



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

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA
CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN
TAXIS 11 DE DICIEMBRE, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

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

AUTORA:

Sonia Gabriela Pozo Tomalá

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



TEMA:

ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.

AUTORA:

Pozo Tomalá Sonia Gabriela

TUTOR:

Ing. Cedeño Pinoargote Jairo

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar las estrategias de atención al cliente aplicadas en la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, que contribuye a mejorar el servicio, debido a que es indiscutible la escasa preparación y conocimiento de los choferes, sobre todo en temas de atención y relaciones humanas que oriente hacia un mejor desempeño laboral, repercutiendo de forma negativa en la calidad del servicio brindado. La metodología utilizada para el análisis de la problemática fue de tipo descriptiva-correlacional, empleando los enfoques cualitativo y cuantitativo, además de fundamentos teóricos indispensables para una mayor comprensión del problema, consecuentemente se aplicaron técnicas de recolección de datos tales como la entrevista y las encuestas. Con los resultados obtenidos se logró divisar que existe deficiencia en la atención porque no se establecen estrategias para alcanzar los objetivos y no se organizan oportunamente las capacitaciones, por lo que es esencial las estrategias de atención al cliente que garanticen la calidad del servicio ofrecido con el respectivo monitoreo del trabajo realizado de cada taxista.

Palabras claves: estrategias, atención al cliente, calidad, transporte, usuario.



THEME:

STRATEGIES OF ATTENTION TO THE CLIENT AND HIS INCIDENT IN THE QUALITY OF THE SERVICE IN THE COOPERATIVE OF TRANSPORT IN TAXIS ON DECEMBER 11, OF THE CANTON LA LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2017.

AUTHOR:

Pozo Tomalá Sonia Gabriela

TUTOR:

Ing. Cedeño Pinoargote Jairo

ABSTRACT

The present investigation has as aim analyze the strategies of attention to the client applied in the Cooperative of transport in taxis On December 11, which helps to improve the service, due to the fact that there is indisputable the scanty preparation and knowledge of the choferes, especially in topics of attention and human relations that it orientates towards a better labor performance, reverberating of negative form in the quality of the offered service. The methodology used for the analysis of the problematics was of type descriptive-correlacional, using the approaches qualitatively and quantitatively, besides theoretical indispensable foundations for a major comprehension of the problem, consistently there were applied technologies of compilation of such information as the interview and the surveys. With the obtained results it achieved to spy that deficiency exists in the attention because strategies are not established to reach the aims and the trainings are not organized opportunely, for what it is essential the strategies of attention to the client that they guarantee the quality of the service offered with the respective monitoring of the work realized of every taxi driver.

Keywords: Strategies, attention to the client, quality, transport, user.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de profesor guía del trabajo de titulación **“ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por la Srta. Sonia Gabriela Pozo Tomalá, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Península De Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Jairo Cedeño Pinoargote

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de titulación con el título de **“ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **Pozo Tomalá Sonnia Gabriela** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

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

Atentamente,



POZO TOMALÀ SONNIA GABRIELA
C.I: 0923315220

AGRADECIMIENTO

A La Universidad Estatal Península De Santa Elena,
por abrirme sus puertas para instruirme en sus aulas,
brindándome de esa manera oportunidades
incomparables como profesional.

Al Ing. Jairo Cedeño Pinoargote por dedicarme su
valioso tiempo y ser un excelente tutor para
direccionarme en la realización de este trabajo de
investigación.

Al Sr. José Pérez Merchán presidente de la
Cooperativa de transporte en Taxis 11 De Diciembre
y a todas aquellas personas que me apoyaron en toda
mi etapa estudiantil universitaria, formando así a una
joven competente para enfrentar los retos de la vida
cotidiana.

Sonia Pozo Tomalá

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a dios, por brindarme la sabiduría necesaria para concluir mi carrera y por darme la constancia para seguir adelante en todo momento.

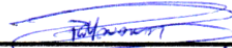
A mis padres quienes con su amor, comprensión y sacrificio me ayudaron en cualquier circunstancia y son el pilar fundamental en mi vida.

Sonia Pozo Tomalá

TRIBUNAL DE GRADO




**Econ. Margarita Panchana Panchana
DECANA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**Econ. Margarita Panchana Panchana
DIRECTORA DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**



**Ing. Jairo Cedeño Pinoargote
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**Ing. Libi Caamaño López
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz
SECRETARIO GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	II
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	III
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
TRIBUNAL DE GRADO.....	VII
ÍNDICE.....	VIII
INDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1.....	9
MARCO TEORICO.....	9
1.1 Revisión de la literatura.....	9
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.....	11
1.2.1 Variable Independiente: Estrategias de atención al cliente.....	11
1.2.1.1 Estrategia.....	11
1.2.1.2 Atención al cliente.....	12
1.2.1.3 Cliente.....	13
1.2.1.4 Herramientas de atención al cliente.....	15
1.2.1.5 Ventaja competitiva.....	17
1.2.1.6 Fidelización al cliente.....	18
1.2.1.7 Quejas y reclamaciones.....	19
1.2.1.8 Capacitación.....	20
1.2.2 Variable Dependiente: Calidad del servicio.....	21
1.2.2.1 Calidad.....	21
1.2.2.2 Servicio.....	22

1.2.2.3 Puntualidad	23
1.2.2.4 Satisfacción	24
1.2.2.5 Eficiencia.....	25
1.2.2.6 Empatía.....	25
1.2.2.7 Capacidad de respuesta	26
1.2.2.8 Seguridad	27
1.3 Fundamentación legal.....	28
CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR.....	28
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO – TODA UNA VIDA	29
GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN LA LIBERTAD	32
CAPITULO II	33
METODOLOGÍA Y MATERIALES	33
2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
2.1.1 Enfoque de investigación	33
2.1.2 Tipos de investigación	34
2.1.2.1 Investigación Bibliográfica.....	34
2.1.2.2 Investigación de Campo.....	34
2.1.2.3 Investigación Descriptiva	35
2.1.2.4 Investigación Correlacional	36
2.1.3 Alcance de investigación	36
2.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.2.1 Método Deductivo	37
2.2.2 Método Inductivo	38
2.2.3 Método Analítico	38
2.3 DISEÑO DEL MUESTREO	39
2.3.1 Entrevista	39
2.3.1.1 Población.....	39
2.3.1.2 Muestra	40

2.3.2 Encuesta	40
2.3.2.1 Población.....	40
2.3.2.2 Muestra	41
2.4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	42
2.4.1 Entrevista a Experto	42
2.4.2 Encuesta	43
CAPITULO III.....	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1 Análisis de los Resultados de la Entrevista a Experto	44
3.2 Encuesta aplicada a los socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.....	51
3.3 Encuesta aplicada a la población de la provincia de Santa Elena.	63
3.4 Comprobación de la Hipótesis	75
3.4.1 Métodos estadísticos.....	75
3.4.2 Determinación del nivel de significación	75
3.4.3 Elección de la prueba estadística	76
3.4.4 Cálculo de las Frecuencias Observadas.....	77
3.4.5 Zona de aceptación o rechazo	79
3.4.6 Interpretación.....	80
3.4 Limitaciones.....	80
3.5 Resultados.....	82
3.5.1 Entrevista	82
3.5.2 Encuesta para socios	83
3.5.3 Encuesta para la población.....	84
3.6 Discusión	86
CONCLUSIONES.....	88
RECOMENDACIONES.....	89
BIBLIOGRAFÍA.....	90
ANEXOS	93

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Informantes calificados (Muestra 1)	40
Tabla 2. Población 2	41
Tabla 3. Usuarios (Muestra 2)	41
Tabla 4. Sexo de los socios	51
Tabla 5. Edad de los socios.	52
Tabla 6. Organización del tránsito en la provincia de Santa Elena	53
Tabla 7. Aspectos en lo que fallan los choferes	54
Tabla 8. Servicio Personalizado	55
Tabla 9. Atención adecuada de la prestación del servicio de taxis	56
Tabla 10. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos	57
Tabla 11. Aplicación de normas y reglamentos de la coperativa	58
Tabla 12. Apariencia del vehículo y del chofer	59
Tabla 13. Repercusión en charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas.	60
Tabla 14. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente	61
Tabla 15. Implementación de estrategias de atención al cliente	62
Tabla 16. Sexo de la población de la provincia de Santa Elena	63
Tabla 17. Edad de la población de la provincia de Santa Elena	64
Tabla 18. Organización del tránsito en la provincia	65
Tabla 19. Aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa	66
Tabla 20. Aceptación de servicio personalizado	67
Tabla 21. Adecuación de la atención por parte de los choferes	68
Tabla 22. Acciones correctivas antes quejas y reclamos de los usuarios	69
Tabla 23. Cumplimiento de las normas y reglamentos impuestos por la cooperativa	70
Tabla 24. Apariencia del vehículo como la del chofer en la prestación del servicio de taxis	71
Tabla 25. Charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente o en relaciones humanas	72
Tabla 26. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente	73

Tabla 27. Implementación de estrategias de atención al cliente	74
Tabla 28. Estrategias de atención al cliente	76
Tabla 29. Calidad del servicio	77
Tabla 30. Frecuencias observadas	77
Tabla 31. Frecuencias esperadas	78
Tabla 32. Chi Cuadrado	79

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1. Sexo de los socios	51
Gráfico 2. Edad de los socios	52
Gráfico 3. Organización del tránsito de la provincia de Santa Elena	53
Gráfico 4. Aspectos en los que fallan los choferes	54
Gráfico 5. Servicio personalizado	55
Gráfico 6. Atención adecuada de la prestación del servicio de taxis	56
Gráfico 7. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos	57
Gráfico 8. Aplicación de las normas y reglamentos de la cooperativa	58
Gráfico 9. Apariencia del vehículo y del chofer	59
Gráfico 10. Repercusión de charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas	60
Gráfico 11. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente	61
Gráfico 12. Implementación de estrategias de atención al cliente	62
Gráfico 13. Sexo de la población de la provincia de Santa Elena	63
Gráfico 14. Edad de la población de la provincia de Santa Elena	64
Gráfico 15. Organización del tránsito en la provincia	65
Gráfico 16. Aspectos en los que fallan la cooperativa	66
Gráfico 17. Aceptación de servicio personalizado	67
Gráfico 18. Adecuación de la atención recibida por parte del chofer	68
Gráfico 19. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios	69
Gráfico 20. Cumplimiento de las normas y reglamentos impuestos por la cooperativa	70
Gráfico 21. Apariencia del vehículo como la del chofer en la prestación del servicio de taxis	71
Gráfico 22. Charlas o capacitaciones en temas de atención al client y en relaciones humanas	72
Gráfico 23. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente	73
Gráfico 24. Implementación de estrategias de atención al cliente	74
Gráfico 25. Representación gráfica del Chi Cuadrado	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	94
Anexo 2. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN	95
Anexo 3. LISTADO DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE	97
Anexo 4. ENTREVISTA A EXPERTOS	100
Anexo 5. ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	103
Anexo 6. ENCUESTA A LOS CHOFERES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE	106
Anexo 7. MATERIALES.....	109

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas viven muchos cambios debido a que los gustos y preferencias por parte de los consumidores también ha ido variando con el pasar del tiempo, siempre exigiendo más y de mejor calidad, por lo que las empresas han optado por brindar un valor agregado en la prestación de sus servicios con el fin de satisfacer completamente las necesidades de sus clientes, procurando fidelizarlos mediante la excelencia en la calidad del servicio brindado y el óptimo desempeño del talento humano, reflejando de esta forma la vital importancia que los clientes tanto interno como externo posee dentro de la empresa.

La prestación de servicios de transporte en el cantón La Libertad es muy extenso, los cuales van desde los buses de transportes intercantonal e interprovincial, así como la presencia de compañías y cooperativas de taxis formales e informales, los mismos que son utilizados a diario por varias personas para trasladarse a un determinado lugar y de esa manera cumplir con sus obligaciones tanto personales como profesionales.

El transporte se originó por la necesidad que tenían las personas por trasladarse de forma eficaz y eficiente dentro de una sociedad, de la misma forma enviar bienes de un destino a otro, dinamizando de esa manera la economía, por lo que el transporte se convirtió en un medio de consumo necesario para realizar diversas actividades; contribuyendo a la mejoría del bienestar social.

Desde tiempo atrás se conoce que el transporte terrestre es aquel que se realiza en la superficie terrestre, siendo el medio más efectivo que emplearon los seres

humanos para poder llegar a un lugar lejano no solo para poder intercambiar información sino también bienes y servicios indispensables para la supervivencia del ser vivo; produciendo beneficios de carácter social al conceder interacción entre pueblos y vigorización de empleos.

Los empresarios de las grandes ciudades del mundo con el tiempo han entendido la dimensión que ha tenido la creación de empresas de taxis, es por eso que han optado por la implementación de taxímetros y radioteléfonos en sus unidades con el fin de que los taxistas puedan estar comunicados con la oficina de la empresa en donde se le indican en qué lugar debe ir a recoger a su pasajero, adicionalmente las unidades de transporte cuentan con GPS, el cual es considerado un equipo indispensable para otorgar seguridad a los usuarios, sin embargo uno de los problemas que todas las empresas dedicadas a la transportación por medio de taxis es la aparición de empresas competidoras que hacen uso de aplicaciones móviles para ofrecer este tipo de servicio.

La calidad es un componente importante para conseguir la satisfacción completa por parte de los clientes y posterior crecimiento de la cooperativa, es por esa razón que la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, una entidad dedicada a ofrecer transporte a los habitantes del cantón La Libertad, debe apuntar diseñar estrategias de atención con el fin de demostrar ética y compromiso con la población.

Hoy por hoy existen ofertas de traslados de pasajeros, los mismos que se caracterizan por la atención hacia los usuarios, como lo es el servicio de taxi, pero debido a la influencia de vehículos informales, el negocio de taxistas formalmente

constituido ha sufrido un revés en el mercado, lo que ha creado cierto nivel de desconfianza en los usuarios, debido a los constantes aumentos de subida de precio, falta de capacitación hacia los taxistas sobre el área de atención y valores al tratar con el cliente, durante el servicio que se está prestando.

Según (Medina, 2013), señala que cada empresa debe desarrollar su propia estrategia de calidad de servicio tomando en consideración el sector en la que se opera y el tipo de negocio en la que se desarrollará con el propósito de diseñar un servicio más adecuado que satisfaga a todos los segmentos de mercado a los que atiende la empresa, para ello se deberá de involucrar a todos los miembros de la organización comenzando desde las autoridades principales, administradores y socios.

El sector del transporte se encuentra estrechamente relacionado con la economía, logrando considerarse como un factor productivo y la movilidad como una actividad determinante tanto del costo como del mercado.

En Ecuador la Federación Nacional de Operadores de Transporte en Taxis del Ecuador (FEDOTAXIS) cuenta con aproximadamente 60.000 choferes agremiados los cuales exigen a las autoridades competentes que se den los debidos controles operativos para contrarrestar la piratería y la transportación informal, cuyo mal ha denigrado la imagen segura de las cooperativas debido a los constantes robos o secuestros que se cometen en este tipo de taxis.

De acuerdo con datos proporcionados por la página web de la superintendencia de compañías hasta el 12 de febrero del año 2013, en la provincia de Santa Elena solo

se encuentran registradas 21 compañías de transporte de taxis, pero según datos de la Agencia Nacional de Tránsito de las 21 compañías antes mencionada solo 14 están reguladas, mientras que las demás solo constan con vida jurídica, haciendo que los presidentes de cada una de las cooperativas estén a la espera de recibir el permiso legal que le permita operar normalmente.

El cantón La Libertad cuya población es de 95.942 habitantes según datos proporcionados por el INEC, en el año 2010, es considerada una de las ciudades con más población en el país, cuya ubicación se centra en el litoral ecuatoriano; no obstante, el servicio de transporte tanto dentro de la provincia como fuera de ella es llegada a ser calificada de pésima calidad, por la escasa preparación y cultura que poseen quienes están al frente de una unidad que presta servicios de transporte así como el desconocimiento de quienes lo administran, provocando que se presente debilidades que afecten la atención del usuario y la perspectiva que logre tener el mismo del servicio brindado, originando un ambiente de total desconfianza y mala imagen del usuario.

