicación, mientras que otras personas indicaron que casi siempre y siempre han observado aquello pero es mínima la cantidad en comparación a la escala de Likert casi nunca y a veces.

## 5. ¿Sr(a) Usuario o pasajero le da seguridad viajar en estas unidades de la cooperativa “2 de Noviembre”?

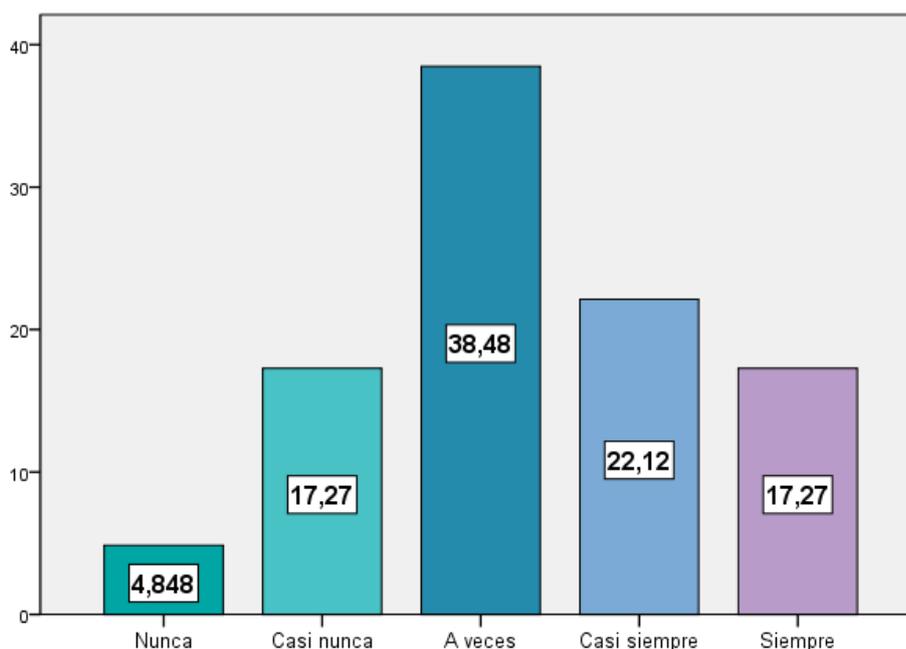
**Tabla 11**

*Seguridad al viajar en el medio de transporte*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	16	4,84	4,8
Casi nunca	57	17,27	22,1
A veces	127	38,48	60,6
Casi siempre	73	22,12	82,7
Siempre	57	17,27	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 9**

*Seguridad al viajar en el medio de transporte*



Conforme a los datos de la Tabla 11 y Figura 9, se puede apreciar que con respecto a la variable de que si es que le da seguridad viajar en estas unidades de la cooperativa, la mayor cantidad de personas indicaron que solo a veces, entonces se puede decir que si las personas deciden utilizar estos servicio es porque necesitan trasladarse hacia un lugar, pero existen dos barras con una cantidad similar de 57 personas que respondieron que siempre les da seguridad y así mismo otras 57 personas mencionaron que solo casi siempre es que le da seguridad viajar.

## 6. ¿Observa usted que las unidades de esta cooperativa las mantienen en buen estado?

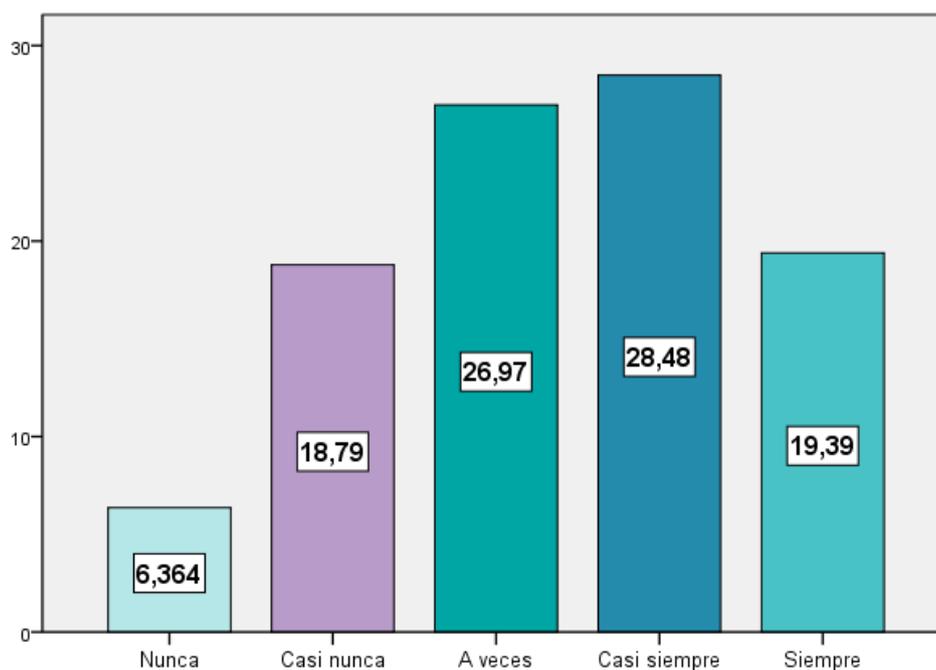
**Tabla 12**

*Estados de las unidades*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	21	6,36	6,4
Casi nunca	62	18,79	25,2
A veces	89	26,97	52,1
Casi siempre	94	28,48	80,6
Siempre	64	19,39	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 10**

*Estados de las unidades*



De acuerdo con los datos de la Tabla 12 y la Figura 10, mayormente las personas que respondieron a la pregunta indicaron que casi siempre si observan que estas unidades de transportes si las mantienen limpias, así mismo una cantidad un poco inferior equivalente al 26,97% respondieron que solo a veces es que observan aquello, entonces se puede determinar que en el aspecto de la higiene vehicular si está bien la cooperativa ya que por lo general ganan las respuestas positivas.

**7. ¿Considera usted que existe una respectiva medida de seguridad dentro de las unidades de transportes de esta cooperativa?**

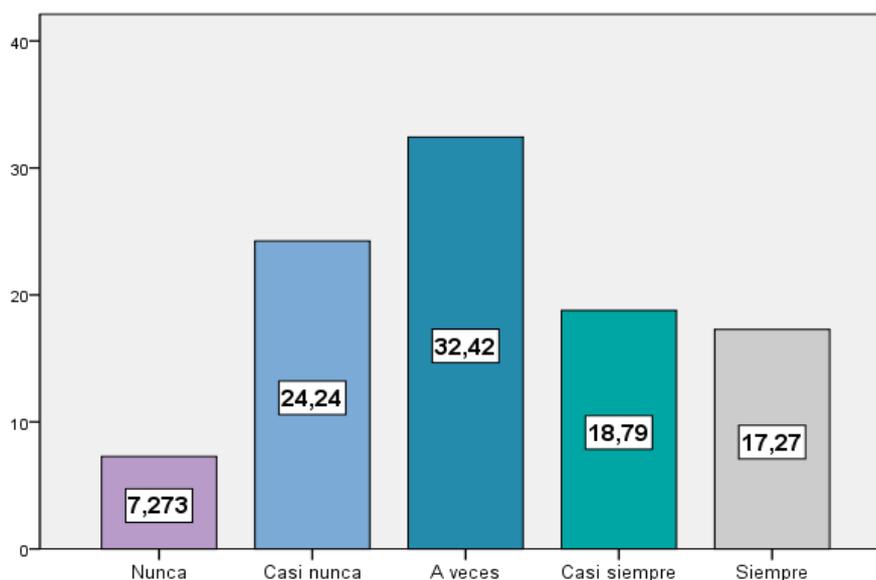
**Tabla 13**

*Medidas de seguridad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Nunca	24	7,27	7,3
Casi nunca	80	24,24	31,5
A veces	107	32,42	63,9
Casi siempre	62	18,79	82,7
Siempre	57	17,27	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 11**

*Medidas de seguridad*



Conforme a los datos de la Tabla 13 y la Figura 11, la mayoría de estas respuestas con relación a que si es que consideran que existe una medida de seguridad dentro de la cooperativa que sea aplicada en las diferentes unidades de transporten indicaron que solo a veces y siguiendo con una cantidad de 80 respondieron casi nunca, lo cual entonces quiere decir que si bien la cooperativa tiene sus respectivas medidas de seguridad en cuanto a las emergencias que se presenten, no las están haciendo saber o no las han plasmado dentro de las unidades para que los usuarios se informe en cómo debe actuar si es que se llegase a presentar algún caso.

## 8. ¿Observa usted que las unidades de transportes cuentan con las instalaciones físicas acorde a sus necesidades?

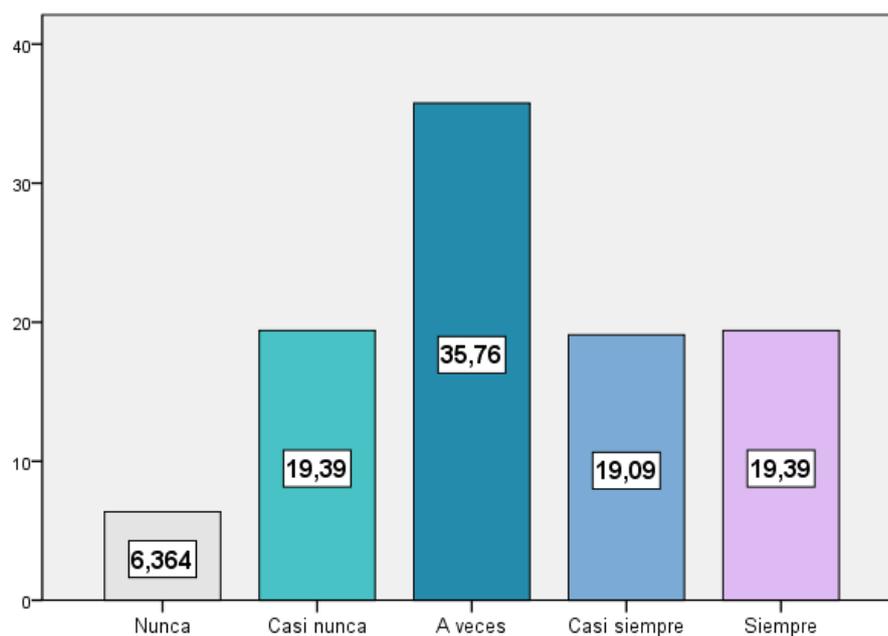
**Tabla 14**

*Instalaciones físicas acorde a la necesidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	21	6,36	6,4
Casi nunca	64	19,39	25,8
A veces	118	35,76	61,5
Casi Siempre	63	19,09	80,6
Siempre	64	19,39	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12**

*Instalaciones físicas acorde a la necesidad*



Según los datos de la Tabla 14 y la Figura 12, muchas de estas personas afirmaron que de acuerdo a sus puntos de vista las diferentes unidades de transportes solo a veces cuentan con las instalaciones físicas acorde a sus necesidades lo que conlleva a que carece de algún factor indispensable que le hace tomar esta decisión, así mismo existen casi los mismos valores con respuestas positivas, lo que indica que entonces estos vehículos en este aspecto, los clientes tienen una buena percepción, pero hay algo que aún les falta.

**9. ¿Cree usted que es tomada en cuenta la opinión del usuario a través de su experiencia al momento de sugerir algo hacia los trabajadores de esta cooperativa?**

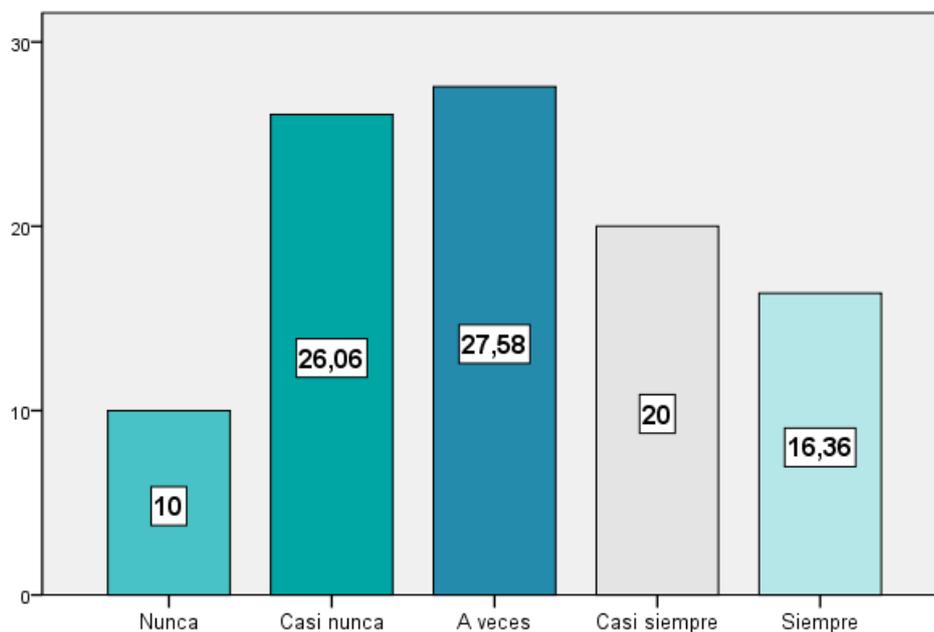
**Tabla 15**

*Opinión del usuario a través de la experiencia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Nunca	33	10,00	10,0
Casi nunca	86	26,06	36,1
A veces	91	27,58	63,6
Casi siempre	66	20,00	83,6
Siempre	54	16,36	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 13**

*Opinión del usuario a través de la experiencia*



De acuerdo con los datos obtenidos en la Tabla 15 y Figura 13, se puede comprobar y afirmar a la vez, que gran parte de los trabajadores al momento de que el cliente le sugiere algo con respecto al servicio, en ocasiones estos les hacen caso y en un porcentaje casi similar mencionan que casi nunca es tomada en cuenta su opinión, lo que conlleva a una conclusión de que la empresa tiene que hacer respetar sus políticas internas con respecto al servicio hacia el cliente.

**10. ¿Está usted conforme con la tarifa que cobran por el servicio ofrecido por parte de la cooperativa?**

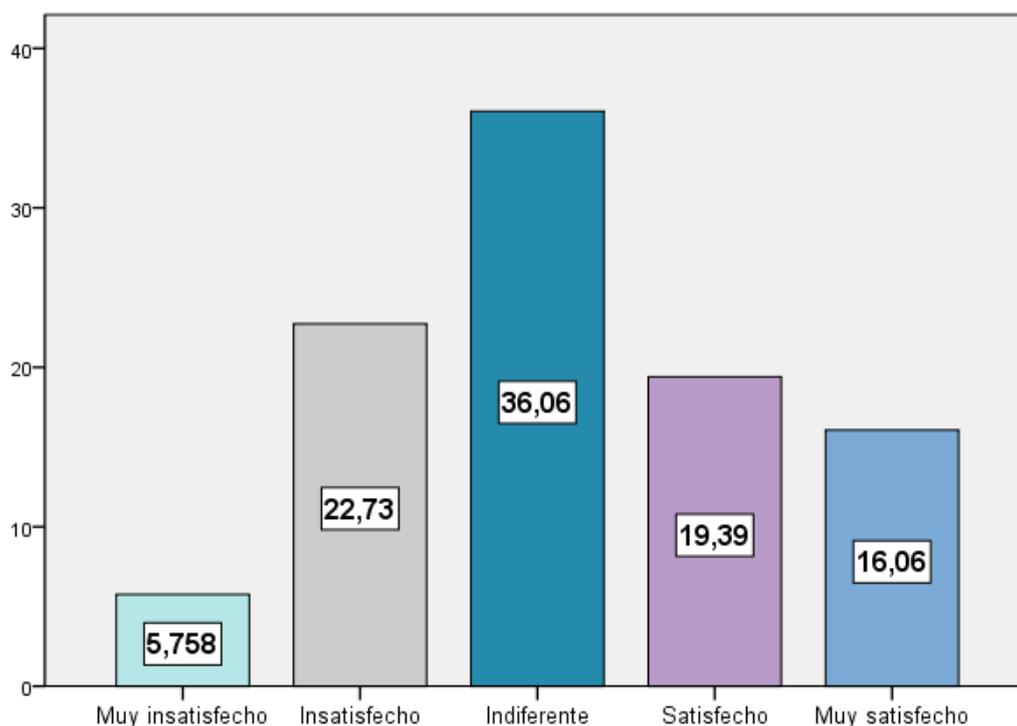
**Tabla 16**

*Satisfacción por la tarifa del servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy insatisfecho	19	5,75	5,8
Insatisfecho	75	22,73	28,5
Indiferente	119	36,06	64,5
Satisfecho	64	19,39	83,9
Muy satisfecho	53	16,06	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 14**

*Satisfacción por la tarifa del servicio*



Conforme a los resultados de la Tabla 16 y la Figura 14, la mayoría de las personas están indiferentes con la tarifa que la cooperativa está cobrando por el servicio brindado, así mismo se puede apreciar que casi el 25% del total de estas personas están insatisfechos, mientras que por la parte positiva más de 100 personas si quedan satisfechos con la tarifa que de la cooperativa.

**11. ¿De acuerdo con el tiempo que lleva siendo usuario de esta cooperativa, le genera satisfacción el servicio brindado por parte de los trabajadores y la empresa?**

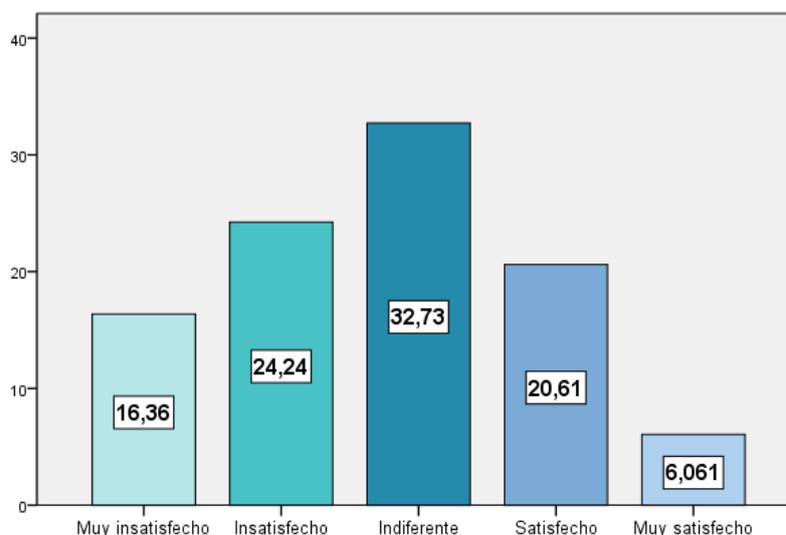
**Tabla 17**

*Satisfacción por el servicio adquirido*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy insatisfecho	54	16,36	16,4
Insatisfecho	80	24,24	40,6
Indiferente	108	32,73	73,3
Satisfecho	68	20,61	93,9
Muy satisfecho	20	6,06	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 15**

*Satisfacción por el servicio adquirido*



Según los datos de la Tabla 17 y la Figura 15, se aprecia que la mayoría de las personas están insatisfecho e indiferente con el servicio brindado por parte de los trabajadores, mientras que tan solo casi 100 personas quedan satisfecho con el servicio al clientes, lo cual se concluye que la empresa no está aplicando algunas medidas con respecto al servicio al cliente, y por ende se considera que en la parte de contratación se escoja personal capacitado que este comprometido con el trabajo y que muestren dedicación a los clientes, ya que si bien la empresa mantiene sus funciones es gracias a que los clientes deciden tomar sus servicios.