La escasa de cortesía de algunos taxistas, carencia de buenas costumbres, solidaridad, mal servicio de transporte y la poca preocupación por la presentación de las unidades, le han dado al usuario una mala imagen del negocio de taxis.

El limitado conocimientos acerca de leyes como Ley de Compañías, Ley de Cooperativas, Ley Orgánica de Transporte terrestre, Tránsito y seguridad Vial, etc., ocasionan que no se pueda brindar una adecuada aplicación de la administración de este tipo de transporte.

Todos estos factores han provocado un efecto negativo para el crecimiento de las empresas especialistas en esta área, ya que no podrán tomar decisiones acertadas para poder captar a nuevos clientes o en su defecto mantener la fidelidad de aquellos que ya usan el servicio; evitando inconscientemente el aprovechamiento al máximo de las rentabilidades que se conseguirían si se implementara adecuadamente las estrategias de atención al cliente y lo trataran como lo que verdaderamente son, su principal motor.

Para la **formulación del problema** en el presente trabajo de investigación, se establece la pregunta: ¿De qué forma la inadecuada atención al cliente afecta la calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?

Considerando la temática, el **objetivo general** de este trabajo de investigación es: Analizar las estrategias de atención al cliente aplicadas para mejorar el servicio brindado a los usuarios en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

Los **objetivos específicos** que se realizaran en el trabajo de investigación son las siguientes:

1. Fundamentar las estrategias de atención al cliente que deben emplearse en la actualidad de acuerdo al criterio de algunos autores.
2. Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, lo que permitirá conocer su desempeño en la atención al cliente.

3. Determinar las estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre.

La **justificación** del presente trabajo de investigación se respalda en juicios que conducen la realización del estudio, interrelacionado con el análisis de las estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, fundamentado en materiales bibliográficos más importantes, tal como lo expresan varios autores expertos en el tema, los mismos que han dejado una huella relevante en cuanto a la implementación de estrategias de atención al cliente en las empresas.

Según (Carvajal, Ormeño, & Valverde, 2015) dice, que el cliente “es el eje central de cualquier actividad empresarial; sin él no hay negocio. En la mayoría de los casos, una forma de destacar ante la gran competencia que existe actualmente en el mercado es contar con clientes satisfechos; sin duda son la mejor publicidad para un negocio, cualquier vendedor lo sabe y por eso debe construir y mantener una buena relación con ellos” es por eso que la investigación tiene como propósito perfeccionar la satisfacción del cliente a través de alternativas que generen cambios mediante nuevas estrategias de atención que originen una mejora continua en el servicio que se le brinda al cliente de forma eficaz.

La adopción de la Calidad y Servicio distinto por parte de la empresa, corroborara la satisfacción completa de las necesidades de los usuarios, con la búsqueda del mejoramiento continuo y de la inspección de los servicios ofrecidos, la calidad estará asegurada desde el principio; por tal razón (Kotler & Armstrong, 2017)

manifiesta que, “La calidad tiene un impacto en el desempeño del producto o servicio, creando vínculos entre el cliente y su satisfacción”, por lo tanto, podemos decir, que la calidad le dará a la empresa un plus en la mejoría de su aspecto organizacional, en el cual cada trabajador sin importar su nivel jerárquico está comprometido a la consecución de los objetivos planteados por la cooperativa.

La importancia de este estudio radica a partir de que los empleados considerados como factor importante dentro de la empresa se comprometan a integrarse y comprendan el hecho de trabajar con conocimientos, destrezas y cualidades que le permitan brindar una mejor calidad en el servicio prestado, logrando de esa forma ser competitivos dentro del mercado, por brindarle al cliente la mejor experiencia que pueda recibir al hacer uso del servicio.

Para el posterior desarrollo de esta investigación uno de los componentes primordiales es contar con la predisposición de ayuda tanto de los directivos como de cada uno de los choferes con los que cuenta la cooperativa, por tal razón la factibilidad de este trabajo tendrá como esencia la disposición de las autoridades pertinentes aportando con información necesaria según lo requiera la investigación durante su desarrollo.

Contemplando que este trabajo es una investigación de tipo descriptiva-correlacional la **hipótesis** es: Las estrategias de atención al cliente inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

La presente investigación está diseñada en base al formato que detalla la introducción, cuyo contenido está compuesto por planteamiento y formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, justificación, hipótesis y el mapeo de los contenidos de los 3 capítulos.

En el **Capítulo I**, se da a conocer la revisión de la literatura en donde se describirán las actividades que un investigador llevo a cabo para extraer y recopilar información de interés que ayuden a la construcción del marco teórico, al igual que los fundamentos legales en las que se basarán la investigación acorde al tema propuesto.

En el **Capítulo II**, se enfoca en los materiales y métodos que se emplearon durante el trabajo de investigación para extraer la información necesaria para el tema propuesto, por lo que se detalla el tipo de investigación a implementarse, los métodos que direccionan el trabajo, el diseño del muestreo, en el cual se detalla la población y muestra investigada y por último tenemos las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se van a implementar durante el desarrollo del trabajo.

En el **Capítulo III**, se describen los análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la entrevista realizada a algunos expertos en el tema y las encuestas empleadas tanto para los socios como para los usuarios de la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, las limitaciones que el investigador tuvo que travesar para poder cumplir con el objetivo del tema de estudio, la discusión en donde se detallarán los alcances que se obtuvieron en los resultados y por ultimo las conclusiones y recomendaciones del tema.

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

1.1 Revisión de la literatura

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se utilizará como referencia trabajos previos relacionados al tema, proceso necesario para el desarrollo y avance del conocimiento, debido a que ningún hecho puede ser abordado sin poseer conceptos previos del mismo, por lo consiguiente se toman en consideración los siguientes antecedentes investigativos:

(Barrera, 2016) En su artículo titulado “Las nuevas tendencias del servicio al cliente” hace referencia que para brindar un excelente servicio al cliente debe ir acorde con la tecnología, para ello debe transformar el proceso de servicio al cliente en uno mucho más ágil y que requiera de mayor atención para así mantener a sus clientes felices, un consumidor actual al momento de ponerse en contacto con una empresa lo que espera recibir son respuesta inmediata, transparencia y honestidad; para ello la empresa debe hacer uso de los medios sociales como herramienta efectiva y moderna de acercamiento con sus clientes.

Crear vínculos a largo plazo entre cliente y empresa será considerado como un factor diferenciador a la hora de evaluar la satisfacción del servicio brindado al cliente, ya que se conoce muy bien que los clientes que perciben una buena atención regresan al mismo lugar y con el tiempo convertirse en clientes fieles, por lo tanto las empresas deben hacer empleo de multicanales como correo electrónicos, chat,

redes sociales, call centers que les permita estar presentes en el día a día de las personas incluso antes de que lo soliciten.

En cambio, para (Moya, 2016), cuando se habla de calidad en servicio, inmediatamente se piensa en el cliente; esto se debe a que día a día los clientes buscan indiscutiblemente calidad en los servicios que se ofrecen, los mismos que deben satisfacer sus necesidades a través de una buena atención en términos de amabilidad.

Lidiar con clientes complicados no es una tarea fácil, debido a que estos siempre están interesados en el valor que le aportara el servicio ofertado, por tal razón las organizaciones tratan de implementar metodologías que les ayude a medir los niveles de satisfacción de sus clientes, ya que de esta manera se cercioraran de que los clientes vuelvan y sobre todo que los recomienden con otros.

Cuando las empresas decidan crear departamentos de atención al cliente, deben tener presente que no solo basta con estandarizar al cliente, es decir lograr tener una buena acogida por parte de ellos; si no, que se debe conseguir que se sientan escuchados, mejorando así el servicio y consecuentemente logrando mejorar los procesos de atención, con el objetivo de tener la plena satisfacción del cliente.

De igual modo en el artículo realizado por (Fierro, 2016), expresa que debido a la globalización y al avance de la tecnología, las empresas deben implementar técnicas que creen ventajas competitivas que a su vez impacte de forma directa al cliente, tomando en cuenta que lo principal es la prestación de servicios y como esto influye en la satisfacción de sus necesidades; también menciona que no emplear un lenguaje

adecuado, ni una comunicación asertiva, son problemas que ocasionan que los clientes no lleguen a lograr sentirse feliz y satisfecho con el servicio brindado.

Otros de los artículos relevantes sobre esta temática, es la realizada por (Garcia A. , 2016), en donde se analizó la cultura de servicio que poseen las organizaciones y como esta favorece a la optimización del servicio al cliente, mediante el uso de un conjunto de actividades que logren satisfacer sus expectativas; no obstante si las empresas desean ofrecer un servicio a la altura de los requerimientos de los usuarios tiene la obligación de modificar la filosofía del servicio brindado, con el objetivo de que el cliente perciba el compromiso de cultura interna que posee la empresa para cumplirlas.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1 Variable Independiente: Estrategias de atención al cliente

1.2.1.1 Estrategia

Según (Catellanos, 2015) menciona que:

“La estrategia es el conjunto de acciones planificadas y coordinadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo, para lograr un determinado fin o misión”. (pág. 3)

El autor (Di Génova, 2016) opina que:

“En la estrategia se determinan los hechos y acciones fundamentales, vitales, y en torno de las que se va a encalmar todo lo que conforma la

organización. A partir de ella sabremos qué es conveniente hacer, con qué recursos económicos y en qué momento”. (pág. 111)

Las estrategias son acciones que las empresas llevan a cabo para cumplir con los objetivos que se han propuesto desde el comienzo, es por ello que la cooperativa debe hacer uso de los recursos necesarios que posee y tomar en consideración tanto el ambiente externo e interno cambiante en el que se desarrolla, para que su administrador pueda elegir las mejores decisiones para su organización, llevándola así por el buen camino y asegurando su permanencia en el mercado.

1.2.1.2 Atención al cliente

Según (Laza, 2014, pág. 7) expresa que:

“Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio”.
(pág. 7)

También (Fernández, 2014) menciona que la atención al cliente:

“Es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente”.
(pág. 13)

Las empresas deben de considerar a la atención al cliente como un factor principal en su gestión, ya que es el pilar fundamental de la economía y desarrollo de cada entidad, por tal razón, la cooperativa debe prestar principal consideración a sus componentes con el fin de aplicarlos de manera correcta, consiguiendo fomentar así la calidad de atención al cliente.

La cooperativa actualmente no cuenta con un departamento de atención al cliente donde pueda atender al usuario de la forma más cordial posible ante cualquier pedido ya sea de información, reclamo o sugerencia; respetando su tiempo y mostrando el mayor interés posible a lo que el cliente está requiriendo, ya que cada persona posee necesidades y exigencias muy diferentes, necesitando así un trato específico y personalizado, por lo que al llegar a implementarse este departamento dentro de la cooperativa lograra crear un vínculo más cercano y duradero con sus usuarios. Contar con personal capacitado para atender el cliente es primordial, ya que el cliente se sentirá cómodo porque percibirá que su pedido está siendo atendido de forma ágil, respondiendo a su confianza de la manera más adecuada.

1.2.1.3 Cliente

Para el autor (Oliver, 2018) el cliente es:

“Un cliente fiel no es un cliente sumiso que asume y se resigna a recibir un mal servicio, una expectativa no satisfecha o un producto de mala calidad. Los buenos clientes tienen capacidad para discrepar, reclamar, exigir y, aun así, mantener una relación sólida y de confianza con la empresa que han elegido para satisfacer su necesidad”.

El autor (Pisonero, 2014) conceptualiza el término cliente como:

“El cliente es aquella persona, empresa u organización que compra un bien, producto o un servicio, para satisfacer sus necesidades a otra empresa u organización a cambio de pagar un dinero”. (pág. 162)

Es muy común escuchar que el cliente es la “Razón de ser de cualquier empresa”, pero no es algo que se deba tomar a la ligera sino que se debe considerar como un asunto real, pues un cliente es lo más importante y esencial para la empresa, debido a que este es su principal fuente de ingreso; la cooperativa debe de implementar sus mejores estrategias para que el cliente se sienta satisfecho cada vez que requiera o solicite el servicio, ya que, es el usuario el que marca las reglas del juego dentro del mercado y el encargado de marcar la supervivencia de la empresa; la cooperativa no debe olvidar nunca que sin usuarios no hay negocio y por ende su satisfacción es fundamental para su regreso cada vez que lo requiera.

La cooperativa de taxis debe tener en consideración que los clientes son tan exigentes actualmente que se quedan en donde lo tratan bien, donde se sienten aceptados y donde sientan que les prestan la atención adecuada; si no perciben estos factores dentro de la empresa intentaran alejarse lo más pronto posible, provocando que la mala experiencia recibida lo comparta con sus familiares, amigos o compañeros de trabajo.

Los choferes que presten el servicio de transporte deben de tener en claro que el cliente es un individuo con diversas necesidades y preocupaciones, por lo que, aunque no siempre tengan la razón, siempre debe de estar en primer lugar.

1.2.1.4 Herramientas de atención al cliente

Según (Martínez, 2014, págs. 36-37), manifiesta que se pueden hacer empleo de herramientas para ofrecer un mejor servicio al cliente:

- Correo electrónico y formulario de contacto
- Página web
- WhatsApp
- Videochat
- Chat

Herramientas comerciales para empresas según el autor (Gonzalo, 2014, págs. 40-42) son:

- Webs corporativas
- Mailing
- Redes sociales
- Blogs y foros.

El análisis de las herramientas que las empresas pueden utilizar para brindar un mejor servicio a sus clientes según los dos autores mencionados nos permite identificar coincidencias en los correos electrónicos, las redes sociales y las páginas web, mientras que se diferencian en el uso de blogs y foros, videochat y chat, los cuales también forman partes de las herramientas que las empresas pueden hacer uso.

Blogs y foros. Permiten a las empresas crear contenidos en la red, en las que se comunica todo tipo de información; las diferencias entre blogs y foros, es que el primero son periódicos virtuales en el cual las empresas tienen la posibilidad de

editar y crear artículos de gran utilidad para sus clientes actuales, clientes actuales y potenciales; mientras que los foros son definidos como canales de conversación continua ya que permite que exista una interacción entre cliente - empresa o cliente – cliente, donde habitualmente un usuario hace preguntas o solicita información y otro usuario o la misma empresa responde a las inquietudes formuladas.

Videochat. Es un medio fácil de usar, en donde la confianza es un factor que debe prevalecer ya que al generarse un negocio la percepción del valor en el cliente es un factor que debe asegurarse.

Chat. Se la considera una herramienta muy poderosa, eficaz y eficiente, ya que consigue una gran efectividad en la información que la empresa desea transmitir a su cliente, con un coste muy limitado, ya que la persona encargada de manejar este medio puede lograr atender a varios usuarios al mismo tiempo sin ningún inconveniente, sin perder la opción de brindarles una atención personal y rápida.

Los correos electrónicos o Mailing. Son muy útiles, ya que permite a las empresas llegar a su público objetivo mediante información enviados a través de sus correos electrónicos. Son calificados como estrategias publicitarias y de comunicación con gran alcance y de bajo costo.

Páginas webs o webs corporativas. Son sitios que ofrecen amplia información sobre un determinado producto o servicio al usuario, también existe un apartado donde los clientes pueden realizar preguntas, sugerir o recomendar cambios o mejoras a la empresa y lo más importante es que les permite a las personas estar en comunicación con la empresa desde la comodidad del hogar o trabajo.

Redes sociales y WhatsApp. Son aplicaciones que en la actualidad casi todo el mundo usa, no solamente para estar conectados con sus seres queridos, sino como vía de comunicación con el cliente.

1.2.1.5 Ventaja competitiva

Según (Selva & Conde, 2013) indica que:

“Constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca es una posición de preferencia a los ojos del mercado”. (pág. 13)

Según (Vallet, y otros, 2015), una ventaja competitiva esta:

“Constituida por aquellas características de las marcas o de los productos de la empresa que hacen que esta tenga algún tipo de superioridad sobre el resto de empresas del mercado, principalmente, sobre su competencia más directa. Además, esta ventaja deberá ser sostenible en el tiempo para que resulte interesante para la empresa”. (pág. 156)

Una ventaja competitiva es considerada un atributo relevante sobre algún aspecto con el cual una empresa se distingue del resto y que le permite conseguir un mejor desempeño dentro del mercado. La cooperativa de taxis al contar con un personal que este altamente calificado podrá conseguir una alta productividad y a su vez brindar un destacado servicio a la población, de igual manera si contara con un sistema de información donde el cliente pueda realizar cualquier solicitud, podría procesar de forma rápida los pedidos logrando ofrecer una atención oportuna.