## 12. ¿Cómo califica o evalúa usted el desempeño laboral de los trabajadores de esta cooperativa?

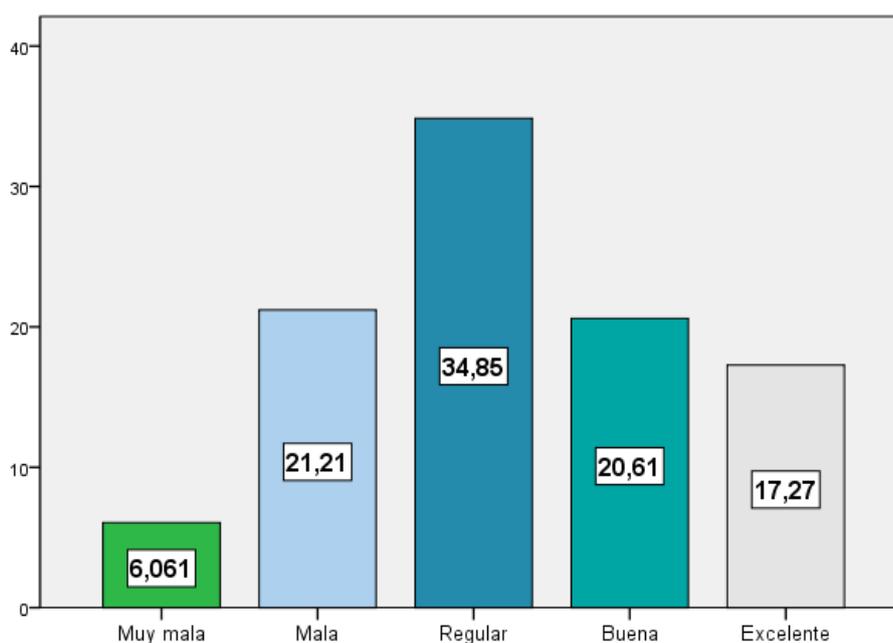
**Tabla 18**

*Evaluación del desempeño de los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy mala	20	6,06	6,1
Mala	70	21,21	27,3
Regular	115	34,85	62,1
Buena	68	20,61	82,7
Excelente	57	17,27	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 16**

*Evaluación del desempeño de los trabajadores*



Acorde a los datos de la Tabla 18 y la Figura 16, los diferentes usuarios de esta cooperativa mencionaron que en gran parte el desempeño laboral por parte de los trabajadores es regular, así mismo 68 pasajeros mencionaron que es buena y 57 personas han calificado de forma excelente que los trabajadores si muestran un desempeño acorde a lo que el cliente quiere, pero si existe deficiencia, y se concluye que la cooperativa o los dueños de los buses deben influir para que sus trabajadores se desempeñen mejor en sus funciones diarias.

**13. ¿Con qué frecuencia usted ha tenido problemas en cuanto al servicio al cliente que recibe por parte de los trabajadores de esta cooperativa?**

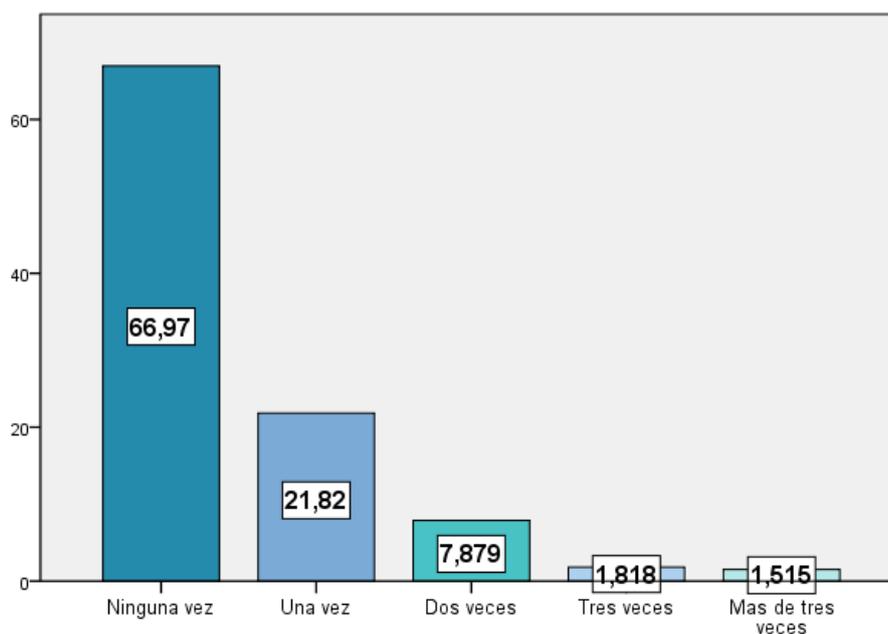
**Tabla 19**

*Problemas con los trabajadores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ninguna vez	221	66,97	67,0
Una vez	72	21,82	88,8
Dos veces	26	7,87	96,7
Tres veces	6	1,81	98,5
Mas de tres veces	5	1,51	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 17**

*Problemas con los trabajadores*



De acuerdo con los datos de la Tabla 19 y la Figura 17, se puede observar que casi todas las personas encuestadas, no han tenido ningún inconveniente con los trabajadores, mientras que a partir de 77 personas hacia abajo han mencionado que si han tenido una, dos, tres y hasta más de tres veces problemas con los trabajadores, lo que conlleva a que en esta parte la cooperativa no presenta dificultades, pero si existe una mínima cantidad de que sus usuarios si tuvieron problemas con los trabajadores en algún momento, ya sea por una u otras razón.

**14. ¿Cómo considera usted el servicio brindado por parte del personal que trabaja en el área de boletería?**

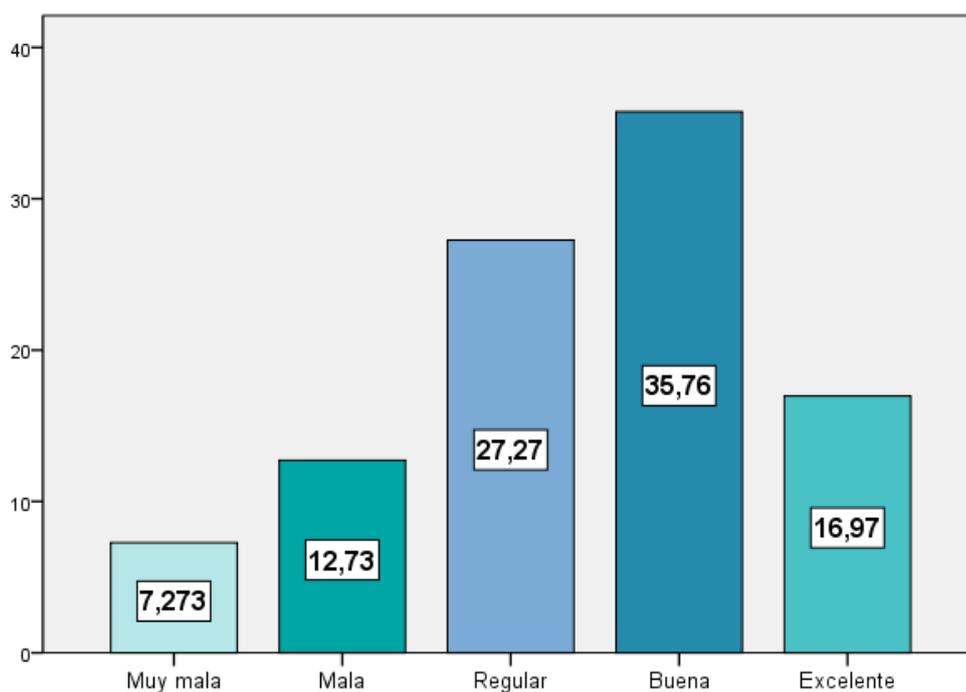
**Tabla 20**

*Servicio en el área de boletería*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy mala	24	7,27	7,3
Mala	42	12,73	20,0
Regular	90	27,27	47,3
Buena	118	35,76	83,0
Excelente	56	16,97	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 18**

*Servicio en el área de boletería*



Según los datos de la Tabla 20 y la Figura 18, con respecto a que si los clientes reciben un buen trato por parte del personal de boletería, la gran mayoría indicaron que su atención es buena, así mismo se puede observar que solo existe una mínima cantidad de personas que mencionaron que la atención en la oficina del Terminal Terrestres de Santa Elena por las personas a cargo no es tan buena, lo cual se considera que a estas personas no le llenaron sus expectativas con el servicio ofrecido por este personal.

**15. ¿La calidad del servicio al cliente que brinda esta cooperativa en general está acorde a sus necesidades?**

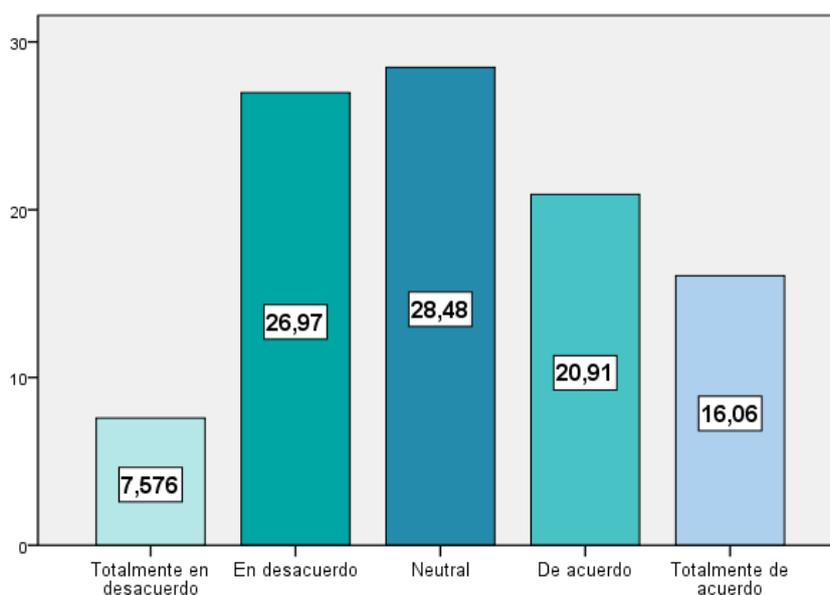
**Tabla 21**

*Calidad de servicio en general*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Totalmente en desacuerdo	25	7,57	7,6
En desacuerdo	89	26,97	34,5
Neutral	94	28,48	63,0
De acuerdo	69	20,91	83,9
Totalmente de acuerdo	53	16,06	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 19**

*Calidad de servicio en general*



Conforme a los datos de la Tabla 21 y la Figura 19, la mayoría de las personas encuestadas mencionaron que se encuentran en la parte neutral con el servicio al cliente ofrecido por la institución, mientras que más de 69 personas si están de acuerdo con el servicio ofrecido por parte de la cooperativa en general, como conclusión se comprende que entonces existe una deficiencia en el servicio ofrecido por parte de la empresa, lo que se considera importante tomar decisiones asertivas que ayuden a mejorar la calidad de servicio en todos los aspectos.