1.2.1.6 Fidelización al cliente

Según (Tirado, Guillèn, Roig, Fiol, & Monferrer, 2014), expresa que:

“La fidelización al cliente se sustenta en la idea de que una empresa capaz de retener a sus clientes durante más tiempo normalmente genera más dinero de cada uno de ellos con menor coste que aquellas que intervienen continuamente en la captación de nuevos clientes”. (pág. 168)

Para (Villanueva & Toro, 2017), la fidelización de los clientes debe:

“Ser el objeto final de un nuevo planteamiento de marketing que debería ponerse en práctica al efectuar la primera venta, con el fin de poder permitir a las empresas ser consideradas excelentes en el mercado actual”. (pág. 239)

Conseguir la lealtad de un cliente es esencial para cualquier organización ya que es considerada la pieza clave para conocer el rendimiento que tiene una empresa, es por eso que la cooperativa no debe conformarse con solo ofrecer un servicio de calidad que muchas veces no es suficiente, por lo que para conseguir la fidelización de sus usuarios debe aplicar estrategias de fidelización que permitan diferenciarla de la competencia y que sean efectivas, logrando así propiciar su confianza y lealtad por un tiempo, así como atraer a clientes nuevos.

La fidelización permitirá a la cooperativa crecer dentro del negocio de taxis y de la misma forma ayudará a conservar sus ingresos fijos, logrando su subsistencia en el mercado, por lo tanto, la fidelización del usuario debe ser la razón las importante en la gestión de la Cooperativa.

1.2.1.7 Quejas y reclamaciones

Según (Acosta, Peña, & Solarte, 2015), expresa que:

“Los clientes o usuarios externos expresan su disgusto en forma de quejas o reclamaciones, las cuales son oportunidades, porque representan una ocasión para mejorar y reaplicar la calidad”. (pág. 4)

Según (García J. A., 2013) manifiesta que:

“La queja se manifiesta habitualmente de forma verbal, la reclamación se realiza por escrito, poniendo en conocimiento de la empresa, que le ha vendido el bien o prestado el servicio, un perjuicio causado por esta, pretendiendo la reparación, resarcimiento o incluso una indemnización por el daño ocasionado”. (pág. 183)

Atender quejas o reclamaciones por parte de un usuario no es una tarea fácil, puesto que hay que saber cómo hacerlo, para que el cliente pueda sentirse que realmente su pedido es atendido.

Este tipo de quejas o reclamos suelen ser muy usuales entre chofer y cliente ya sea por el tiempo de demora en la prestación del servicio, por las condiciones del vehículo o por el trato recibido; en fin son tantos los factores por lo que el usuario puede quejarse o reclamar, que el chofer tiene que saber actuar de manera correcta ante la situación, para ello debe emplear un tono de voz calmada y actitudes correctas, todo esto con el fin de solucionar el inconveniente lo más favorable para el cliente y lo más pronto posible.

1.2.1.8 Capacitación

Según los autores (González, Olivares, González, & Ramos, 2014) indican que:

“La capacitación es el proceso de enseñanza-aprendizaje que inicia con el diagnóstico de las necesidades de capacitación (DNC), el cual establece un programa y se apoya en diferentes métodos para fomentar en los empleados, nuevos y actuales, las habilidades que necesitan para ejecutar sus labores de manera adecuada”. (pág. 107)

Según (Chávez, 2015), menciona que la capacitación es un:

“Conjunto de actividades enfocadas a generar o incrementar conocimientos y mejorar las aptitudes de los trabajadores. Está orientada a preparar al personal sobre temas de contenido técnico, científico o administrativo”. (pág. 23)

Capacitar a los empleados es un factor esencial para toda empresa, debido a que esto ayudará a mejorar el servicio que se brinda al cliente, en el caso de la cooperativa, capacitar a los choferes en temas de atención al cliente, en tratar a diferentes tipos de clientes, en brindar un trato amable y cordial, entre otros temas, va a ser un factor diferenciador en comparación con las otras cooperativas, ya que esto se verá reflejado en el desempeño de sus labores y a la vez en el rendimiento y productividad que se obtendrá al finalizar el día. Con la realización de la capacitación, la cooperativa está incentivando a sus choferes a crear un trabajo cooperativo mediante la integración de los directivos y los asociados.

1.2.2 Variable Dependiente: Calidad del servicio

1.2.2.1 Calidad

Según (Rangel, Camargo, & Lizcano, 2013), expresa que la calidad se analiza como:

“Un aspecto fundamental para la perdurabilidad y el desarrollo de la organización, como algo que le permitirlle dinamizar sus procesos internos, diferenciarse del entorno, adaptarse al medio y satisfacer adecuadamente las necesidades de sus diferentes grupos de interés”. (pág. 4)

Al respecto, Peters (1987), menciona que:

“La calidad es una responsabilidad empresarial en donde influyen todos los puestos de trabajo, además de cada uno de los procesos de la empresa “El cliente percibe el servicio bajo sus propias condiciones, es el cliente quien paga la tarifa o no la paga por una razón o una serie de razones que él o ella determinan”. (Vargas, 2017, pág. 11)

Referirse a la calidad significa brindar un producto servicio confiable y estandarizado a través de un costo bajo, cubriendo las necesidades y expectativas del usuario, comprometiéndose a mejorar de manera continua el servicio de transporte en el caso de estudio. Para la cooperativa este aspecto es muy importante porque el efecto que genera esto es un factor determinante para la continuidad de la prestación del servicio, esta acción debe estar controlada por el presidente, el cual debe realizar las debidas gestiones para que la calidad sea percibida por el cliente

desde el primer momento, originando así solidez del vínculo (cooperativa – chofer – cliente) creado.

Si la cooperativa logra conseguir calidad en la prestación de su servicio, está logrando sin lugar a dudas que el cliente siga requiriendo su servicio tantas veces como crea necesaria.

1.2.2.2 Servicio

Para (Coral, 2014), el servicio es:

“El conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o se suministran con las ventas”. (pág. 66)

De igual manera (Holguin, 2012), opina que:

“El servicio es una diferenciación competitiva de la empresa donde definen una razón de como servir mejor a sus clientes; se considera como una misión, una meta o un valor para el cliente; es un momento de verdad sobre la empresa pone en juego el valor agregado, la calidad, sus objetivos y filosofía empresarial”. (pág. 192)

El cliente muchas veces no solo espera recibir un buen precio o buena calidad, sino que también espera recibir un buen servicio; la cooperativa tiene muy en claro este factor, ya que si un usuario recibe un servicio excelente y queda satisfecho con el mismo es más que seguro que su regreso es inminente y no solo eso, sino que la probabilidad que lo recomiende con personas conocidas es muy alta.

El buen servicio debe prevalecer en todo momento, desde el saludo que le ofrezca el conductor en el momento que se sube al vehículo hasta la despedida cuando ya su trayecto haya culminado, por lo que es indispensable que exista una adecuada capacitación y motivación permanente a todo el personal que forme parte de la cooperativa.

1.2.2.3 Puntualidad

Según (Rodríguez, 2016), la puntualidad es una:

“Filosofía de vida basada en una disciplina positiva y respeto a los horarios, las citas y los compromisos contraídos todos los días, en todo momento. Se adquiere cuando se ha aprendido y concientizado a medir y controlar el tiempo, tanto en la hora de llegada a un lugar, como en el cumplimiento de un trabajo en el tiempo convenido”. (pág. 22)

Según (Soto, 2013), expresa que:

“La puntualidad es importante en los negocios, tanto porque es un factor importante dentro de la imagen del negocio como es un respecto hacia la otra persona, pero no sólo en las reuniones de negocios, la puntualidad es importante a la hora de entregar pedidos, pagar a proveedores, pagar facturas, en acudir a una cita de negocios y otros aspectos”.

La puntualidad al momento de prestar un servicio es tan valorada por los clientes que su incumplimiento es considerado como una falta grave. El tiempo de espera de los usuarios que hacen uso de los taxis es tan valioso que la puntualidad con la

que se realice el servicio será esencial en la permanencia del usuario en la compañía, por lo tanto, la cooperativa debe aplicar mediciones del servicio ofrecido, con el fin de medir el tiempo que se lleva en ejecutar la carrera y de esa manera cumplir exitosamente con la promesa ofrecida al cliente, la misma que es la de llegar a tiempo al lugar deseado.

1.2.2.4 Satisfacción

(López, 2014), expresa que la satisfacción:

“Implica superar expectativas. Para los clientes, la satisfacción moviliza una emoción, y conlleva una comparación entre sus expectativas y el valor percibido del producto o servicio percibido”. (pág. 12)

(Ale, 2015), manifiesta que:

“La satisfacción del cliente es un proceso estándar, ya que, si se escucha al cliente, este resurgirá o mejorará y si se actúa de forma rápida, y en consonancia a lo escuchado, también se ganará al cliente y, por tanto, se le podrá comunicar para vender”.

Cuando un cliente se siente satisfecho con el servicio recibido, no solo regresará adquirirá el servicio una vez, sino las veces que sean necesarios e incluso de por vida y eso lo tiene muy en claro la cooperativa de taxis, por tal motivo, la cooperativa debe darse el tiempo de conocer cuáles son las necesidades y expectativas que tiene el cliente, con el objetivo principal de complacerlo de la mejor manera.

1.2.2.5 Eficiencia

(Álvarez, 2017), opina que:

“La eficiencia es la consecución del compromiso adquirido optimizando los recursos empleados para ello”. (pág. 48)

En cambio, para el autor (Pérez-Aradros, 2013), la eficiencia es:

“El valor utilizado por la empresa en la elaboración de un producto o la realización de un servicio y el valor que el cliente reconoce y paga a la empresa”. (pág. 6)

La eficiencia es vista como la relación existente entre los recursos empleados por la cooperativa y en la cual se mide sus esfuerzos tales como el tiempo, recursos humanos y la calidad ofrecida al cliente; los mismos que son considerados elementos inherentes de la eficiencia, para alcanzar los objetivos propuestos. La eficiencia tiene que ser una cualidad muy apreciada por la cooperativa, ya que todos los esfuerzos que se haga se verán reflejados en el buen desempeño de los conductores y en la consecución de sus metas.

1.2.2.6 Empatía

(Acero, 2015), opina que:

“El vendedor consigue que su cliente se sienta valorado, ya que puede llegar a sentir que entiende sus necesidades y preocupaciones en relación al producto o servicio”. (pág. 91)

Según (Roura, 2017), con la empatía:

“En el mundo de los negocios la empatía nos ayuda a conectar con los clientes de una manera muy significativa y a conocer al 100% sus necesidades, y esto es importante, porque solo se llegamos a entender sus miedos, sus dudas, sus ilusiones, seremos capaces de entender qué es lo que necesitan y aportarles la solución más acertada”.

La empatía es la capacidad que tiene el empresario en comprender y tratar de mejor forma al cliente, respondiendo adecuadamente a sus necesidades; por lo tanto, los choferes de la cooperativa deben tener empatía en todo momento hacia sus clientes, ya que no todas las personas que requieran del servicio de transporte tendrán el mismo estado de ánimos, por lo que se deberá saber tratar con todos los tipos de clientes, transmitiéndoles atención y comprensión.

1.2.2.7 Capacidad de respuesta

Según el autor (Serrano, 2017), manifiesta lo siguiente:

“La capacidad de respuesta se entiende por tal la disposición a atender y a dar un servicio rápido, los consumidores cada vez son más exigentes en este sentido y queremos ser atendidos sin tener que esperar”. (pág. 111)

(Quiñonez & Vega, 2014), opina que:

“La capacidad de respuesta es la buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito”. (pág. 143)

Para la cooperativa, la capacidad de respuesta con la que se debe atender a un cliente es importante ya que, permite aumentar las oportunidades con los usuarios y disminuir los problemas que pudieran tener estos; entre más eficiente sea la capacidad de respuesta por parte de la cooperativa, el cliente más satisfecho estará.

1.2.2.8 Seguridad

Según (González J. V., 2013) explica que:

“La seguridad es aquella que previene reduce y controla los riesgos y protege a las personas y los bienes”. (pág. 113)

Según (Sánchez, 2014) menciona que la seguridad en el trabajo es:

“El conjunto de acciones que permiten localizar y evaluar los riesgos, estableciendo las medidas para prevenir los accidentes. Se trata de una disciplina analítica en lo referido a las condiciones materiales relacionadas con el trabajo, que podrían llegar a incidir, directa o indirectamente, en la integridad física de los trabajadores”. (pág. 33)

La seguridad en cualquier empresa es un tema muy indispensable, ya que no solo se trata de resguardar la integridad del trabajador, sino también en procurar que el cliente se sienta seguro en todo momento; es por esa razón que la cooperativa debe adoptar medidas como el empleo de cámaras de seguridad y la revisión periódica de cada una de las unidades que realizan el servicio de transporte.

(Ver anexo N°1.Matriz de consistencia)

1.3 Fundamentación legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Sección octava - Trabajo

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

Sección tercera - Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.
7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar

sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente.

Sección duodécima – transporte

Art. 394.- El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO – TODA UNA VIDA

Objetivo 1 - Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

“El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas – individuales y colectivas –, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.”

Intervenciones emblemáticas para el eje 3 - Calidad y calidez en los servicios

“El Estado debe garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, cuyas

propiedades y características garanticen el cumplimiento de sus derechos, así como las necesidades y expectativas ciudadanas.”

**LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL
SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO**

Artículo 28: Cooperativas de Servicios. - Son las que se organizan con el fin de satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad, los mismos que podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte, vendedores autónomos, educación y salud; en las Cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por tanto, no existe relación de dependencia.

**LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD
VIAL**

Art. 46.- El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional.

Art. 48.- En el transporte terrestre, gozarán de atención preferente las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niñas,

niños y adolescentes, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ley. Se establecerá un sistema de tarifas diferenciadas en la transportación pública en beneficio de niñas, niños y adolescentes, personas con discapacidad, adultas y adultos mayores de 65 años de edad.

Art. 54.- La prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos:

- a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores adolescentes, niñas y niños;
- b) La eficiencia en la prestación del servicio;

Art. 57.- El servicio de taxis se prestará exclusivamente en el área del territorio ecuatoriano, establecido en el permiso de operación respectivo; y, fletado ocasionalmente a cualquier parte del país, estando prohibido establecer rutas y frecuencias.

Art. 58.- El transporte por cuenta propia es un servicio que satisface necesidades de movilización de personas o bienes, dentro del ámbito de las actividades comerciales exclusivas de las personas naturales y/o jurídicas, mediante el uso de su propio vehículo o flota privada, requerirá de una autorización, en los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento; no se incluye en esta clase el servicio particular, personal o familiar.

Los vehículos que realicen transporte por cuenta propia, deberán obligatoriamente ser parte y constar en los activos de las personas naturales o jurídicas que presten

dicho servicio, y estar debidamente matriculados a nombre de dichas personas. Los vehículos que consten matriculados a nombre de una persona natural o jurídica diferente, no podrán prestar el servicio de transporte de carga por cuenta propia

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN LA
LIBERTAD**

**Ordenanza para el cobro de tasas de los servicios que se prestan en la
Dirección Municipal de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del
cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena”**

Artículo 2.- Los servicios regulados por esta Ordenanza, se rigen por los principios de legalidad, eficiencia, eficacia, coordinación, transparencia, continuidad, universalidad, regularidad y simplicidad, que consiste en la atención en el menor tiempo y con óptima calidad.

Artículo 5.- Las operadoras de transporte en las distintas modalidades autorizadas por la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, para brindar el servicio de transporte, deberán contar obligatoriamente con los documentos que les acrediten haber cumplido con los requisitos establecidos para la prestación del servicio, de acuerdo a lo establecido en la indicada Ley.

La Dirección Municipal de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del Cantón La Libertad determinará los procesos internos para certificar, emitir y registrar los documentos correspondientes a los trámites del transporte en las distintas modalidades autorizadas por la Ley.

CAPITULO II

METODOLOGÍA Y MATERIALES

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1 Enfoque de investigación

Los tipos de investigación que se empleó en la realización del presente capítulo tienen como fin determinar los instrumentos de investigación que se utilizan al momento de realizar estrategias en la prestación del servicio de taxis; es por eso por lo que se usa los siguientes enfoques:

El enfoque cualitativo se empleó porque ayudo a describir las cualidades y características de las variables que intervienen en el problema de estudio; así mismo se plantearon interrogantes esenciales a través de la entrevista, pues permite aplicar la recolección de datos sin hacer empleo de la medición numérica, analizando caso por caso con el propósito de llegar a una perspectiva más general, obteniendo un mejor acercamiento a la realidad.

De igual manera se utilizó el enfoque cuantitativo por ser objetivo y científico debido a que se realizará un estudio de los diferentes datos que se emplearán durante toda la investigación, las cuales se desplegara según se expresen los datos, tanto en valores numéricos basándose mediante los gráficos estadísticos en donde están clasificadas por porcentaje y demás procesos estadísticos, garantizando de esa manera la elaboración de las alternativas de solución viable.

2.1.2 Tipos de investigación

2.1.2.1 Investigación Bibliográfica

Es considerada una de las etapas más importantes para cualquier investigación, pues gracias a ella se obtiene cada uno de los conceptos posibles e indispensables que permiten tener una mayor claridad sobre el tema, ya que el investigador se respalda de información primordial de varias fuentes y juicios de expertos, los mismos que se extraen de principales medios de investigación bibliográfica tales como libros de textos físicos y virtuales, páginas web, tesis, tratados y revistas científicas de diversos autores, en donde se realiza una comparación con el fin de escoger las mejores publicaciones y de esa manera realizar la respectiva discusión, análisis de la información y la culminación del tema propuesto, mediante diversos enfoques orientadas al estudio.

2.1.2.2 Investigación de Campo

Este tipo de investigación es una de las más importante, debido a que permite una apropiada interacción con los implicados del objeto de estudio en el lugar de los hechos, obteniendo así información y datos certeros a través de la comprobación de los acontecimientos investigados en el momento pertinente, lugar preciso, empleando técnicas e instrumentos adecuados según el tipo de estudio, a través de la entrevista al presidente de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, al jefe de tránsito de la provincia de Santa Elena, al presidente del sindicato de choferes del cantón La Libertad; y la encuesta realizada a los choferes de la cooperativa y a la ciudadanía de la provincia.

Esta investigación ayuda a realizar un análisis minucioso del lugar en donde se origina la problemática permitiendo determinar la naturaleza de la investigación de forma directa y exacta, con el propósito de examinar mediante el uso de las técnicas de trabajo de campo, la información requerida para el procedimiento correcto de los datos en los programas apropiados que posibilitan el manejo adecuado de los datos.

El trabajo de campo desarrollado para esta investigación se consolida en la encuesta aplicada al presidente de la cooperativa, al jefe de tránsito cantonal, al presidente de sindicatos de choferes y a clientes fijos de la cooperativa, quienes poseen conocimientos sobre la manera en que los choferes atienden a los clientes y una encuesta realizada a los choferes y usuarios que hacen empleo de los taxis diariamente para conocer acerca de la calidad del servicio que se ofrece en la cooperativa.

2.1.2.3 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es una técnica que facilita el detalle de las características de un fenómeno mediante una medición con mayor precisión de las variables conocidas. La aplicación de esta investigación permitirá establecer las situaciones y actitudes que prevalecen en la Cooperativa de Transporte en Taxis “11 de Diciembre” mediante la descripción de las actividades, procesos y recurso humano.

El propósito de esta investigación no solo se limita a recolectar datos, sino más bien se centra a predecir e identificar las relaciones existentes entre dos o más variables. Los investigadores recogen aquellos datos provenientes de la hipótesis planteada y

la exponen para luego realizar un resumen de aquella información de forma cuidadosa, con el fin de analizar los resultados obtenidos mediante generalizaciones significativas que aporten al conocimiento.

2.1.2.4 Investigación Correlacional

La investigación correlacional posee la peculiaridad de conceder al investigador la oportunidad de analizar la relación de los hechos y fenómenos a estudiar, conociendo así el grado de afectación o ausencia de ellas, ofreciendo de esa manera predicciones, relaciones entre las variables y cuantificación de las mismas.

Este tipo de investigación se empleó por la relación existente entre las dos variables tratadas como son las estrategias de atención al cliente y calidad del servicio; estableciendo como incide o influye la una sobre la otra, por lo cual la aplicación de métodos estadísticos fue imprescindible, tomando como referencia la población estimada se procedió a utilizar el método del Chi cuadrado para realizar la comprobación y verificación de la hipótesis y así analizar la información, procesarla y subsiguiente obtener resultados; certificando la veracidad y factibilidad de la hipótesis.

2.1.3 Alcance de investigación

Se emplea un alcance exploratorio, ya que permite estar en contacto con la situación real de la cooperativa, encontrando de esa forma la problemática sobre la falta de estrategias de atención al cliente que enfrenta la institución para posteriormente establecer líneas generales que ayude a la realización de una investigación a

profundidad y sistematizada; es decir, permitió conocer el cómo se ha ido planteando y desarrollando el problema que enfrenta la Cooperativa de Transporte en Taxis “11 de Diciembre” del cantón La Libertad, logrando de ese modo determinar la relación existente entre las variables, orientándolo a la enunciación de la idea a defender, la misma que nos encaminara a una solución para la problemática determinada.

Así mismo se establece un alcance descriptivo debido a que la aplicación de esta investigación permitirá establecer las situaciones y actitudes que prevalecen en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, mediante la descripción de sus actividades y procesos. El propósito de esta investigación no solo se limita a recolectar datos, sino que se centra en identificar las relaciones existentes entre dos o más variables y así respaldar las sugerencias y recomendaciones que oriente a la implementación de estrategias de atención al cliente.

2.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Método Deductivo

Este método va de lo general a lo particular, fundamentándose en teorías y circunstancias generales que conduzcan a la obtención de una perspectiva lógica, llegando de esa forma a un elemento particular concreto, el mismo que forma parte de un conjunto de componentes, es decir, las personas con las que se ha desarrollado el trabajo, en otras palabras podemos decir que ayudo deducir sí la Cooperativa de Transporte en taxis 11 de Diciembre necesita de la implementación de estrategias de atención al cliente que ayude a mejorar la calidad del servicio.

2.2.2 Método Inductivo

Es imprescindible proveer, observar y describir los sucesos que se originan, de esa manera se podrá realizar un análisis que ayude a determinar de forma clara las definiciones de cada uno de los conceptos previamente investigados como estrategias, atención al cliente, capacitación, calidad, servicio, capacidad de respuesta, etc. Este método permitirá al investigador tomar en consideración aspectos relevantes para realizar conclusiones que inician de hechos particulares que deben ser aceptados como válidos con el fin de llegar a las conclusiones.

Como este método va de lo particular a lo general, su implementación es de gran aporte ya que ayudará a identificar cada una de las dimensiones que se empleará en conjunto con sus indicadores sobre el tema propuesto, en el caso de la atención al cliente, esto ayudará a entender la utilización eficaz de las estrategias de atención que se le brinda al usuario y del efecto que esto ocasionará en la calidad del servicio ofrecido.

2.2.3 Método Analítico

Con este método se podrá desfragmentar las partes o aquellos elementos que se analizaron durante la operacionalización de las variables, considerando de esa forma las causas, naturaleza y efectos de los mismos, revisándolos por separado a cada uno y comenzando de lo más simple a lo más complejo.

Además, el método analítico ayudó a la recolección de información necesaria que se requiere para el presente trabajo, como conocer con cuántos socios está formada

la cooperativa, con cuantas unidades constan, cuantos colabores tiene la empresa, cual es el tipo de seguridad que se brinda al usuario y sobre todo bajo qué ley se apoya, como es la ley de compañías, de tránsito, entre otras., buscando de esa manera que la cooperativa satisfaga las necesidades de sus clientes a través de la calidad y confianza.

2.3 DISEÑO DEL MUESTREO

En el presente tipo de investigación la población y muestra está compuesta por dos partes, la primera ayudará a establecer de qué forma se lleva a cabo la atención al cliente, la misma que es realizada por los choferes de la cooperativa, cuyos entrevistados será el presidente de la cooperativa, el jefe de transito cantonal, el presidente del sindicato de choferes y los clientes fijos cuyos informantes son indispensables para obtener información precisa y por otra parte, una población y muestra que permita conocer la calidad del servicio que se ofrece a la ciudadanía en toda la provincia de Santa Elena.

2.3.1 Entrevista

2.3.1.1 Población

La población con la cual se va a realizar la investigación está dividida en dos segmentos, el primero por el Presidente de la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, Jefe de transito cantonal, presidente del sindicato de choferes; quienes nos proporcionara información sobre la atención al cliente en la institución mediante una entrevista estructurada.

2.3.1.2 Muestra

Entre la población de la provincia de Santa Elena se considera que los informantes calificados para obtener información sobre la atención al cliente son el Presidente de la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, Jefe de Tránsito cantonal y el Presidente del sindicato de choferes, los mismos que constituyen a la muestra 1, y son a quienes se aplicara la entrevista, la misma que está estructurada por preguntas sobre la atención al cliente.

Tabla 1. Informantes calificados (Muestra 1)

INFORMACIÓN	CANTIDAD
PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA	1
JEFE DE TRANSITO CANTONAL	1
PRESIDENTE DEL SINDICATO DE CHOFERES	1
TOTAL	3

Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

2.3.2 Encuesta

2.3.2.1 Población

La población está conformada por los 66 choferes que forman parte de la Cooperativa y los ciudadanos de la provincia de Santa Elena, los cuales está compuesto por 29.874 personas en el rango de 15 a 19 años, 27.175 personas en el rango de 20 a 24 años, 25.512 personas en el rango de 25 a 29 años, 22.967 personas en el rango de 30 a 34 años, 20.091 personas en el rango de 35 a 39 años, 17.237 personas en el rango de 40 a 44 años, 15.280 personas en el rango de 45 a 49 años, 12.010 personas en el rango de 50 a 54 años, 9.957 personas en el rango de 60 a 64 años, 5.831 personas en el rango de 65 a 69 años, a continuación, se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Población 2

INFORMANTES	CANTIDAD
CHOFERES	66
USUARIOS	193.083
TOTAL	193.150

Fuentes: Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre / INEC- Censo 2010
 Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

(Ver anexo N°3.)

2.3.2.2 Muestra

La muestra 2, que se utilizará para la encuesta, se obtuvo mediante la aplicación de la formula estadística, en donde se obtuvieron submuestras para cada segmento según su puntaje, a continuación, se detalla las mismas:

Tabla 3. Usuarios (Muestra 2)

INFORMANTES	CANTIDAD	%
CHOFERES	0,13285529	0,03%
USUARIOS	382,87	99,97%
TOTAL	383	100%

Fuentes: Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre / INEC- Censo 2010
 Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

Para el cálculo del tamaño de la muestra se empleó una tabla de Excel:

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos margenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]	193.150	← Escriba aquí el tamaño del universo
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5	← Escriba aquí el valor de p

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z (1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Nivel de Confianza	Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 193150 con una p de 0,5									
	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	67	83	105	137	187	269	419	744	1.666	6.498
95%	96	118	150	196	266	383	598	1.061	2.372	9.149
97%	118	145	184	240	326	470	733	1.299	2.899	11.096
99%	166	205	260	339	461	663	1.034	1.831	4.073	15.321

Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

Como se puede observar el resultado del tamaño de la muestra para este trabajo de investigación es de 383 encuestas a aplicarse, la misma que estará dirigida a la población de la provincia de Santa Elena cuyas edades están comprendidas a partir de los 15 años en adelante, ya que estas personas son las que en su mayoría hacen uso de las unidades de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre para trasladarse a sus diversos destinos y así cumplir con sus actividades.

2.4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.4.1 Entrevista a Experto

En este trabajo se empleará la técnica de la **entrevista** estructurada, cuyo formulario será aplicada al Presidente de la Cooperativa, Jefe de Tránsito cantonal y Presidente del sindicato de choferes, quienes son los informantes calificados para proporcionar información relevante sobre la atención al cliente que se brinda en la cooperativa de taxis para tener conocimiento sobre qué aspectos se están fallando y sobre los cuales se debe trabajar con el propósito de que la cooperativa pueda implementarlos para un mejor reconocimiento en el mercado cantonal.

El formulario de la **entrevista** está estructurado por preguntas relacionadas netamente con la variable independiente, el mismo que trata sobre la atención al cliente, y en ella se puntualizan preguntas abiertas, permitiendo conseguir información fidedigna que aporte al desarrollo de la investigación en relación a la atención que se brinda al usuario en la cooperativa.

(Ver anexo N°4.)

2.4.2 Encuesta

Se empleó **la encuesta**, con el fin de conocer la calidad del servicio que se le brinda a la ciudadanía de la provincia, la manera en la que se realiza la atención al cliente, el tiempo que se lleva a cabo en atender las necesidades y sugerencias del usuario, entre otros puntos de real importancia para este estudio, que está dirigido a la ciudadanía comprendida desde los 15 a 69 años, porque se consideras personas aptas para transportarse sin ayuda o acompañamiento de otras y en condiciones de pagar por el servicio.

La encuesta fue aplicada a los **choferes de la cooperativa** y a **los usuarios** que hacen uso de este medio de transporte diariamente, se emplearon preguntas cerradas y politomicas basadas con escala de Likert en gran parte con alternativas, siempre y cuando dependiendo del aspecto considerado; aportando de esa manera al ordenamiento de las dimensiones y sus respectivos indicadores en relación a los diversos componentes que integran el fenómeno que se estudia.

Las interrogantes ayudarán a la realización de la tabulación, graficación y el respectivo análisis e interpretación de la información obtenida, permitiendo de esa forma el tratamiento adecuado de los datos para mostrar un criterio acertado que ayude a la toma de decisiones oportunas y correctas para la mejora de la perspectiva que tiene la población acerca del servicio que brinda la cooperativa y por último que ayude a la formulación eficaz de las conclusiones basándose en los resultados obtenidos y sus pertinentes recomendaciones con alegatos sostenibles.

(Ver anexo N°5)

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los Resultados de la Entrevista a Experto

Entrevista realizada a los señores: José Cirilo Pérez (Presidente de la cooperativa de taxis 11 de Diciembre); Coronel Oscar Sabando Chumo (Jefe Provincial de Tránsito) y Tec. Cesar García Cobeña (Presidente del Sindicato de choferes del cantón la Libertad).

1. ¿Cómo percibe el servicio de transporte en la provincia de Santa Elena?

El servicio que brinda los transportistas en la provincia de Santa Elena es deficiente, porque no existe un servicio de calidad ya que aún predominan por las calles peninsulares vehículos en muy mal estado, haciendo que los usuarios no se sientan valorados como clientes y se conformen con lo que hay, también cabe recalcar que la participación de las autoridades de controles no es suficiente para hacer que se respete los derechos de la ciudadanía, logrando que la consecución de un servicio de transporte de calidad solo sea preocupación y responsabilidad de un solo lado, cuando lo más viable es que todas las partes interesadas se involucren para conseguir el objetivo común.

El mal servicio que se suele brindarse en el transporte se debe a la poca preparación y cultura de quienes conducen los vehículos y de quienes los dirigen por la poca preocupación que tienen por mejorar el servicio.

2. ¿Qué opinión le merece el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos de la provincia de Santa Elena?

El servicio de taxi en la provincia es considerado regular ya que la mayoría de los conductores se preocupan por solo realizar rápido la carrera y recibir el cobro de la misma, sin preocuparse por la seguridad, el bienestar, ni mucho menos se preocupan por ser atentos y amables con el cliente.

3. ¿Cuáles son los aspectos positivos en el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos de la provincia de Santa Elena?

- **Taxis disponibles en todo momento:** en la península se encuentran taxis a toda hora y en cualquier lugar.
- **Unidades renovadas:** vehículos con aire acondicionados, llantas en buenos estados, asientos reconfortarles.
- **Carreras a tiempo:** conductores se preocupan por que sus usuarios lleguen a tiempo a sus destinos.

4. ¿Cuáles son los aspectos negativos en el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos la provincia de Santa Elena?

- **Irrespeto a la velocidad:** irrespeto a las señales de tránsito con tal de llegar más rápido a un lugar.
- **Falta de capacitación:** en temas de relaciones humanas y atención al cliente, para brindar un buen servicio.