**16. De las siguientes variables, ¿cuál cree usted que es la más importante para mejorar la calidad del servicio al cliente?**

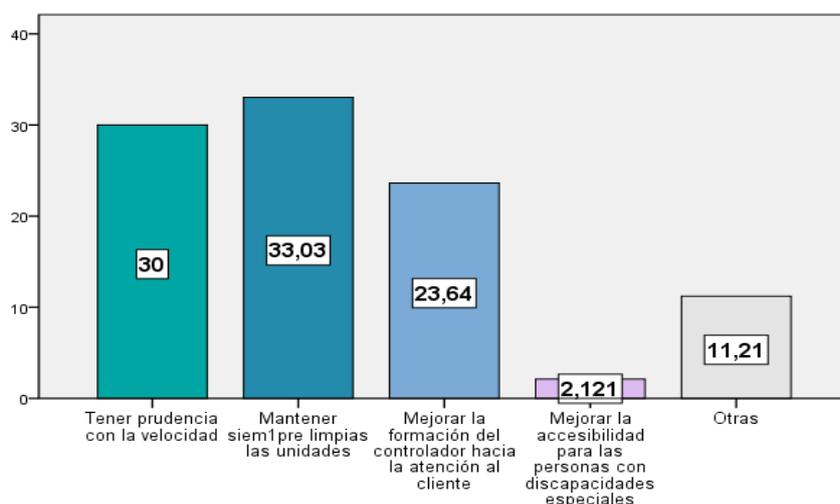
**Tabla 22**

*Variable que mejoraría la calidad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Tener prudencia con la velocidad	99	30,00	30,0
Mantener siempre limpias las unidades	109	33,03	63,0
Mejorar la formación del controlador hacia la atención al cliente	78	23,64	86,7
Mejorar la accesibilidad para las personas con discapacidades especiales	7	2,12	88,8
Otras	37	11,21	100,0
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 20**

*Variable que mejoraría la calidad*



Acorde a los resultados obtenidos de la Tabla 22 y la Figura 20, se propuso a los encuestados algunas variable que crean convenientes que ayudarían a mejorar la calidad de servicio, donde la mayoría respondieron que es muy importante tener siempre limpias las unidades, como tener prudencia con la velocidad y mejorar la formación por parte del personal trabajador, lo que conlleva a que si las personas mencionaron esto, la cooperativa debería implementar estas diferentes variables para que su calidad de servicio mejore y así sus diferentes usuarios resaltan esta parte.

## Discusión

Una vez a partir de los diferentes resultados obtenidos de la entrevista y la encuesta sobre la calidad de servicio, se procedió a responder la siguiente pregunta de investigación que es: ¿Cómo es la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre del Cantón Santa Elena?

Por lo general los hallazgos describen que la calidad de servicio en la empresa se da por la constante innovación que aplican al cambiar de vehículos de primera clase, donde se ofrece comodidad con asientos cómodos usuarios y así mismo el cargar las unidades de transportes limpias, además que para que los usuarios se sientan satisfechos han tomado la decisión de capacitar al personal de forma más seguida con la única finalidad de ir puliendo cada una de las falencias que se tienen en cuanto a la calidad que recibe el usuario por parte de los trabajadores.

No obstante, cabe mencionar que en el instrumento de la encuesta menciona que la calidad de servicio dentro de la cooperativa si es importante para el bienestar del usuario, pero con base a los resultados sobre como reciben la calidad de servicio los usuarios, se puede determinar que la gran mayoría de los encuestados indicaron que regularmente adquieren un buen servicio a la hora de tomar estos servicios, por otro lado hay que tener en cuenta que la amabilidad es de gran importancia en todo negocio ya que si bien en la actualidad, el cliente busca gentileza o mejor dicho ser tratado de forma cordial, pero en los resultados arrojados la mayoría de personas indicaron que solo a veces son tratados con amabilidad y a la vez así mismo se puede apreciar que pocas veces es tomada en cuenta la opinión a la hora de sugerir algo hacia los trabajadores, lo que conlleva entonces que el usuario muchas veces no se encuentra satisfecho y se sienten indiferentes con el servicio ofrecido por parte de las personas trabajadoras.

Pero no todo es negativo, ya que se captaron respuestas por parte de los entrevistados, donde mencionan que en las diferentes unidades las mantienen en buen estado y efectivamente los usuarios respondieron de forma positiva que la mayoría del tiempo casi siempre están limpias y a la vez ellos ratificaron que las mantienen en buen estado, por lo tanto entonces se puede determinar que estas respuestas concuerdan entre sí, así mismo en la encuesta la mayor parte de las personas mencionaron sobre la calidad de servicio por parte del personal de boletería en la oficina del Terminal Terrestre de Santa Elena.

El análisis de los datos presentados en las Tablas y Figuras proporciona una visión detallada de la percepción de los usuarios en relación con diversos aspectos del servicio brindado por la cooperativa de transporte, los resultados arrojan áreas de mejora y fortalezas, lo que puede ser crucial para tomar decisiones que contribuyan a elevar la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios.

Desde los datos de la tabla 8 y la figura 5, se destaca que la calidad de servicio es importante para la mayoría de las personas encuestadas, sin embargo, existe una porción de usuarios que no respondió, siendo interpretado como una neutralidad hacia el tema, además los hallazgos señalan la necesidad de comunicar y enfatizar los esfuerzos de la cooperativa para mejorar la calidad del servicio, y también podría sugerir que hay oportunidades para comprender y abordar las inquietudes de los usuarios que no ven la calidad como una prioridad, por otro lado en la atención del personal, indica que existe una percepción mayoritaria de que la atención es regular.

En cuanto si es que existe amabilidad al bajar de las unidades de transporte, como se revela en los datos de la tabla 10 y la figura 7, es un aspecto que también necesita mejoras. La mayoría de los usuarios encuestados consideran que solo a veces hay amabilidad por parte de los trabajadores, así mismo la seguridad es una preocupación central, donde los usuarios tienen una percepción variada sobre este aspecto.

El desempeño laboral de los trabajadores tiene un equilibrio entre las respuestas positivas y las negativas, si bien una proporción considerable de usuarios siente que sus sugerencias no son tomadas en cuenta, mientras que el servicio brindado por los trabajadores parece ser una de las áreas más problemáticas, donde la mayoría de los usuarios muestra insatisfacción o indiferencia.

Finalmente, en relación con los problemas con los trabajadores, como se muestra en la mayoría de los usuarios no ha tenido inconvenientes, pero existe una proporción minoritaria que ha experimentado problemas, lo que sugiere la necesidad de abordar y resolver cualquier problema de relación o comportamiento que pueda surgir entre el personal y los usuarios, aunque un grupo menor de usuarios no está satisfecho con el servicio. Esto indica que la cooperativa está en el camino correcto, pero debe asegurarse de que el personal tanto operativo, administrativo y de boletería mantenga altos estándares de atención al cliente.

En comparación con el trabajo de Quinteros (2020) los resultados testifican que sus usuarios solo llegaron a sentirse regulamente satisfechos, por una inadecuada implementación de puntos clave que resaltan la calidad de servicio como el mal aseo, incumplimiento de horarios por el personal trabajador, mientras que en la investigación se demuestra que existe una adecuada higiene vehicular y cumplimiento de horarios establecido por la empresa, pero que los usuarios no se sienten satisfechos con el trato de algunos trabajadores, lo que quiere decir que por la parte administrativa de la institución se debe realizar una buena gestión acorde a las necesidades del cliente por medio de sus empleados para que lleguen a satisfacer las expectativas a través del servicio ofrecido que brinda la cooperativa.

A diferencia de la publicación de Carrera Rosa (2019), menciona que sus hallazgos son más relevantes puesto que se obtuvo como resultado una calidad media con mayor satisfacción del servicio ofrecido por la institución en aquel periodo, mismo que determina que la satisfacción se la obtiene por medio de varios puntos ofrecidos al cliente, transmitiéndole seguridad, confianza, eficacia y compromiso hacia ellos a la hora de tomar sus diferentes unidades. Mientras que en resultados obtenidos de la presente investigación no se puede decir lo mismo, ya que se tiene una regularidad de la calidad de servicio al usuario en general por la cooperativa, lo cual se tiene que mejorarlos por medio de estrategias que ayuden al fortalecimiento de la satisfacción y así mismo a cambiar los resultados hallados.

En cambio el trabajo de Carranza (2019) se asemeja muchísimo más a la investigación dada, ya que contiene la misma metodología aplicada, como el enfoque mixto pero como resultados obtenidos destacan que sus usuarios se siguieron sintiendo con inconformidad del servicio al usuario por varios componentes, como la desorganización, incumplimiento del tiempo a la hora de la llegada al paradero, entre otros. Entonces como aspectos importantes mencionados de la investigación se comprende que la inseguridad y proviene de una administración pública, pero dentro de las diferentes unidades al menos si implementan un sistema de cámaras que todo el tiempo está filmando lo que sucede en el interior de los buses, pero lo que conlleva como elemento adicional es que estas empresas se deberían relacionar más con diferentes entidades estatales de seguridad como la Policía Nacional para realizar convenios que prevalezcan la seguridad y la integridad de los diferentes usuarios.

**Propuesta: Plan de Acción con Estrategias para mejorar la calidad de servicio en la Cooperativa de Transportes Intraprovincial 2 de Noviembre**

**Objetivo:** Mejorar la calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

***Presentación***

Generalmente en la actualidad, la calidad de servicio al cliente es fundamental en todo tipo de empresa y más en las empresas que brindan un servicio hacia sus clientes, es por ello que la satisfacción del usuario resalta en el servicio y más que eso es la base de estas empresas, permitiendo así que cada día estas diferentes compañías evolucionen.

Es por ello que, una vez efectuado las diferentes preguntas con relación a la calidad de servicio al usuario, se pudo determinar qué tan importante fue el estudio investigativo dentro de esta Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre, que a pesar de que los resultados proyectan unos datos no muy buenos, aún no se logra alcanzar un nivel de satisfacción alto por parte de los diferentes usuarios. Esto debido a que para que las empresas tengan buenas referencias sobre una alta calidad y no solo en infraestructura, mayormente la parte del personal laboral que interactúa con los distintos usuarios a diario debe de comprometerse más con sus funciones diarias.