- **Falta de cortesía de los choferes:** poca predisposición por parte de los conductores para ayudar al cliente cuando este se encuentra con muchas compras, al igual que la falta de educación al saludar apenas el cliente solicita el servicio de transporte.
- **Falta de mantenimiento a los vehículos:** la poca preocupación por parte del chofer por presentar un vehículo limpio y en buenas condiciones, creando en el usuario una mala imagen sobre el servicio en este tipo de negocios.

5. ¿Qué otros servicios ofrecen las cooperativas de transportes en taxis en la atención al cliente? Descríbalos por favor.

A parte del servicio de transporte las cooperativas no ofrecen ningún servicio adicional, sin embargo, algunos de los servicios que pueden implementarse son:

- **Confianza entre chofer y usuario:** se necesita de esto para que el usuario pueda solicitarle al chofer que lo espere en caso de que sea necesario y este tenga la certeza de que, al terminar su diligencia, el chofer estará ahí esperándolo.
- **Folletos:** donde exista información de lugares turísticos existentes en la provincia de Santa Elena y con el cual el chofer pueda explicarle al cliente que es lo que va a poder observar en esos lugares.
- **Ofrecer bebidas dentro de las unidades:** en cada carrera que se realice, el chofer debe de ofrecer al usuario la oportunidad de poder comprar una botella de agua, jugo o soda, si es que así lo requiere.

6. ¿Qué características cree usted que los choferes de las cooperativas de transportes en taxis públicos deben tener para ofrecer su servicio?

Descríbalos por favor.

- **Honesto:** actuar de forma decente, razonable y justo durante el traslado del pasajero.
- **Amable:** tratar educadamente a todo tipo de usuario, a pesar de que este tenga un mal día, el conductor no debe olvidar que debe respeto a su cliente.
- **Pulcritud:** tanto el conductor y el vehículo donde se prestará el servicio debe estar totalmente limpios y en buenas condiciones, brindando un buen aspecto al usuario.
- **Profesionales:** los choferes que manejen taxis deben contar con tipo de licencia adecuada, además de conocer y respetar las señales de tránsito, asegurando así el bienestar del usuario en todo momento.

7. ¿Qué aspectos deben mejorar el servicio de transporte en taxis para brindar una atención de calidad? ¿Por qué?

La velocidad, el cuidado en el transporte, la atención al usuario, la calidez de sus palabras y ser y parecer confiables, ya que esto repercutirá de forma positiva en una mayor acogida por parte del usuario no solo local sino también del usuario visitante, ocasionando así una buena imagen a la cooperativa porque el usuario al recibir un servicio excelente, este sin lugar a dudas lo recomendará no solo a sus familiares, sino que lo hará con sus amigos y conocidos.

8. ¿Qué opinión le merece la idea de implementar un plan de estrategias de atención al cliente en las cooperativas de transportes en taxis públicos? Profundizar razones.

La idea de implementar un plan de estrategias de atención al cliente es muy buena, siempre y cuando se los llegue a implementar adecuada y oportunamente, con el propósito de aprovechar al máximo los beneficios que este plan ofrecería, pues en ella se evaluara cuáles son los procesos que impactan de forma directa en la satisfacción del servicio que el usuario recibe por parte de la empresa.

Una opción adicional sería que las cooperativas trabajen conjuntamente con el ministerio de turismo en implementar estrategias que ayuden a que el cliente se sienta querido e importante para la cooperativa.

9. ¿Cree usted que la implementación de un plan de estrategias de atención al cliente ayudaría que se obtenga un mayor nivel de satisfacción? ¿Por qué?

Indudablemente, ya que lo más importante para una cooperativa es realizar una autoevaluación en conocimiento y en personalidad de sus conductores, porque eso ayudara a identificar los puntos débiles que enfrenta las cooperativas y a su vez estas puedan implementar las debidas acciones preventivas y correctivas, para que el personal pueda mejorar el trato que brinda a cada cliente, consiguiendo así puntos de mejoras que aporten a la consecución de un objetivo superior al que se obtenía

10. ¿Cuál cree que sería el nivel de desempeño de los choferes al implementar el plan de estrategias en las cooperativas de transportes en taxis públicos? Profundizar razones.

El nivel de desempeño sería superior al que tienen, pero los involucrados deben prestar el servicio a la ciudadanía de la mejor manera, para ello los dirigentes deben de tener en cuenta los pros y los contras de las estrategias a implementarse con el fin de evitar errores en la ejecución y que estos repercuten de forma negativa en toda la cooperativa.

Al implementar el plan de estrategias de atención al cliente, los choferes tienen la oportunidad de realizar una retroalimentación sobre los objetivos que como institución se persiguen, buscando así que todos los choferes puedan determinar el estado en que se encuentra cada cliente cada vez que solicite el servicio y de esa manera darle una respuesta oportuna cuando sea solicitada.

11. ¿Si usted fuera el dirigente de una cooperativa que estrategias de atención al cliente incluiría para mejorar el servicio de transportes en taxis públicos? Descríbalos por favor.

- **Capacitación:** en temas de relaciones humanas, para tener conocimiento sobre cómo atender al usuario en todo momento.
- **Camiseta institucional:** para poder diferenciarse del resto de las cooperativas.
- **Buzón de sugerencias:** estos se implementarían en cada una de las unidades con el fin de que en caso de que el usuario tenga una

sugerencia, reclamo o queja lo realice de forma escrita para que la cooperativa tome en consideración su pedido lo antes posible.

- **Redes sociales:** estas plataformas ayudarían a las cooperativas a estar más cerca del usuario en todo momento de forma eficaz y eficiente, sin mucho recurso.
- **Comunicación inmediata:** aprovechar las líneas telefónicas con las que cuenta la cooperativa para que el cliente pueda solicitar el servicio desde el lugar que ellos prefieran.

12. ¿Cómo se imagina que debe ser una atención al cliente ideal?

Descríbalo por favor.

Presentación formal desde el momento en que el cliente y chofer tienen contacto entre sí, ser amable, brindar la mayor comodidad posible y seguridad, ayudar con las compras, música e implementar un diálogo abierto entre cliente y chofer en donde este último brinde información sobre los lugares turísticos que posee la provincia de Santa Elena, crearía en el usuario un verdadero placer en el traslado hacia su destino.

Si las empresas desean perdurar en el mercado, debe ir evolucionando con el tiempo, tomando en consideración las necesidades y expectativas de sus clientes; por tal razón un cambio de pensamiento empresarial no vendría nada mal, en donde poner al cliente como el centro de atención sea visto como algo prioritario por la empresa incluso por encima del servicio que se ofrezca, pues es el cliente quien da vida a la existencia de cualquier organización.

3.2 Encuesta aplicada a los socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Pregunta 1. Sexo de los socios de la cooperativa.

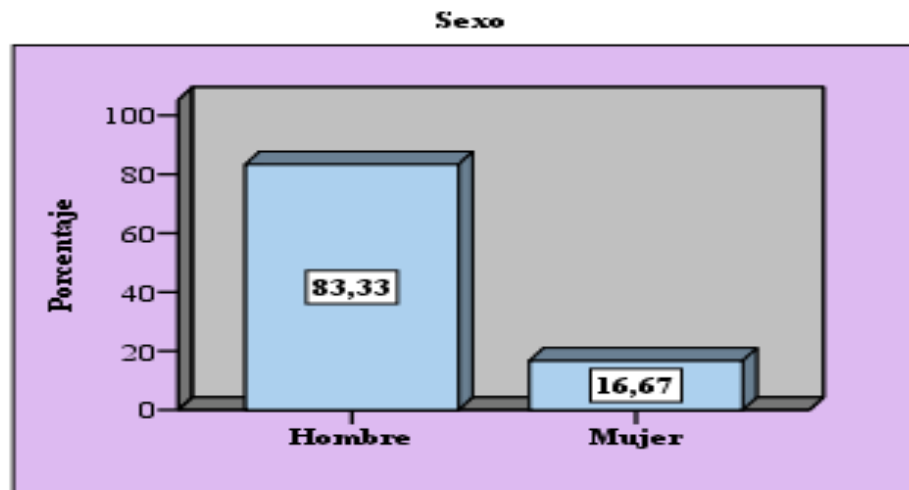
Tabla 4. Sexo de los socios

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	55	83,3 %	83,3 %	83,3 %
	Mujer	11	16,7 %	16,7 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 1. Sexo de los socios



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según gráfico N°1 demuestra el sexo de cada socio perteneciente a la Cooperativa, en el mismo se puede observar que gran parte está conformada por hombres mientras que una pequeña mayoría la integran las mujeres, sin embargo, esto permitirá conocer la opinión sobre el servicio de taxis que se brinda a la ciudadanía.

Pregunta 2. Edad de los socios de la Cooperativa.

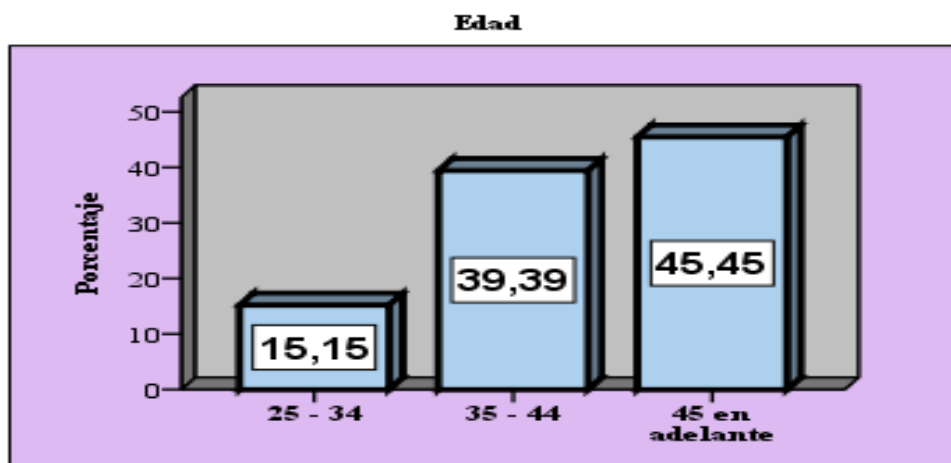
Tabla 5. Edad de los socios.

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	25 – 34	10	15,2 %	15,2 %	15,2 %
	35 – 44	26	39,4 %	39,4 %	54,5 %
	45 en adelante	30	45,5 %	45,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 2. Edad de los socios



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Según gráfico N°2 muestra la edad de los socios de la cooperativa, reflejando que la edad de algunos está comprendida desde los 25 hasta los 34 años, mientras que otros socios tienen edades que van desde los 35 hasta los 44 años y en un porcentaje mayor de socios cuenta con una edad que oscilan a partir de los 45 años en adelante, concluyendo de esta forma que la mayoría de los socios son personas adultas y aptas para responder con sinceridad.

Pregunta 3. ¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?

Tabla 6. Organización del tránsito en la provincia de Santa Elena

¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15,2 %	15,2 %	15,2 %
	De acuerdo	21	31,8 %	31,8 %	47,0 %
	Totalmente de acuerdo	35	53,0 %	53,0 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 3. Organización del tránsito de la provincia de Santa Elena



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según gráfico N°3 informa que una significativa cantidad de socios expresaron estar a favor de las medidas ejecutadas por las autoridades para mantener el tránsito organizado en la provincia, en cambio una menor cantidad de socios indican que aún hay cosas que deben de mejorarse.

Pregunta 4. ¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?

Tabla 7. Aspectos en lo que fallan los choferes

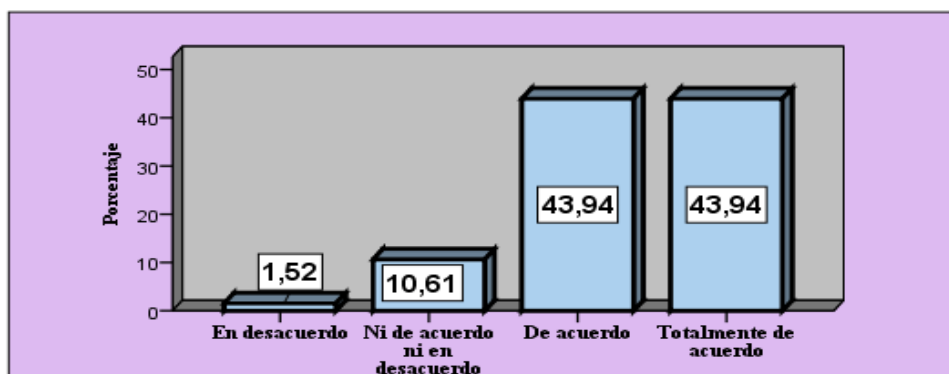
¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	1	1,5 %	1,5 %	1,5 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	10,6 %	10,6 %	11,6 %
	De acuerdo	29	43,9 %	43,9 %	56,1 %
	Totalmente de acuerdo	29	43,9 %	43,9 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 4. Aspectos en los que fallan los choferes

¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°4 se ilustra que la gran mayoría de socios manifestaron que, si se fallan en los aspectos antes mencionados y que la cooperativa tiene la obligación de implementar las acciones necesarias para evitarlas, en cambio una menor proporción de socios opino que no todos los choferes prestan un mal servicio.

Pregunta 5. ¿Al momento de trasladar al cliente a algún lugar, le proporciona un servicio personalizado?

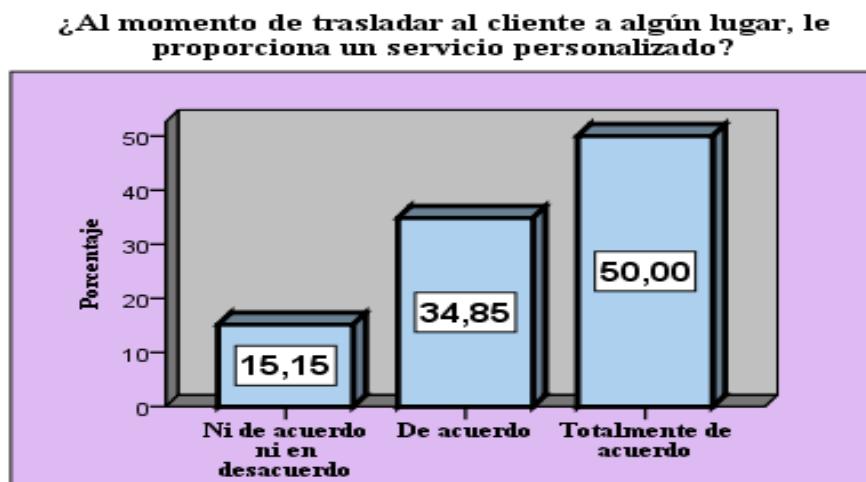
Tabla 8. Servicio Personalizado

¿Al momento de trasladar al cliente a algún lugar, le proporciona un servicio personalizado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	15,2 %	15,2 %	15,2 %
	De acuerdo	23	34,8 %	34,8 %	50,0 %
	Totalmente de acuerdo	33	50,0 %	50,0 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 5. Servicio personalizado



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°5 un porcentaje significativo de socios expresaron que un servicio personalizado ayudará a conquistar a los clientes, logrando una relación a largo plazo y duradero con los mismos, mientras que un porcentaje menor de socios están consciente de que la mayoría de los choferes brindan el mismo servicio de transporte para todos los ciudadanos sin considerar sus preferencias.

Pregunta 6. ¿La atención que brinda durante la prestación del servicio de transporte en taxis es la adecuada?

Tabla 9. Atención adecuada de la prestación del servicio de taxis

¿La atención que brinda durante la prestación del servicio de transporte en taxis es la adecuada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	35	53,0 %	53,0 %	53,0 %
	Totalmente de acuerdo	31	47,0 %	47,0 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 6. Atención adecuada de la prestación del servicio de taxis



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Según el gráfico N°6, se observa que los resultados de los socios fueron casi equitativos, ya que se está consciente de que debe hacerse todo lo posible para que los choferes puedan brindar una atención de calidad a los usuarios desde el momento en que se suben hasta el término de su trayecto, logrando de esa manera que el cliente se lleve una buena impresión de la cooperativa.

Pregunta 7. ¿La cooperativa de taxis debería preocuparse por tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?

Tabla 10. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos

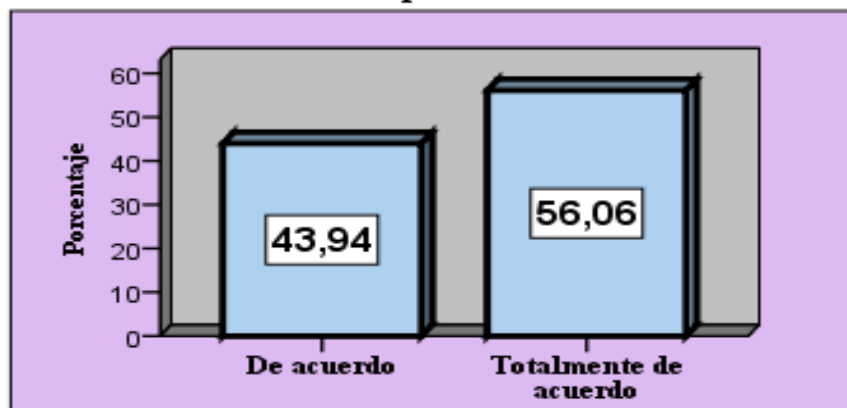
¿La cooperativa de taxis debería preocuparse por tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	29	43,9 %	43,9 %	43,9 %
	Totalmente de acuerdo	37	56,1 %	56,1 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 7. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos

¿La cooperativa de taxis debería preocuparse por tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Según el gráfico N°7, dice que los resultados de los socios fueron casi equitativos, en estos manifestaron que se debe trabajar conjuntamente con que el presidente de la cooperativa para tomar cartas en el asunto respecto a las quejas y reclamos de los usuarios y así elegir las mejores opciones para la empresa.

Pregunta 8. ¿La aplicación de las normas y reglamentos establecidos por su cooperativa debe implementarse de forma eficaz y eficiente en la realización de sus actividades diarias?

Tabla 11. Aplicación de normas y reglamentos de la cooperativa

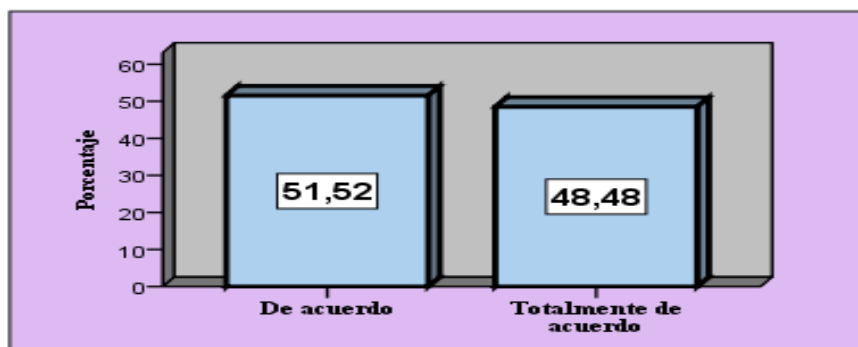
¿La aplicación de las normas y reglamentos establecidos por su cooperativa debe implementarse de forma eficaz y eficiente en la realización de sus actividades diarias?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	34	51,5 %	51,5 %	51,5 %
	Totalmente de acuerdo	32	48,5 %	48,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 8. Aplicación de las normas y reglamentos de la cooperativa

¿La aplicación de las normas y reglamentos establecidos por su cooperativa debe implementarse de forma eficaz y eficiente la realización de sus actividades diarias?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el gráfico N°8, se indica que los resultados de los socios fueron casi equitativos en donde manifestaron que para que la cooperativa funcione correctamente se debe seguir cada una de las normas y reglamentos que se han establecidos desde la creación de la empresa, debido a que esto se verá reflejado en el servicio que se ofrece al ciudadano.

Pregunta 9. ¿La apariencia de su vehículo como el de su persona influye en la prestación de un buen servicio al cliente?

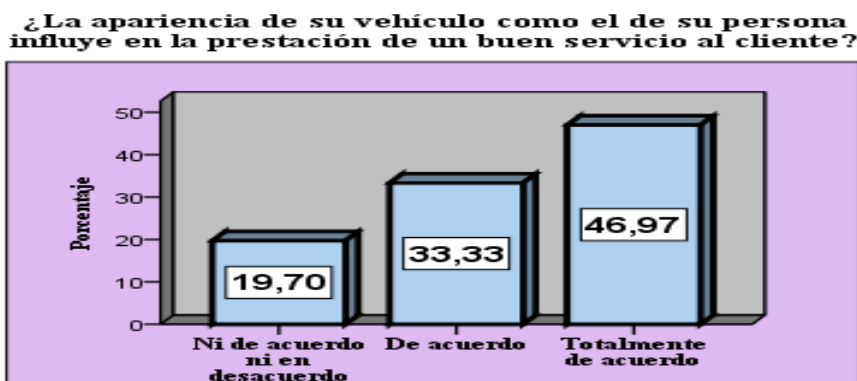
Tabla 12. Apariencia del vehículo y del chofer

¿La apariencia de su vehículo como el del chofer influye en la prestación de un buen servicio al cliente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	19,7 %	19,7 %	19,7 %
	De acuerdo	22	32,3 %	33,3 %	53,0 %
	Totalmente de acuerdo	31	47,0 %	47,0 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 9. Apariencia del vehículo y del chofer



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el gráfico N°9 se ilustra que la gran mayoría de los socios expresaron, si no se da una buena impresión manteniendo el vehículo en perfectas condiciones y que el chofer cuente con vestimentas presentables, esto puede ocasionar la limitada intención del usuario de requerir los servicios de la cooperativa; mientras que una minoría opino que la apariencia tanto del vehículo y la del chofer no influye en la prestación de un buen servicio, siempre y cuando se trate al cliente como lo más importante.

Pregunta 10. ¿Cree usted que si se dictaran charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas su desenvolvimiento en el trabajo sería excelente?

Tabla 13. Repercusión en charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas.

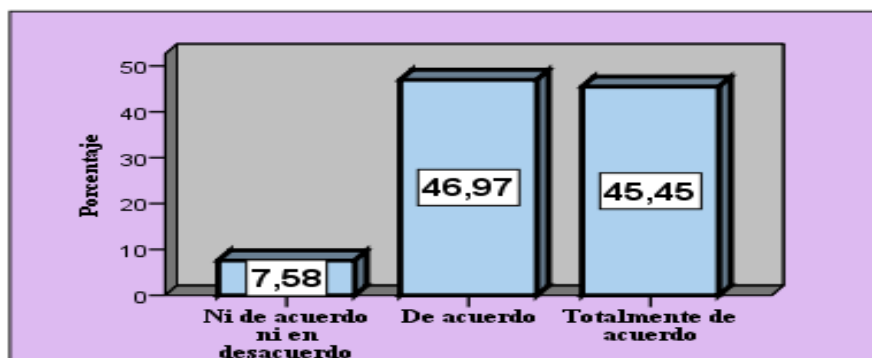
¿Cree usted que si se dictaran charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas su desenvolvimiento en el trabajo sería excelente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7,6 %	7,6 %	7,6 %
	De acuerdo	31	47,0 %	47,0 %	54,5 %
	Totalmente de acuerdo	30	45,5 %	45,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 10. Repercusión de charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas

¿Cree usted que si se dictaran charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas, su desenvolvimiento el trabajo sería excelente?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

En el gráfico N°10 se observa que la gran mayoría de socios declararon, las charlas o capacitaciones son una medida necesaria para que cada día se pueda mejorar el servicio de taxis, mientras que un menor número de socios expresaron que para brindar una buena atención al cliente solo basta que el chofer sepa tratar al cliente y este de su predispuesto en todo momento.

Pregunta 11. ¿Cree usted que la seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente?

Tabla 14. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente

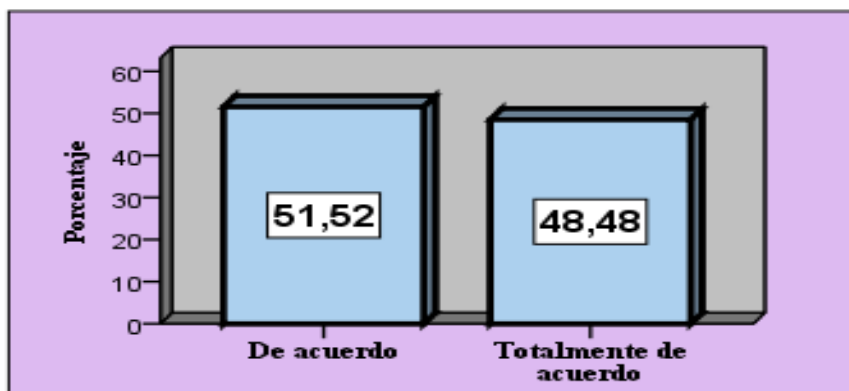
¿Cree usted que la seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	34	51,5 %	51,5 %	51,5 %
	Totalmente de acuerdo	32	48,5 %	48,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 11. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente

¿Cree usted que la seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Según el gráfico N°11 los resultados de los socios fueron casi equitativos, expresaron que para brindar un excelente servicio se debe ofrecer al usuario seguridad, comodidad y llegar a tiempo a su destino para que pueda realizar las diversas actividades sin poner en peligro su vida, por lo que los choferes de la cooperativa deben comprometerse en todo momento en respetar las señales de tránsito establecidas por el gobierno y por las autoridades correspondientes.

Pregunta 12. ¿Cree usted que la implementación de estrategias de atención al cliente ayudará a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa?

Tabla 15. Implementación de estrategias de atención al cliente

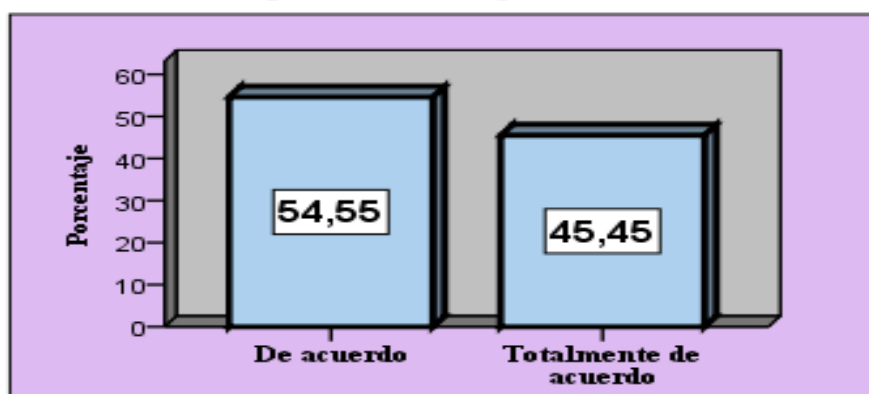
¿Cree usted que la implementación de estrategias de atención al cliente ayudará a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	36	54,5 %	54,5 %	54,5 %
	Totalmente de acuerdo	30	45,5 %	45,5 %	100,0 %
	Total	66	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 12. Implementación de estrategias de atención al cliente

¿Cree usted que la implementación de estrategias de atención al cliente ayudará a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa?



Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Según el gráfico N°12 los resultados de los socios fueron casi equitativos, expresaron que la implementación de estrategias de atención al cliente es considerando un factor indispensable para sobrevivir en el mercado peninsular tomando en cuenta la globalización y la dinamización en la que se vive hoy en día, además ayudará a lograr una reputación positiva pues esto reflejara la importancia que tiene para la empresa conocer y satisfacer las necesidades de sus clientes.

3.3 Encuesta aplicada a la población de la provincia de Santa Elena.

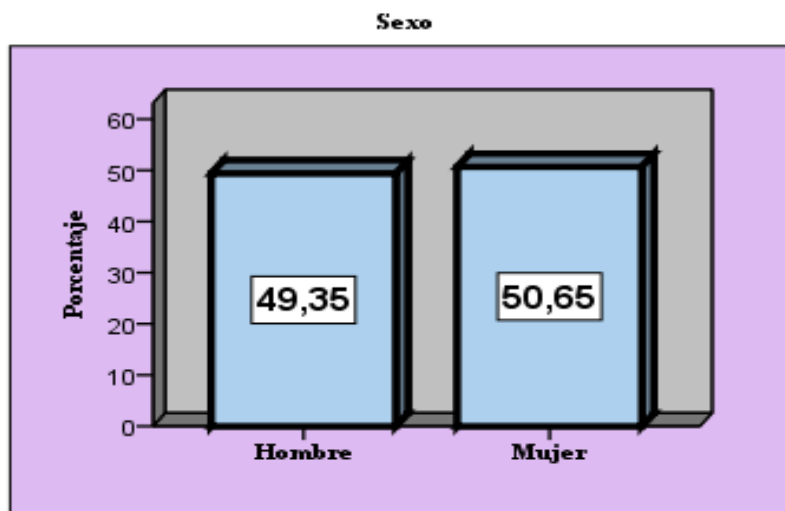
Pregunta 1. Sexo de la población de la provincia de Santa Elena

Tabla 16. Sexo de la población de la provincia de Santa Elena

Sexo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	189	49,3 %	49,3 %	49,3 %
	Mujer	194	50,7 %	50,7 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 13. Sexo de la población de la provincia de Santa Elena



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°13, los resultados obtenidos fueron casi equitativos pues se reflejan la participación activa tanto de los hombres y mujeres de la provincia, convirtiéndose así en agentes importantes para obtener información relevante para este estudio, logrando de esa manera conseguir conclusiones reales.

Pregunta 2. Edad de la población de la provincia de Santa Elena

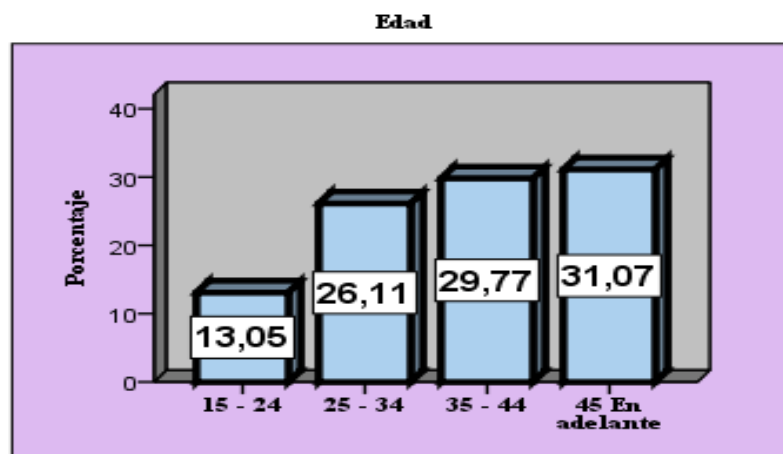
Tabla 17. Edad de la población de la provincia de Santa Elena

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15 – 24	50	13,1 %	13,1 %	13,1 %
	25 – 34	100	26,1 %	26,1 %	39,2 %
	35 – 44	114	29,8 %	29,8 %	68,9 %
	45 en adelante	119	31,1 %	31,1 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 14. Edad de la población de la provincia de Santa Elena



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°14, los resultados obtenidos expresaron que la población cuyas edades está comprendida entre los 15 a 24 años en algún momento han hecho uso de un taxi pero que aún no están en capacidades de poder pagarlo por sí mismos; mientras que el restante de la población encuestada cuyas edades de 25 a 45 años en adelante son considerados sujetos relevantes para el estudio, ya que son personas consideradas económicamente activas capaces de solventar sus propios gastos.

Pregunta 3. ¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?