Y en vista de la última pregunta planteada en el cuestionario de la encuesta, se tiene constancia de que los usuarios mencionan que para que la cooperativa siga progresando y teniendo éxito en el ámbito de brindar servicios de transporte público, se sigan aplicando o que se mejoren las diferentes estrategias como el de seguir manteniendo las diferentes unidades de transporte limpias con un ambiente agradable e impecable, así mismo tomar en cuenta un factor como el de la seguridad de los usuarios, donde sin duda alguna se sugiere a los conductores que conduzcan de manera prudencial pensando en las vidas que están trasladando a su cargo.

Así mismo de acuerdo con los datos dados por las personas encuestadas, se tomó en cuenta que se den más a menudo constantes capacitaciones obligatorias hacia el personal trabajador de la cooperativa, ya que si el personal que desempeña estas funciones dentro de la empresa si se encuentra capacitado y actualizado en cuanto a cómo brindar una buena calidad de servicio, generará satisfacción en sus clientes.

**Filosofía empresarial**  
**Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre**

***Misión***

Brindar el servicio de transporte de pasajeros con eficiencia y responsabilidad, Calidad, Seguridad, y con pensamiento positivo.

***Visión***

Ser la empresa líder de transporte Terrestre de pasajeros, buscar satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través del mejoramiento continuo de los servicios, mediante la renovación de la flota vehicular y capacitar permanentemente a todo el personal en sus diferentes áreas, para obtener el mejoramiento del desempeño laboral y que, como fruto de este desarrollo, obtener el reconocimiento provincial por nuestros valores como empresa.

***Objetivo***

Cumplir con el compromiso como transportista y de la misma manera con los usuarios ya que con esfuerzo y sacrificio estamos renovando nuestras unidades para brindar un mejor servicio a la ciudadanía en general

***Valores***

- Puntualidad
- Cumplimiento
- Honestidad
- Calidad
- Eficiencia

***Políticas***

Entre las políticas de la empresa tenemos los valores y principios que consideramos los más importantes, nuestra cooperativa en el ejercicio de sus actividades, además de los principios constantes en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector financiero Popular y Solidario y las prácticas de buen Gobierno Cooperativo que contarán en el reglamento Interno, implicará con las siguientes políticas:

- Membresía abierta y Voluntaria.
- Control democrático de los miembros.
- Participación económica de los miembros.
- Autonomía e independencia.
- Educación Formación e Información.
- Cooperación entre cooperativas.
- Compromiso con la comunidad.

**Tabla 23***FODA*

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Una institución independiente del estado.</li> <li>✓ Socios de carácter fuerte y sobre todo responsables.</li> <li>✓ Trasportes de calidad.</li> <li>✓ Trabajo en equipo.</li> <li>✓ Institución con los recursos suficientes y personal de trabajo trabajador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Convertirse en la cooperativa referente de la zona norte.</li> <li>✓ Relacionarse con instituciones públicas para fortalecer la calidad.</li> <li>✓ Brindar servicios adicionales de turismo a personas calificadas.</li> <li>✓ Brindar empleo a choferes profesionales.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal controlador en gran parte son familiares de los socios mismo.</li> <li>✓ Empleados recientes no capacitados.</li> <li>✓ Personal trabajador en ocasiones no acata al reglamento.</li> <li>✓ Deficiente servicio de transporte por vehículos poco higiénicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Usuarios dejan de utilizar sus servicios por algún disgusto ocasionado.</li> <li>✓ Que el combustible suba más de lo que ya está.</li> <li>✓ Las competencias.</li> <li>✓ Que exista una posible desintegración de los socios.</li> <li>✓ Desastres naturales.</li> </ul>

Una vez resaltado algunos de los puntos débiles que se llegaron a obtener en los resultados de la investigación, se dio paso a la elaboración de estrategias para mejorar la calidad de servicio, cabe mencionar que se nombró las más importantes destacadas por los encuestados para mejorar la calidad en la cooperativa que si bien se sabe una vez implementado de una manera adecuada, la empresa efectivamente perfeccionaría sus cualidades y por ende resaltaría dando ejemplo a sus competencias.

**Tabla 24***Estrategias para mejorar la calidad de servicio*

<b>Descripción del problema</b>	<b>Estrategias a desarrollar</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Responsable</b>	<b>Inicio</b>	<b>Duración</b>	<b>Riesgo</b>
Escasa capacitación constante al personal laboral.	Diseñar una planificación con capacitaciones periódicas para los trabajadores en cada cierto tiempo.	Que los trabajadores tomen con responsabilidad las capacitaciones para que así pueda haber una mejora hacia el trato al usuario.	Gerente general	Ago-23	Un mes	La irresponsabilidad por los trabajadores al no tomar en serio la inversión de las capacitaciones
Escases de evaluación a los Empleados.	Elaborar instrumentos de evaluación para los empleados y que se lo realicen con el fin de medir el desempeño laboral.	Completar evaluar el rendimiento de los trabajadores al 100%.	Asistente gerencial (secretaria general)	Sep-23	Un mes	Incumplimiento de ética profesional por parte de los trabajador y persona a cargo del proceso de evaluación
Irregularidades e inconformidades de parte de los usuarios al momento de tomar el servicio.	Atender a los requerimientos, quejas y sugerencias de los usuarios, para identificar las necesidades en cuanto a la calidad de servicio.	La aprobación del consejo directivo en cuanto a las correcciones para mejorar el trato al usuario.	Gerente general	Oct-23	2 meses	Carencia en el compromiso por parte de los trabajadores.
Mejorar la atención al usuario en las unidades de transportes.	Examinar constantemente la opinión de los pasajeros, para luego así poder poner en práctica los nuevos puntos claves que ayudaran a favor de la satisfacción del usuario.	Aumentar los niveles de calidad del servicio por los diferentes usuarios.	Trabajadores tanto en la parte operativa como en la parte administrativa	Oct-23	3 meses	Posibles conflictos entre los usuarios y el personal laboral durante el tiempo del proceso

## Conclusiones

Con respecto al impacto y la satisfacción acerca de la calidad ofrecida por sus trabajadores hacia sus usuarios, los resultados de la encuesta muestran que en gran medida existen una deficiencia en la calidad del servicio, ya que en algunos aspectos no se obtienen respuestas positivas y en otros también se perciben respuestas neutrales, lo que demuestra que en esta situación indica que es necesario optimizar ciertos aspectos negativos para mejorar el servicio al usuario.

La identificación de estrategias en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre demuestra un enfoque integral y proactivo hacia la mejora de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, al combinar la comunicación efectiva con la capacitación constante, la cooperativa se esfuerza por crear una experiencia de viaje excepcional para sus usuarios, al mismo tiempo que fortalece su reputación y prestigio en el mercado, estas estrategias no solo benefician a los usuarios al brindarles un servicio de alta calidad, sino que también contribuyen al crecimiento y éxito continuo de la cooperativa en el largo plazo, además el perfeccionar las necesidades económicas en la institución hace que exista un respeto y se implementen estrategias clave para mejorar la calidad de servicio

Se determinaron estrategias que pueden ayudar a determinar la calidad de servicio social dentro de la Cooperativa 2 de Noviembre, sin embargo es importante tener en cuenta que no todas las estrategias son iguales de efectivas, ya que es necesario seguir un proceso adecuado y sobre todo respaldado por datos para así poder determinar que estrategia es más confiable y cual es más apropiadas para ser implementada. Por lo general un enfoque fundamentado en resultados permite tomar decisiones más informadas y asegura tomar la táctica más adecuada.

Se comprende que durante el análisis de la calidad de servicio en la Cooperativa 2 de Noviembre, se evidencia una deficiente atención de los trabajadores hacia los usuarios, donde la calidad no se limita únicamente al estado físico de las unidades de transportes, sino que también involucra varios aspectos cruciales, como la amabilidad, la afectividad de comunicación y la consideración de las opiniones de los usuarios, por lo tanto se detectan claras debilidades y deficiencias en el desempeño del personal controlador que afectan negativamente la experiencia de los usuarios, pero con respecto a su infraestructura tiene un lado positivo puesto contribuye con el medio ambiente al contar con unidades nuevas.

## **Recomendaciones**

Es esencial mantener una constante y excelente atención hacia los usuarios en todos los aspectos, ya que brindar un servicio de calidad genera una satisfacción que repercute positivamente en el desempeño laboral de los trabajadores, el enfoque no solamente beneficiara a la cooperativa en términos económicos y sociales, sino que también contribuye a su crecimiento y desarrollo a largo plazo.

La Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre demuestra un enfoque admirable hacia la mejora continua de su servicio, enfocándose tanto en la satisfacción del cliente como en su éxito a largo plazo, es por ello que la combinación de comunicación efectiva y capacitación constante resalta el compromiso con la excelencia, esta cooperativa no solo busca brinda un servicio de alta calidad, sino que también busca perfeccionar una capacidad excepcional para corregir sus operaciones según las necesidades cambiantes, ya que al priorizar la creación de experiencias de viaje excepcionales y muy cómodos no solamente fortalecen la reputación, sino que también establecen una base sólida para su éxito futuro en la empresa.

Para mejorar la calidad de servicio en cooperativa y garantizar que las variables planteadas por los usuarios no representen dificultades en el futuro, es importante emplear de forma continua diversas estrategias, para que el personal trabajador esté constantemente evaluado y adaptado a las necesidades cambiantes de los pasajeros, de esta manera se promoverá un enfoque proactivo por parte de los empleados hacia los usuarios, fortaleciendo así los gustos en futuras investigaciones, por otro lado la implementación de estas estrategias por parte de la cooperativa es crucial para asegurar la excelencia en el servicio y así poder mantener a la empresa en una posición competitiva en el mercado.

Es fundamental que la empresa se comprometa a realizar un análisis contante del servicio brindado a los usuarios, con el objetivo de garantizar la mejora continua en la calidad de los servicios, donde para poder lograrlo, es fundamental hacer cumplir el reglamento interno y la realización periódica de levantamiento de información, ya que esto permitirá identificar áreas de oportunidad y detectar posibles falencias que puedan surgir a lo largo del tiempo, que mediante un enfoque proactivo se buscar corregir y mejorar cada aspecto que pueda afectar la situación de los usuarios, asegurando así una experiencia positiva en cada parte de la empresa.