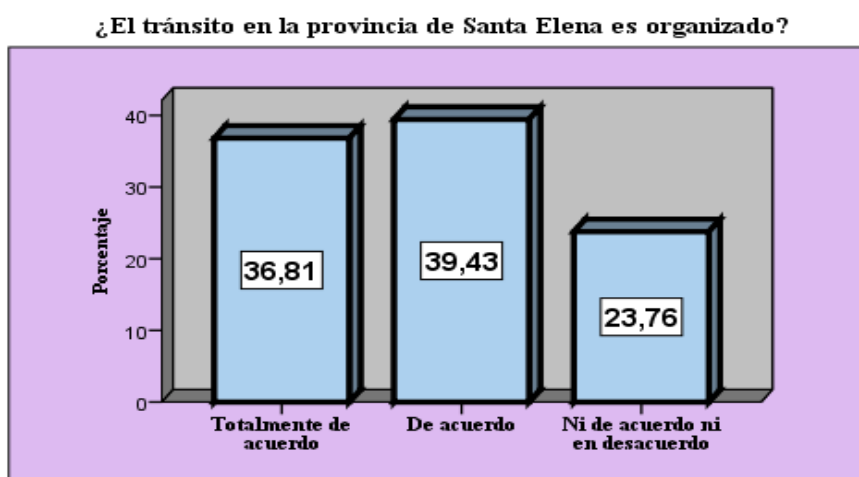
Tabla 18. Organización del tránsito en la provincia

¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	141	36,8 %	36,8 %	36,8 %
	De acuerdo	151	39,4 %	39,4 %	76,2 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	91	23,8 %	23,8 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 15. Organización del tránsito en la provincia



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el gráfico N°15, la gran parte de la población opino que las autoridades competentes siguen tomando las medidas correctivas necesarias para que el tránsito de la provincia sea mejor, seguro y con menos accidentes cada día, mientras que una minoría manifestó que las autoridades aún deben de trabajar en conjunto con los presidentes de las cooperativas para planificar, regular y controlar estos temas, a fin de que el usuario se sienta protegido para trasladarse de un lugar a otro.

Pregunta 4. ¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa?

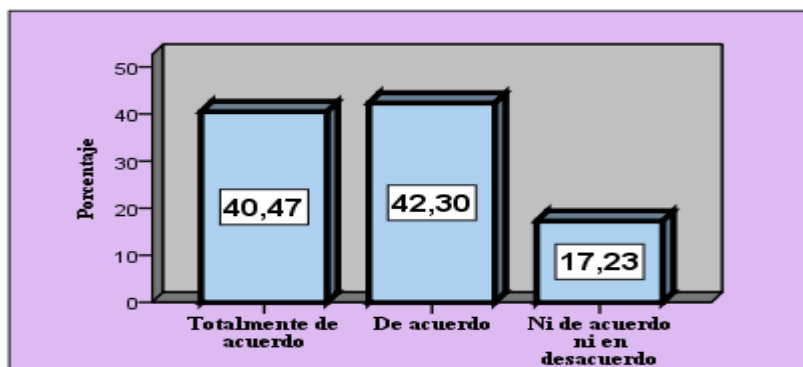
Tabla 19. Aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa

¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	155	40,5 %	40,5 %	40,5 %
	De acuerdo	162	42,3 %	42,3 %	82,8 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	17,2 %	17,2 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 16. Aspectos en los que fallan la cooperativa

¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

El gráfico N°16, informa que la gran mayoría de la población menciona que los aspectos antes mencionados si afectan de manera negativa a que el usuario muchas veces califique el servicio brindado por la cooperativa como pésima o inadecuada; mientras que una minoría de la población expreso que estos aspectos depende netamente de la actitud y buena predisposición que tenga cada conductor.

Pregunta 5. ¿Al momento de trasladarse a algún lugar le gustaría recibir un servicio personalizado que le brinde seguridad?

Tabla 20. Aceptación de servicio personalizado

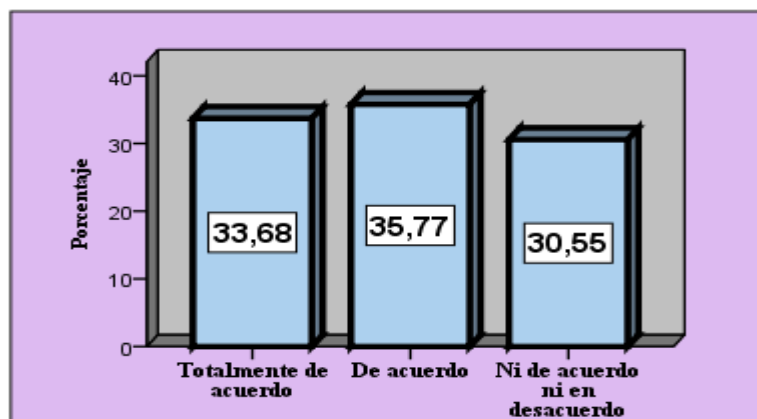
¿Al momento de trasladarse a algún lugar le gustaría recibir un servicio personalizado que le brinde seguridad?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	129	33,7 %	33,7 %	33,7 %
	De acuerdo	137	35,8 %	35,8 %	69,5 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	30,5 %	30,5 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 17. Aceptación de servicio personalizado

¿Al momento de trasladarse a algún lugar le gustaría recibir un servicio personalizado que le brinde seguridad?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

El gráfico N°17, indica que la gran mayoría de la población desea que los choferes de la cooperativa les brinden un servicio personalizado cada vez que requieran el servicio, por ejemplo, que en las unidades haya revistas o periódicos, música a la elección, etc.; en cambio otro gran porcentaje de la población piensan que, si el servicio es personalizado el costo de la carrera también será elevada.

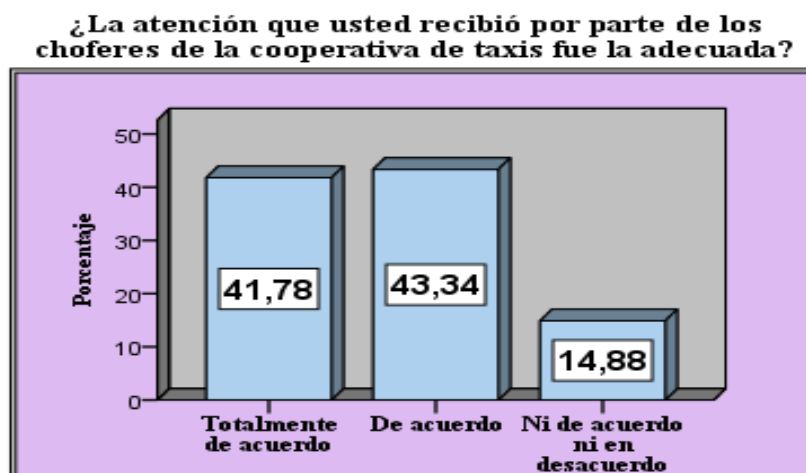
Pregunta 6. ¿La atención que usted recibió por parte de los choferes de la cooperativa de taxis fue la adecuada?

Tabla 21. Adecuación de la atención por parte de los choferes

¿La atención que usted recibió por parte de los choferes de la cooperativa de taxis fue la adecuada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	160	41,8 %	41,8 %	41,8 %
	De acuerdo	166	43,3 %	43,3 %	85,1 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	14,9 %	14,9 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 18. Adecuación de la atención recibida por parte del chofer



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el gráfico N°18, se muestra que una gran parte de la población opino estar conforme con el servicio que recibió por parte del chofer de la cooperativa pues comentaron que la mayoría son amables y cordiales; mientras que una pequeña parte de la ciudadanía expreso que hay choferes que no tienen la paciencia y la preocupación necesaria por darle una mejor atención.

Pregunta 7. ¿La cooperativa de taxis debe tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?

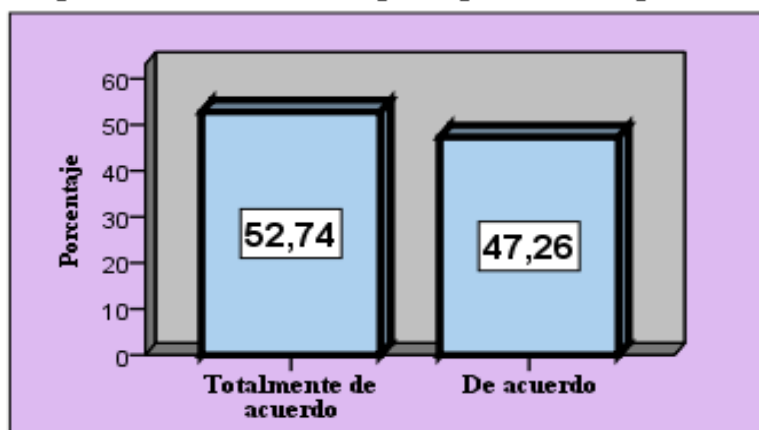
Tabla 22. Acciones correctivas antes quejas y reclamos de los usuarios

¿La cooperativa de taxis debe tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	202	52,7 %	52,7 %	52,7 %
	De acuerdo	181	47,3 %	47,3 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 19. Acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios

¿La cooperativa de taxis debe tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°19, los resultados de la ciudadanía reflejan semejanza en sus opiniones pues manifestaron que la cooperativa debe tomar medidas para considerar sus quejas y reclamos cuando sean necesarios y de esa manera pueda realizar las acciones pertinentes para que el usuario al final del trayecto se sienta apreciado por la empresa.

Pregunta 8. ¿Los choferes deben cumplir con las normas y reglamentos impuestos por su cooperativa?

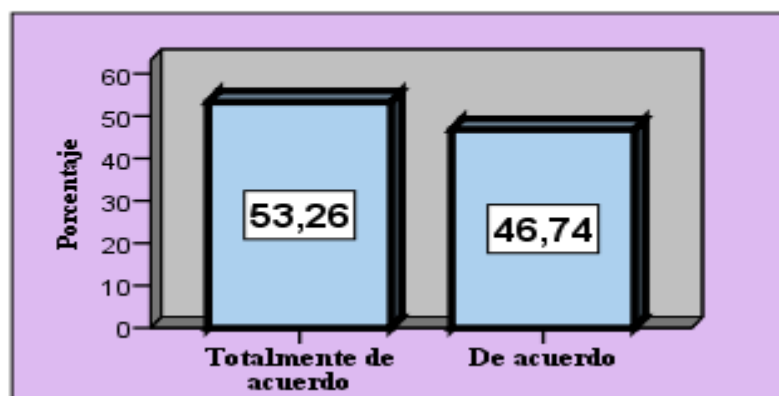
Tabla 23. Cumplimiento de las normas y reglamentos impuestos por la cooperativa

¿Los choferes deben cumplir con las normas y reglamentos impuestos por su cooperativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	204	53,3 %	53,3 %	53,3 %
	De acuerdo	179	46,7 %	46,7 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 20. Cumplimiento de las normas y reglamentos impuestos por la cooperativa

¿Los choferes deben cumplir con las normas y reglamentos impuestos por su cooperativa?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Según el gráfico N°20, los resultados de la ciudadanía reflejan semejanza en sus opiniones pues consideran importante que los choferes sigan con las normas y reglamentos que se impusieron en la cooperativa desde su creación, todo esto para que la empresa funcione correctamente y perdure en el tiempo, prestando un servicio de calidad a la ciudadanía.

Pregunta 10. ¿La apariencia del vehículo como la del chofer influye en la prestación de un buen servicio?

Tabla 24. Apariencia del vehículo como la del chofer en la prestación del servicio de taxis

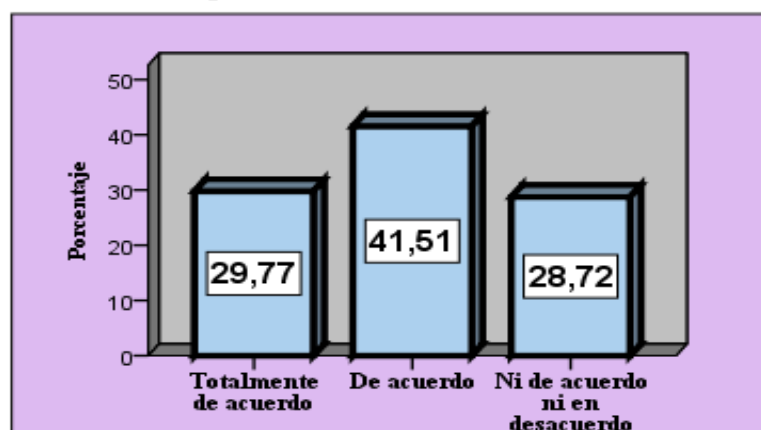
¿La apariencia del vehículo como la del chofer influye en la prestación de un buen servicio?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	114	29,8 %	29,8 %	29,8 %
	De acuerdo	159	41,5 %	41,5 %	71,3 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	110	28,7 %	28,7 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Gráfico 21. Apariencia del vehículo como la del chofer en la prestación del servicio de taxis

¿La apariencia del vehículo como la del chofer influye en la prestación de un buen servicio?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el gráfico N°21, informa que una gran parte de la población opino que si el chofer se muestra pulcro al igual que su vehículo sin lugar a dudas harían uso del servicio de taxis; mientras que una pequeña parte de la ciudadanía no consideran importante este aspecto siempre y cuando el chofer los traslade a su destino de forma segura.

Pregunta 10. ¿Los choferes de la cooperativa deben recibir charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas?

Tabla 25. Charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente o en relaciones humanas

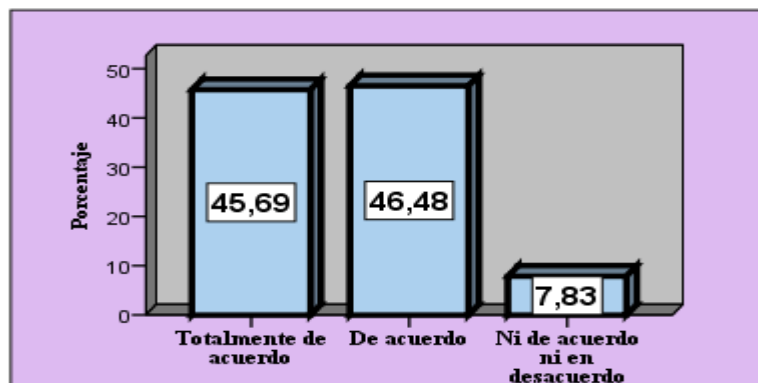
¿Los choferes de la cooperativa deben recibir charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	175	45,7 %	45,7 %	45,7 %
	De acuerdo	178	46,5 %	46,5 %	92,2 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	7,8 %	7,8 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 22. Charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas

¿Los choferes de la cooperativa deben recibir charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

El gráfico N°22, muestra que gran parte de la población declararon que los choferes si tienen que recibir capacitaciones, pues la falta de esta acción ocasiona que el servicio brindado no sea el adecuado ni grata por el usuario, pero también hay una pequeña parte de la población que piensan que el saber tratar adecuadamente al cliente depende de la actitud que ponga el chofer en sus labores diarias.

Pregunta 11. ¿La seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para que se brinde un buen servicio?

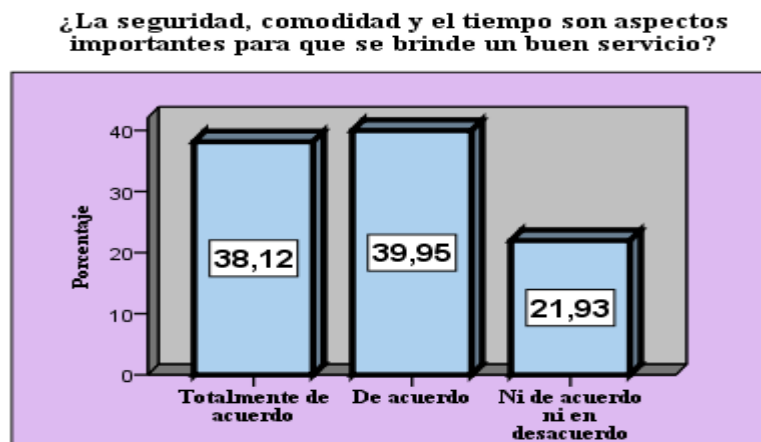
Tabla 26. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente

¿La seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para que se brinde un buen servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	146	38,1 %	38,1 %	38,1 %
	De acuerdo	153	39,9 %	39,9 %	78,1 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	21,9 %	21,9 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 23. Aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

En el gráfico N°23, se puede observar con claridad que la mayoría de la población opino que los aspectos antes mencionado son factores de gran relevancia, ya que si los choferes cumplen con este requisito su necesidad por seguir adquiriendo los servicios de la cooperativa son muy altas, no obstante, también hay una minoría que expresaron que estos aspectos no son tan importantes al momento de prestar un servicio.

Pregunta 12. ¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudara a mejorar la calidad del servicio que se brinda?