## Referencias

- Arellano Díaz, H. O. (5 de Agosto de 2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de [http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad\\_servicio.pdf](http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf)
- Ascencio, S. (2019). *repositorio.ucv*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35620/Ascencio\\_VS\\_A.pdf?sequence=5](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35620/Ascencio_VS_A.pdf?sequence=5)
- Carranza, N. (2019). *Análisis de la calidad de servicio percibida por el usuario de transporte público de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador*. Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18347/1/UPS-GT002889.pdf>
- Carrera R, C. M. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las empresas de Transporte Público en el Distrito de Pacasmayo 2019. Chepén, Perú*. Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44977/Carrera\\_BRA-%20Chaupijulca\\_%20ZMP-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44977/Carrera_BRA-%20Chaupijulca_%20ZMP-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y)
- Constitución de la republica del Ecuador. (2008). *Articulos (52, 53, 54,394) [Titulo II y VII]*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Dhan Zunino, V. P. (Diciembre de 2020). *revistas.ungs*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <http://revistas.ungs.edu.ar/index.php/po/article/view/34/30>
- Dolores, M. (2019). *repositorio.pucese*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1916/1/GARZ%C3%93N%20VERDUGA%20%20MARIA%20DOLORES.pdf>
- Espinoza, J. R. (25 de Mayo de 2021). *revistas.uss*. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648/2355>
- Holguín Ana, J. G. (31 de Julio de 2020). *revista.escolme*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/297/322>

- Larrea, P. (1991). *El concepto de la calidad de servicio. En Calidad De Servicio Del Marketing A La Estrategia. Madrid, España: Dias De Santos, S.A.* Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad\\_de\\_servicio/-hJVcH5nSp0C?hl=es-419&gbpv=1&pg=PA11&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad_de_servicio/-hJVcH5nSp0C?hl=es-419&gbpv=1&pg=PA11&printsec=frontcover)
- Larrea, P. (1991). *La ruta de la calidad. En Calidad De Servicio Del Marketing A La Estrategia. Madrid, España: Diaz De Santos, S.A.* Obtenido de [https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad\\_de\\_servicio/-hJVcH5nSp0C?hl=es-419&gbpv=1&pg=PA11&printsec=frontcover](https://www.google.com.ec/books/edition/Calidad_de_servicio/-hJVcH5nSp0C?hl=es-419&gbpv=1&pg=PA11&printsec=frontcover)
- Leonel, S. (2021). *repositorio.uladech*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24710/ATENCION\\_CLIENTE\\_SIANCAS\\_IPANAQUE\\_LEONEL.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24710/ATENCION_CLIENTE_SIANCAS_IPANAQUE_LEONEL.pdf?sequence=1)
- Ley de Cooperativa. (2001, 29 de Agosto). *Articulos (67, 70 y 94) [Titulo VI]. Inclusion gob.* Obtenido de [https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY\\_DE\\_COOPERATIVAS.pdf](https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY_DE_COOPERATIVAS.pdf)
- Ley orgánica de transporte terrestre. (2014). *Articulo (3, 5, 15, 16, 46, 47, 54, 55, 56) [Titulo I y II]. turismo gob.* Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>
- Luis Ibarra, N. R. (20 de Noviembre de 2017). *revista innovaciones*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de [revista innovaciones: https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/272/244](https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/272/244)
- Marco Torres, S. P. (4 de Julio de 2006). *repo-ciie*. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <https://www.repo-ciie.dfie.ipn.mx/pdf/1042.pdf>
- Maria, L. (17 de Noviembre de 2018). *cosmetologas*. Obtenido de <http://www.cosmetologas.com/noticias/val/2629-37/el-valor-de-la-amabilidad-y-su-gran-impacto-positivo-en-las-relaciones-sociales.html>
- Morocho Alfredo, R. J. (2019). *La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues. Cuenca, Ecuador.* Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>

- Organisation internationale de normalisation. (2004). *Gestión de la calidad - Satisfacción del cliente*. Obtenido de <https://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/ISO%2010002%20Ed%202004QUEJAS.pdf>
- Parra, M. E. (2013). *Importancia De La Calidad Del Servicio Al Cliente*. Sonora, México. Recuperado el 20 de Mayo de 2023, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Pérez Porto, M. J. (9 de Agosto de 2021). *definición*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de <https://definicion.de/experiencia/>
- Pozo Tomalá, S. G. (2018). *repositorio.upse*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4495/UPSE-TAE-2018-0013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quinteros, M. Y. (2020). *Percepción del usuario respecto a la calidad de servicio otorgado. La paz, Bolibia*. Recuperado el 16 de Enero de 2023, de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/25159>
- Quiñonez Yadira, L. C. (2019). *pdfs.semanticscholar*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <https://pdfs.semanticscholar.org/de9d/e1e897699ffc2d6aa257b7049ded61374719.pdf>
- Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre. (2012, 25 de Junio). *Articulos ((40, 41, 55, 60, 63) [Titulo I y II]. Obras públicas*. Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Decreto-Ejecutivo-No.-1196-de-11-06-2012-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIA.pdf>
- Rendón Pedro, S. (2020). *repositorio*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de <https://repositorio.uco.edu.co/jspui/bitstream/20.500.13064/1434/5/Trabajo%20de%20grado.pdf>
- Rivera, D. (2019). *Evaluación De La Calidad De Servicio Del Transporte Público Urbano Paceño. La Paz, Bolivia*. Recuperado el 23 de Enero de 2023, de

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/25161/T-2710.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

s.l, P. v. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. vertice. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de

[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=M5yGtQ5m4yAC&oi=fnd&pg=PA48&dq=calidad+de+servicio&ots=FlcmoEjGPS&sig=XcsQ8Kmj3KXcfFOxxAyZmGPWWI#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=lang_es&id=M5yGtQ5m4yAC&oi=fnd&pg=PA48&dq=calidad+de+servicio&ots=FlcmoEjGPS&sig=XcsQ8Kmj3KXcfFOxxAyZmGPWWI#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false)

Secretaria Central de ISO en Ginebra. (2015, 15 de Septiembre). *NORMA INTERNACIONAL ISO 9001*. Obtenido de [http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/ISO/documentos/ISO\\_9001\\_2015.pdf](http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/ISO/documentos/ISO_9001_2015.pdf)

Solidaria, R. a. (2018, 22 de Marzo). *Articulo 83 [Titulo II]. Presidencia gob*. Obtenido de [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2\\_21\\_reg\\_LOEPS\\_mar\\_2018.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2_21_reg_LOEPS_mar_2018.pdf)

Thompson, I. (Julio de 2006). *academia*. Recuperado el 28 de Mayo de 2023, de [https://www.academia.edu/32459715/La\\_Satisfacci%C3%B3n\\_del\\_Cliente](https://www.academia.edu/32459715/La_Satisfacci%C3%B3n_del_Cliente)

Valdez, E. (Diciembre de 2018). *tesis.pucp*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13217/VALDE%20Z\\_SACA\\_CALIDAD\\_TRANSPORTE.pdf?sequence=1](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13217/VALDE%20Z_SACA_CALIDAD_TRANSPORTE.pdf?sequence=1)

## Apéndice

### Apéndice 1

#### Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Calidad de Servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE , provincia de Santa Elena, año 2022.	<p><b>Formulación del problema</b></p> <p>¿Cómo aporta la calidad del servicio al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre del cantón Santa Elena?</p> <p><b>Sistematización del problema</b></p> <p>- ¿Cuál es la percepción de los usuarios, respecto a la calidad del servicio de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre?</p> <p>- ¿Como identificar las estrategias referentes a la calidad de servicio que contribuyan a mejorar la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre.?</p> <p>- ¿Cuáles son las estrategias de calidad del servicio más adecuadas para la Cooperativa de transporte 2 de Noviembre?</p>	<p><b>Objetivo general.</b></p> <p>-. Analizar la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre del cantón Santa Elena, mediante el estudio de la percepción del usuario que permita la identificación de estrategias orientadas al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios,</p> <p><b>Objetivos específicos.</b></p> <p>-. Explicar la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.</p> <p>- Identificar las estrategias referentes a la calidad de servicio que contribuyan a la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.</p> <p>- Determinar las estrategias de calidad del servicio más adecuadas para el fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios en la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre.</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Atención al cliente</p> <p>Seguridad en los transportes</p> <p>Percepción del usuario</p>	<p>- Amabilidad</p> <p>- Comunicación</p> <p>- capacidad de respuesta</p> <p>- Estado de los vehículos.</p> <p>- Medidas de seguridad</p> <p>- Expectativa</p> <p>- Experiencia</p> <p>- Satisfacción</p>	<p><b>Enfoque:</b> Mixto (Cualitativo y Cuantitativo)</p> <p><b>Alcance:</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Método:</b> Analítico-sintético - Deductivo</p> <p><b>Población:</b> 10039 habitantes</p> <p><b>Muestra:</b> 330 usuarios y 3 trabajadores</p> <p><b>Instrumento:</b> Encuesta y entrevista</p>

## Apéndice 2

### Solicitud de validación de instrumentos



#### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

La Libertad, 4 Julio de 2023

**Licenciado:**  
**Divar Sebastian Castro Loor, MSc.**  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Edward Angel Lainez Reyes** con C.I. **092886974-2** 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 de Servicio en la Cooperativa de transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE, 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 de la Ing. Sabina Villón Perero MSc. Adjunto la matriz tanto de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.

Edward Angel Lainez Reye  
C.I. 0928869742

*UPSE, crece sin límites*

### Apéndice 3

#### Informe de validación de instrumento (entrevista)



### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

##### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** Calidad de Servicio en la Cooperativa de transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE, provincia de Santa Elena, año 2022.

**Autor del instrumento:** Lainez Reyes Edward Angel

**Nombre del instrumento:** Entrevista

##### 2. 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					✓

##### 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:** La Libertad 3 de Julio 2023

  
Firma del Experto Informante  
Lic. Divar Sebastian Castro Loor, MSc.

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



## Apéndice 4

*Cuestionario de entrevista a la parte administrativa de la Cooperativa*



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



**Nombre:**

**Cargo:**

**Objetivo:** Conocer las diferentes opiniones de estas tres personas con respecto a la calidad de servicio que brinda a sus usuarios de la cooperativa de transporte “2 de Noviembre

- 1.- **¿Cuál es su concepto sobre la calidad del servicio al cliente en el contexto de la cooperativa de transporte público?**
- 2.- **¿Qué aspectos usted considera clave para brindar un buen servicio de alta calidad en la Cooperativa?**
- 3.- **¿Cómo están asegurando como autoridad dentro de la Cooperativa que los conductores sean amables y eficientes en su servicio a los clientes?"**
- 4.- **¿Cuáles son las medidas específicas que están tomando para mejorar la comunicación entre el personal de atención al cliente y los conductores, con el objetivo de lograr un servicio más efectivo y eficiente?**
- 5.- **¿Cuáles son sus enfoques para garantizar la seguridad de sus usuarios al momento de utilizar sus servicios?**
- 6.- **¿Cómo manejan las expectativas de los clientes para garantizar que el servicio que brindan cumpla con sus necesidades y minimizar así las posibles quejas y reclamos?**
- 7.- **¿Qué nuevas estrategias aplican en base a la experiencia que se dan por parte de los clientes con relación al servicio que brindan ustedes como Cooperativa de Transporte Público?**
- 8.- **¿Cuál es la importancia que le otorgan a la satisfacción del usuario en la operación diaria de la cooperativa y cómo la integran dentro de la empresa?**

## Apéndice 5

### Informe de validación de instrumento (encuesta)



#### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

##### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** Calidad de Servicio en la Cooperativa de transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE, provincia de Santa Elena, año 2022.

**Autor del instrumento:** Lainez Reyes Edward Angel

**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 SUEFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6 INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación				✓	
7 CONSISTENCIA	Basado en aspectos teoricos-científicos de la investigación				✓	
8 COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores					✓
9 METODOLOGÍA	La estrategia responde al proposito del diagnostico.					✓
10 PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el proposito 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:** La Libertar 3 de Julio 2023

**Firma del Experto Informante**  
Lic. Divar Sebastian Castro Loor, MSc.

## Apéndice 6

### Cuestionario de encuesta a usuarios de la Cooperativa

 <b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b> 				
<b>Objetivo:</b> Conocer la percepción y el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte 2 de Noviembre				
<b>Estimado usuario de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, la presente encuesta, se desarrolla con fines de investigación. Es de carácter anónimo. Marque su respuesta con una "X" en el espacio respectivo. Le agradecemos su predisposición de antemano.</b>				
<b>Datos</b>				
<b>Genero</b>	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otros			
<b>Edad</b>	<input type="checkbox"/> 18 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a 35 años <input type="checkbox"/> 36 a 45 años <input type="checkbox"/> Mas de 46 años			
<b>Ocupación</b>	<input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Empleado público <input type="checkbox"/> Empleado privado <input type="checkbox"/> Independiente			
<b>Frecuencia con la que vieja en la cooperativa</b>	<input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual			
<b>Variable: Calidad de servicio</b>				
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>				
1	2	3	4	5
No es importante	Poco Importante	Neutral	Importante	Muy importante
<b>Aspecto</b>				<b>Calificación</b>
<b>Dimensión: Atención al cliente</b>				
1. ¿Qué tan importante es el servicio al cliente dentro de esta cooperativa de transporte?				
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>				
1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Excelente
<b>Aspecto</b>				<b>Calificación</b>
<b>Dimensión: Atención al cliente</b>				
2. ¿La atención recibida hacia usted por parte de los trabajadores de la cooperativa "2 de noviembre" es?				
<b>Dimensión: Atención al cliente</b>				
12. ¿Cómo califica o evalúa usted el desempeño laboral de los trabadores de esta cooperativa?				
<b>Indicador: Experiencia</b>				
14. ¿Cómo considera usted el servicio brindado por parte del personal que trabaja en el área de boletería?				
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>				
1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
<b>Aspecto</b>				<b>Calificación</b>
<b>Indicador: Amabilidad y gentileza</b>				
3. ¿Considera usted que existe amabilidad por parte del controlador al momento de bajarse de las unidades de transporte?				
<b>Indicador: Comunicación y capacidad de respuesta</b>				
4. ¿Ha observado usted una adecuada comunicación por parte del personal trabajador con personas embarazadas y mujeres con niños?				

<b>Dimensión: Seguridad en los transportes</b>									
5. ¿Sr(a) Usuario o pasajero le da seguridad viajar en estas unidades de la cooperativa “2 de Noviembre”?									
<b>Indicador: Estados de los vehículos</b>									
6. ¿Observa usted que las unidades de esta cooperativa las mantienen en buen estado?									
<b>Indicador: Medidas de seguridad</b>									
7. ¿Considera usted que existe una respectiva medida de seguridad dentro de las unidades de transportes de esta cooperativa?									
<b>Indicador: Expectativa</b>									
8. ¿Observa usted que las unidades de transportes cuentan con las instalaciones físicas acorde a sus necesidades?									
<b>Indicador: Experiencia</b>									
9. ¿Cree usted que es tomada en cuenta la opinión del usuario a través de su experiencia al momento de sugerir algo hacia los trabajadores de esta cooperativa?									
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>									
1	2	3	4	5					
Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho					
<b>Aspecto</b>					<b>Calificación</b>				
<b>Indicador: Expectativa</b>									
10. ¿Está usted conforme con la tarifa que cobran por el servicio ofrecido por parte de la cooperativa?									
<b>Indicador: Satisfacción</b>									
11. ¿De acuerdo con el transcurso que lleva siendo usuario de esta cooperativa, le genera satisfacción el servicio brindado por parte de los trabajadores y la empresa?									
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>									
1	2	3	4	5					
Ninguna vez	Una vez	Dos veces	Tres veces	Mas de tres veces					
<b>Aspecto</b>					<b>Calificación</b>				
<b>Indicador: Experiencia</b>									
13. ¿Con que frecuencia usted ha tenido problemas en cuanto al servicio al cliente que recibe por parte de los trabajadores de esta cooperativa?									
<b>Escala de Likert por nivel de frecuencia</b>									
1	2	3	4	5					
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo					
<b>Aspecto</b>					<b>Calificación</b>				
<b>Dimensión: Percepción del usuario</b>									
15. ¿La calidad del servicio al cliente que brinda esta cooperativa en general está acorde a sus necesidades?									
<b>Calidad de servicio</b>									
16. De las siguientes variables, ¿cuál cree usted que es la más importante para mejorar la calidad del servicio al cliente?									
Tener prudencia con la velocidad									
Mantener siempre limpias las unidades									
Mejorar la formación del controlador hacia la atención al cliente									
Mejorar la accesibilidad para las personas con discapacidades especiales									
Otras									

## Apéndice 7

### Certificado de validación de instrumento



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 de Servicio en la Cooperativa de transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE, provincia de Santa Elena, año 2022." planteado por el estudiante Lainez Reyes Edward Angel, 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, 4 Julio de 2023

**Lic. Divar Sebastian Castro Loor, 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](http://www.upse.edu.ec)



## Apéndice 8

### Solicitud de aprobación del tema planteado



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No. 16-ADE-SGVP-2023

Licenciado

**José Xavier Tomalá Uribe, MSc.**

**Director de la Carrera Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

En su despacho. -

De mi consideración:

Estimado director, informo a usted que, una vez realizada la revisión y análisis, por parte de tutor y especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante **Edward Angel Lainez Reyes**, del paralelo **8/1**, denominado "**Calidad de Servicio de la Cooperativa de transporte Intraprovincial 2 DE NOVIEMBRE** provincia de Santa Elena, año 2022", se ha considerado **mantener el título** del trabajo.

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente la aprobación del tema planteado.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Profesor Tutor

Profesor Especialista

Recibido -  
16/05/2023.

c/c Comisión de titulación ADE

Archivo

## Apéndice 9

### Solicitud UPSE para la carta aval



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 258-JXTU-ADE-2023  
La Libertad, 28 de junio de 2023

Sr. Homero Gonzalo Pozo Quirumbay  
**GERENTE GENERAL**  
**COOPERATIVA DE TRANSPORTE INTRAPROVINCIAL 2 DE NOVIEMBRE**  
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 del señor Lainez Reyes Edward Angel, con cédula de ciudadanía N° 0928869742, estudiante de la carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema **"Calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, provincia de Santa Elena, año 2022."** en el establecimiento 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.



Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

**UPSE** ¡crece sin límites!

f i t v www.upse.edu.ec

## Apéndice 10

### Carta aval de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre



Cooperativa de Transporte Intraprovincial

"2 de Noviembre"

Fundada el 2 de Noviembre de 1988  
Acuerdo Ministerial # 04061 del 6 de Julio de 1993  
RUC # 0991270701001



Sinchal, 12 de julio de 2023.

Lcdo.  
JOSE XAVIER TOMALA URIBE, MSc.  
DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA  
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA.  
En su despacho.

De mis consideraciones:

En calidad de Gerente de la Cooperativa de Transporte Intraprovincial "2 de Noviembre", le hago llegar cordiales y afectuosos saludos, augurándole éxitos en sus funciones diarias, a la vez expongo lo siguiente;

Que el Sr. LAINEZ REYES EDWARD ANGEL con C.I: 0928869742, estudiante de la carrera Administración de Empresas se autoriza para que pueda realizar su trabajo de Titulación con el Tema, "Calidad de servicio en la Cooperativa de Transporte Intraprovincial 2 de Noviembre, Provincia de Santa Elena, año 2022". Nos comprometemos a otorgarle toda la información que sea requerida para que este trabajo de investigación tenga el éxito que el caso amerita.

Sin ningún otro particular me suscribo de Usted no sin antes desearles éxitos y bienestar en sus labores diarias.

Atentamente.

  
SR. Homero Gonzalo Pozo *Quimbay*  
GERENTE GENERAL  
COOP. DE TRANSPORTE "2 DE NOVIEMBRE"  
C.I. 0911826154  
CEL. 0993858636



Oficina Sinchal: Calle Principal Telf. 04-459-1547  
Oficina Sta Elena Terminal Terrestre Telf. 0991973363  
LOMA ALTA - LA LIBERTAD - SINCHAL



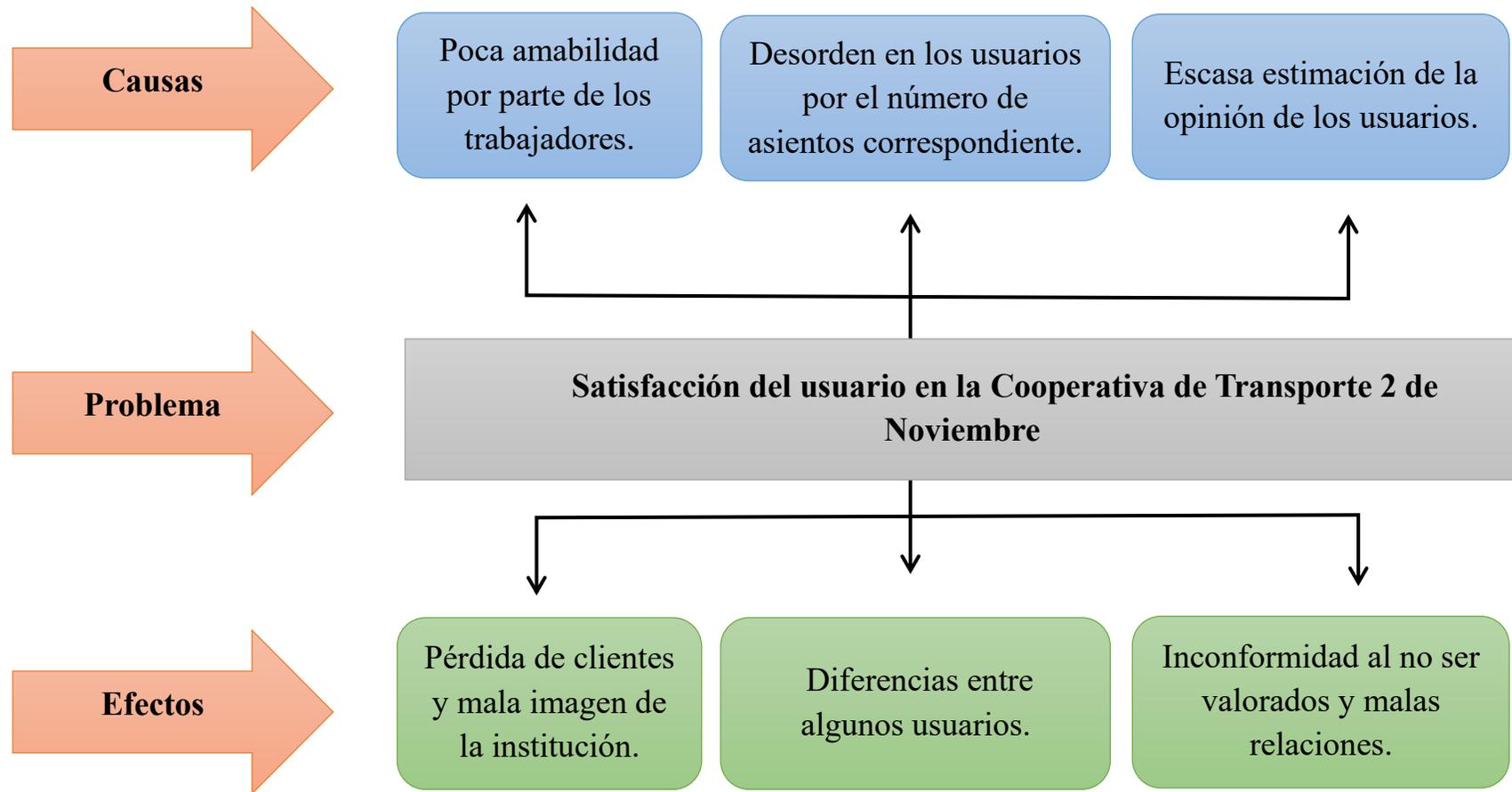
**Apéndice 12**

*Cronograma UIC 2023-1*

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		PERÍODO ACADÉMICO 2023-1																		
		2023		2023					2023					2023						
		ABRIL		MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
No.	Actividades planificadas	17-22	24-29	1-6	8-13	15-20	22-27	29MAY-3JUN	5-10	12-17	19-24	26JUN-1JUL	3-8	10-15	17-22	24-29	31jul-5ag	7-12	FECHA	
	Presentación de																			
	Designación de tutores y especialistas																			
	Aprobación de temas																			
1	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																			
2	Introducción																			
3	Capítulo I Marco Referencial																			
4	Capítulo II Metodología																			
5	Capítulo III Resultados y Discusión																			
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																			
7	Certificado Antiplagio																			
8	Entrega de informe por parte de los tutores																			
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																		14 de julio	
10	Entrega de oficios a los especialistas																			
11	Revisión y calificación de los trabajos																			
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																		julio	
13	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																			
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																		2y 3 de agosto	
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																			
16	Ingreso de calificaciones en SGA																		4 de agosto	
17	Creación de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del PAO 2023-1																			
18	Entrega de Informe final del docente Guía al Director																			

**Apéndice 13**

*Árbol de problema*



**Apéndice 14**

*Evidencia de entrevista a Gerente General*

**Apéndice 15**

*Evidencia de entrevista a Presidente de consejo de vigilancia*

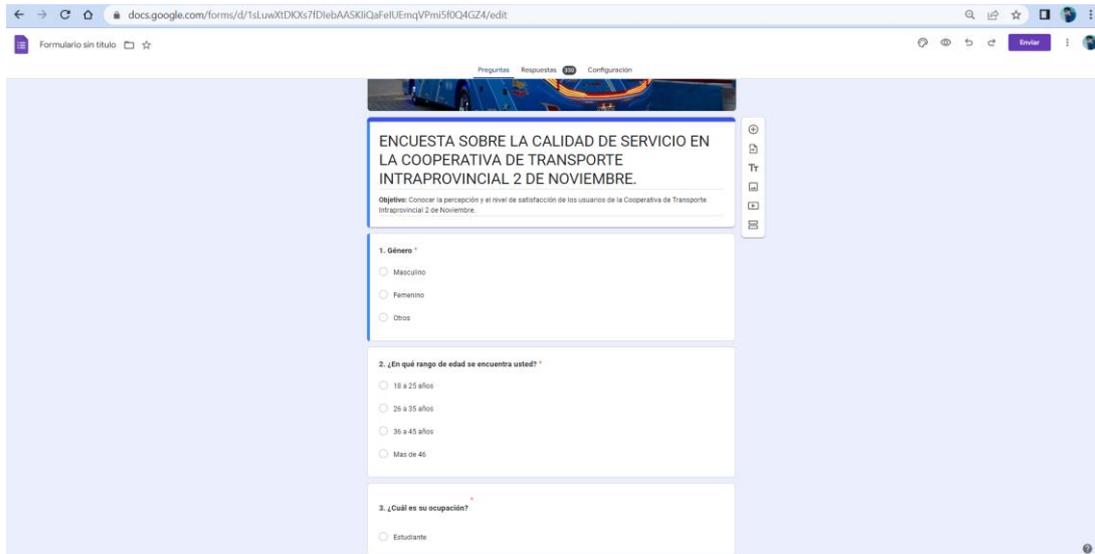
**Apéndice 16**

*Evidencia de la entrevista con el Presidente*



## Apéndice 17

### Evidencia de encuesta realizada por Google Forms



## Apéndice 18

### Evidencia de las preguntas en el programa del SPSS

The image shows the SPSS Statistics Editor de datos window. The table below represents the data dictionary for the survey variables.

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1 Género	Númerico	8	0	1. Género	{1. Masculin... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
2 Rango_de...	Númerico	8	0	2. ¿En qué ran...	{1. 18 a 25... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
3 Cuál_es_su...	Númerico	8	0	3. ¿Cuál es su...	{1. Estudian... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
4 Frecuencia...	Númerico	8	0	4. ¿Con qué fre...	{1. Diario)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
5 Qué_tan_im...	Númerico	8	0	5. ¿Qué tan 4 e...	{1. No es im... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
6 La_atención...	Númerico	8	0	6. ¿La atención...	{1. Muy mal... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
7 Amabilidad...	Númerico	8	0	7. ¿Considera...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8 Observación...	Númerico	8	0	8. ¿Ha observa...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
9 Seguridad...	Númerico	8	0	9. ¿Sr(a) Usuar...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
10 Unidades_e...	Númerico	8	0	10. ¿Observa u...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
11 Mediad_de...	Númerico	8	0	11. ¿Considera...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
12 Unidades_c...	Númerico	8	0	12. ¿Observa u...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
13 Opinión_de...	Númerico	8	0	13. ¿Cree uste...	{1. Nunca)... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
14 Esta_confor...	Númerico	8	0	14. ¿Está uste...	{1. Muy ins... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
15 Satisfacción...	Númerico	8	0	15. ¿De acuerd...	{1. Muy ins... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
16 Desempeño...	Númerico	8	0	16. ¿Cómo calif...	{1. Muy mal... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
17 Frecuencia...	Númerico	8	0	17. ¿Con que f...	{1. Ninguna... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
18 Servicios_e...	Númerico	8	0	18. ¿Cómo con...	{1. Muy mal... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
19 Calidad_de...	Númerico	8	0	19. ¿La calidad...	{1. Totalme... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
20 Variables_q...	Númerico	8	0	20. ¿De las sig...	{1. Tener pr... Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada

## Apéndice 19

### Evidencia de las respuestas de las preguntas en el SPSS

Preguntas con las respuestas de la encuesta.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

Visible: 20 de 20 variables

	Género	Rango_de_edad	Cuál_es_su_ocupación	Frecuencia_con_la_que_viaja	Qué_tan_importante_es_el_servicio_al_cliente	La_atención_recibida_por_los_trabajadores	Amabilidad_por_parte_del_controlador	Observación_de_comunicación	Seguridad_al_viajar_en_estas_unidades	Unidades_en_buen_estado	Medida_de_seguridad_en_los_vehículos	Unidades_con_instalaciones_físicas	Oj
1	1	1	1	2	4	4	3	3	4	4	3	3	
2	2	2	4	3	4	3	2	2	3	3	2	3	
3	1	4	4	1	5	4	2	2	2	2	2	5	
4	1	2	2	1	2	3	3	1	4	4	4	2	
5	2	3	4	4	4	2	2	1	3	1	1	3	
6	2	4	4	4	4	2	2	2	3	2	1	3	
7	1	1	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	
8	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
9	3	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	1	
10	3	2	4	3	5	2	2	1	3	3	3	3	
11	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	2	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	
14	2	3	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	
15	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	3	
16	1	4	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	
17	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
18	2	1	3	1	5	4	4	4	4	4	4	4	
19	1	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	5	
20	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	
21	3	2	4	4	3	2	2	2	3	3	3	4	
22	1	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	
23	2	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	
24	2	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4	4	
25	1	3	4	3	3	3	3	1	4	4	2	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

## Apéndice 20

### Evidencia de tutoría presencial