Tabla 27. Implementación de estrategias de atención al cliente

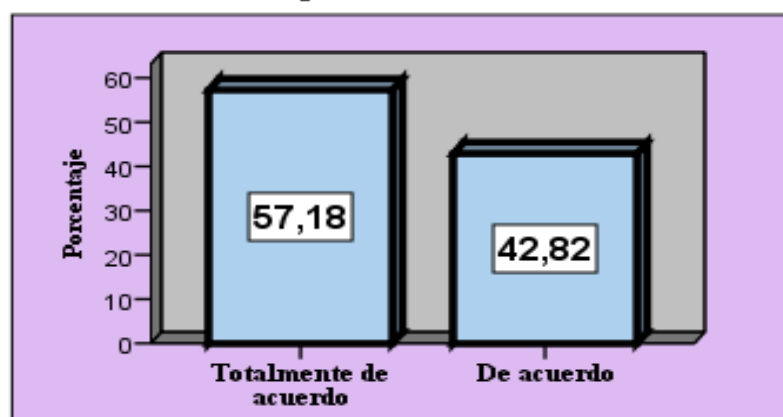
¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudara a mejorar la calidad del servicio que se brinda?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	219	57,2 %	57,2 %	57,2 %
	De acuerdo	164	42,8 %	42,8 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Gráfico 24. Implementación de estrategias de atención al cliente

¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudará a mejorar la calidad del servicio que se brinda?



Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

El gráfico N°24, informa claramente que la población opino que la cooperativa debe implementar estrategias de atención al cliente ya que, gracias a esto, las personas verán con buenos ojos que la empresa se esté preocupando por mejorar cada día, para poder brindarles un servicio como se merecen, tomando en consideración sus necesidades y expectativas.

3.4 Comprobación de la Hipótesis

La hipótesis que se verifica es: Las estrategias de atención al cliente inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

3.4.1 Métodos estadísticos

La Prueba del CHI CUADRADO es aquel método estadístico que se empleó para relacionar las dos variables de este estudio. El modelo lógico utilizado para el planteamiento de la hipótesis para que sea verificado por el método estadístico, se establece de la siguiente manera:

H_0 = Hipótesis Nula

H_0 : Las estrategias de atención al cliente no inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

H_1 = Hipótesis Alternativa o de Investigación

H_1 : Las estrategias de atención al cliente si inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

3.4.2 Determinación del nivel de significación

Para esta investigación se consideró un nivel de confianza de 0,95 (95%), originando un nivel de riesgo del 0,05 (5%).

3.4.3 Elección de la prueba estadística

En la realización de la verificación de la hipótesis se utilizó el CHI CUADRADO, cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \frac{\sum (f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Simbología:

X^2 = Chi Cuadrado

\sum = Sumatoria

f_o = Frecuencia Observada

f_e = Frecuencia Esperada

Una vez establecida la formula, se continúa a identificar las preguntas que ayudaran a la comprobación de la hipótesis, por lo que se identifica una de cada variable.

Preguntas que comprueban la hipótesis

1. ¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudara a mejorar la calidad del servicio que se brinda?

Tabla 28. Estrategias de atención al cliente

¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudara a mejorar la calidad del servicio que se brinda?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	219	57,2 %	57,2 %	57,2 %
	De acuerdo	164	42,8 %	42,8 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnía

2. ¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?

Tabla 29. Calidad del servicio

¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	155	40,5 %	40,5 %	40,5 %
	De acuerdo	162	42,3 %	42,3 %	82,8 %
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	17,2 %	17,2 %	100,0 %
	Total	383	100,0 %	100,0 %	

Fuente: Población de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

3.4.4 Cálculo de las Frecuencias Observadas

Para el siguiente cálculo se procede a transcribir los resultados obtenidos de las preguntas anteriores aplicadas a la población de la provincia de Santa Elena que utilizan taxis.

Tabla 30. Frecuencias observadas

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS			
	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	TOTAL
ESTRATEGIAS DE ATENCION AL CLIENTE	219	164	0	383
CALIDAD DEL SERVICIO	155	162	66	383
TOTAL	374	326	66	766

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

Tabla 31. Frecuencias esperadas

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS		
	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
ESTRATEGIAS DE ATENCION AL CLIENTE	187	163	0
CALIDAD DEL SERVICIO	187	163	33

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

En el cálculo de las frecuencias esperadas se utilizó la fórmula:

Simbología

E: frecuencia Esperada

Tf: Total de Filas

Tc: Total de Columnas

Tg: Total Global

Cálculos

$$\text{➤ } E1 = (383 * 374) / 766 \rightarrow E1 = 187$$

$$\text{➤ } E1 = (383 * 326) / 766 \rightarrow E1 = 163$$

$$\text{➤ } E1 = (383 * 66) / 766 \rightarrow E1 = 33$$

En cambio, para el cálculo del indicador CHI CUADRADO se emplea la siguiente formula:

$$e = \frac{(Tf * Tc)}{Tg}$$

Tabla 32. Chi Cuadrado

$\chi^2 = \frac{\Sigma(f_o - f_e)^2}{f_e}$	f_o	f_e	$(f_o - f_e)$	$(f_o - f_e)^2$	$\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$
USUARIOS / TOTALMENTE DE ACUERDO	219	187	32	1024	5,48
USUARIOS / DE ACUERDO	164	163	1	1	0,01
USUARIOS / TOTALMENTE DE ACUERDO	155	187	-32	1024	5,48
USUARIOS / DE ACUERDO	162	163	-1	1	0,01
USUARIOS / NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	66	33	33	1089	33,00
$\chi^2 =$					43,96

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

3.4.5 Zona de aceptación o rechazo

Alfa (α): Es aquel valor que hace alusión al nivel de confianza que se escogió para los cálculos de la prueba, en otras palabras, para este estudio deseamos tener un nivel de confianza del 95% y en el cual, el valor de alfa vendría ser 0,05, siendo esto el complemento porcentual de la confianza.

$$\alpha = (1 - 0,95)$$

$$\alpha = 0,05$$

Grados de libertad (gl): este valor es un estimado del número de rangos independientes en la prueba de independencia estadística.

Grados de libertad: (Filas -1) (columnas -1)

$$G1 = (2 - 1) (3 - 1)$$

$$G1 = (1) (2)$$

$$G1 = 2$$

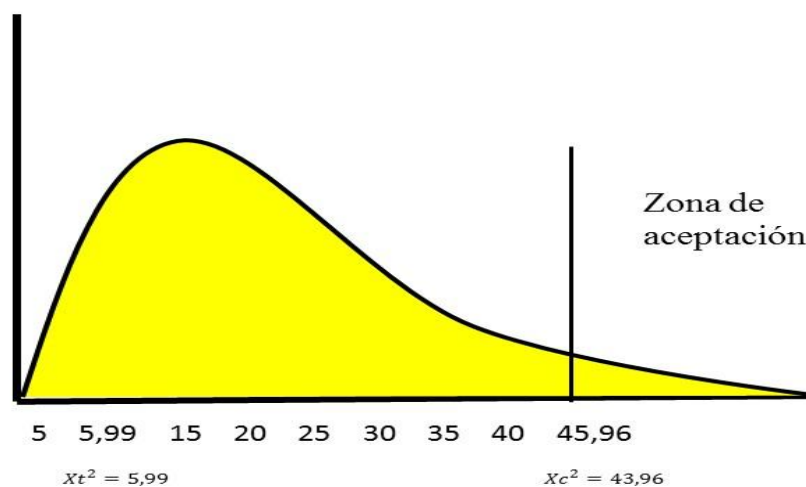
Una vez obtenido el valor tabulado de Chi Cuadrado cuyo grado de libertad fue 2 y un nivel de significancia de 0,05 es de 5,99 en la tabla.

3.4.6 Interpretación

Por lo tanto, el Chi Cuadrado obtenido es de 45,96 resultando un valor mayor ($>$) que el valor del Chi Cuadrado de la tabla que es de 5,99, es decir se rechaza la hipótesis nula ocasionando a su vez que se acepte la hipótesis alternativa, la misma que es:

H_1 : Las estrategias de atención al cliente si inciden en la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.

Gráfico 25. Representación gráfica del Chi Cuadrado



Fuente: Cruce de variables y Tabla Chi Cuadrado
Elaborado por: Pozo Tomalá Sonia

3.4 Limitaciones

El trabajo de investigación resultó un tanto complicado porque se presentaron escenarios complejos y dificultosos como la falta de tiempo disponible por parte de los entrevistados, la poca colaboración en la realización de las encuestas por parte de la ciudadanía, entre otros, los cuales se tuvieron que eludir con el fin de cumplir

plenamente con la tarea. Las primeras limitaciones que se dieron fueron en el mismo lugar de los acontecimientos porque se intentó obtener información de los socios de la Cooperativa de taxis, los mismos que cuentan con vehículos que prestan el servicio de transporte a toda la población de la provincia de Santa Elena, sin embargo no se obtuvo éxito alguno, esto se debe a que las asambleas que se realizan en la cooperativa se lleva a cabo de manera trimestral, por lo que, al momento en el que se realizó este estudio dicha asamblea ya se había ejecutado, ocasionando que lograr que se realice una nueva asamblea o al menos una asamblea extraordinaria sea un verdadero reto, por las múltiples ocupaciones de los socios y del mismo presidente de la cooperativa.

Como una antilogía es la que se reflejó en la cooperativa de taxis ya que el presidente de la cooperativa supo manifestar que había una pequeña probabilidad de realizar una asamblea extraordinaria, pero que aún no era seguro que dicho suceso ocurriera en los meses próximos, por lo que se procedió a entrevistar a una pequeña parte de los socios incluido al presidente de la cooperativa de manera informal con el fin de obtener la información requerida en la encuesta estructurada.

En la realización de las encuestas para la población también se dieron situaciones complicadas por la variedad de usuarios a los que se tuvieron que consultar, porque a la población cuyas edades estaba comprendida entre 15 años a 24 años al interceptarlos para poder realizar las encuestas unos si colaboraban de manera cordial, en cambios otros ni siquiera querían ayudar; en la población cuyas edades están entre 25 a 34 años por sus diversas ocupaciones y horarios de trabajo se les

dificultaba brindar unos minutos de su tiempo, no obstante estaban dispuestos a colaborar a la salida de sus trabajos o apenas se desocupaban; en la población cuyas edades están entre 35 a 44 años, sí estuvieron dispuestos a brindar información sin ningún problema siempre y cuando no tuvieran alguna actividad que realizar; y por último la población cuya edades eran de 45 años en adelante, proporcionaban información con ayuda de una personas de su confianza, en este caso con el encuestador, esto se debía a que existían personas que eran analfabetas o que no comprendían en su totalidad cada pregunta.

3.5 Resultados

Los resultados que se encontraron han consentido tener una visión más clara acerca de la situación en la que se realiza la atención al cliente por parte de los choferes de la Cooperativa de taxis 11 de Diciembre, con el propósito de identificar la calidad del servicio que brinda los choferes de la cooperativa, en la que gracias a la información obtenida por parte del entrevistado se pretende cumplir con las necesidades de la población y principalmente de los usuarios , por lo cual se obtuvieron los siguientes resultados.

3.5.1 Entrevista

- No se lleva a cabo ninguna estrategia de atención al cliente para brindar el servicio como se debe, que se requiere ejecutar capacitaciones de manera constantes a los choferes de la cooperativa y por último se debe aplicar una evaluación de desempeño con mayor periodicidad para reforzar las competencias y habilidades del personal garantizando de esa manera la calidad del servicio que se brinda a la población.

3.5.2 Encuesta para socios

- En lo que respecta a los resultados obtenidos en las encuestas hecha a los socios se puede determinar que el 85,1% de los socios que forman parte de la cooperativa 11 de Diciembre son personas adultas, cuyas edades está comprendida desde los 35 años en adelante y en donde en gran porcentaje pertenece al género masculino.
- Los resultados también demostraron que el 53,7% de los socios están totalmente de acuerdo con que el tránsito de la provincia de Santa Elena es organizado, ya que existen agentes de tránsito que velan por que los vehículos cumplan con las leyes establecidas por el gobierno y la respectiva municipalidad.
- Entre los aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa, el 44,8% afirmo estar totalmente de acuerdo ya que existen ciertos factores o componentes que les impiden o les dificulta realizar su labor de manera correcta.
- El 47,8% de los socios respondieron estar totalmente de acuerdo con que se realizan las acciones necesarias para brindar a la ciudadanía una buena prestación del servicio de taxis.
- Por otro lado, el 56,7% de los socios declararon estar totalmente de acuerdo en que como organización que presta un servicio a la ciudadanía

se debe de realizar acciones correctivas antes las quejas y reclamos por parte de los usuarios, con el objetivo principal de que estos no se repitan logrando que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

- Respecto a las charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas, el 92,6% de los socios expresaron estar totalmente de acuerdo, ya que el trabajo que realizarían los choferes seria excelente.
- El 53,7% de los socios manifestaron estar de acuerdo con el hecho que es totalmente indispensable que se implementen estrategias de atención al cliente porque esto ayudara a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa.

3.5.3 Encuesta para la población

- En lo que respecta a los resultados obtenidos en las encuestas hecha a la población de la provincia de Santa Elena se refleja que el 60.9% son personas mayores, cuyas edades están comprendidas desde los 35 años en adelante, en donde hay un porcentaje semejante entre hombre y mujeres.
- El 39,4% de la ciudadanía manifestó estar de acuerdo con la organización que se maneja en la provincia de Santa Elena porque cada día las autoridades realizan sus controles en el tránsito de forma permanente.

- Entre los aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa, el 40,5% opinaron estar totalmente de acuerdo, puesto que estos factores afectan de manera negativa la imagen de la cooperativa ya que el hecho de que no se corrijan lo más pronto posible, se ve reflejado en la poca intención del usuario por adquirir el servicio de transporte de taxis.
- El 43,3% de la población expreso estar de acuerdo con que el servicio brindado por los choferes de la cooperativa fue la adecuada durante todo el trayecto logrando una buena aceptación por parte de los usuarios.
- En cambio, el 52,7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo en que la cooperativa debe llevar a cabo las acciones correctivas necesarias e indispensables para solucionar las quejas y reclamos por parte de los usuarios, logrando conseguir de esa manera una relación más cercana entre chofer y usuario.
- En lo que respecta a las charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas el 46,5% de los usuarios respondieron estar de acuerdo, pues son acciones indispensables para poder brindar una atención de calidad.
- Los resultados también demuestran que el 57,2% de la población encuestada están totalmente de acuerdo con que se implemente lo más rápido posibles estrategias de atención al cliente para así recibir un servicio como el que se merecen.

3.6 Discusión

En la presente tesis se investigó la importancia que tiene la atención al cliente en la calidad del servicio en la elección de los usuarios por requerir el servicio de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, en la que se determinó que para medir la calidad del servicio que se brinda al cliente se deben de tomar en cuenta dimensiones como: la accesibilidad, la comunicación (cooperativa-chofer-usuario), la capacidad de atención y respuesta del personal, la cortesía, la amabilidad, y la seguridad, todos estos puntos fueron considerados en el cuestionario que se aplicó a la población de la provincia de Santa Elena, en donde la muestra estuvo conformada de manera equitativa por hombres y mujeres, los mismos que respondieron que su existencia se debía por motivos de trabajo, ocio, asuntos personales o académicos.

De la encuesta realizada con una muestra de 383 personas en el cantón la Libertad, se llega a deducir que el estudio revela el gran interés existente de la mayor parte de la población encuestada, los cuales consideran que la atención que se recibe en los taxis tiene aspectos que deben mejorarse. Al momento de realizar el respectivo análisis de la encuesta ejecutada a los socios de la cooperativa de taxis 11 de Diciembre dio como resultado que el 100% desea que se implementen estrategias de atención al cliente en la cooperativa, obteniendo de esa manera información relevante que nos demuestra la baja escala en cuanto a atención y servicio se trata.

También existe una demanda que se encuentra insatisfecha puesto que el 17,2% de los encuestados afirmaron que aún hay aspectos como la falta de educación, rapidez

y cubrimiento de rutas lejanas, lo cual es visto ante la población como un servicio pésimo.

Por otra parte, el 41,5% de los encuestados consideran importante que los choferes mantengan una buena apariencia en su vehículo, como por ejemplo mantener limpio su interior, contar con aire acondicionado, brindar refrescos o aguas para una mayor experiencia, consiguiendo que estos se conviertan en ideas estratégicas de diferenciación para la cooperativa.

El servicio al cliente influye de forma proporcional con los ingresos generados por la cooperativa, ya que los clientes son los que deciden si solicitar o no un servicio por la indiferencia y mala atención de los amigos del volante, quienes son los que están en contacto con el cliente de manera directa, por lo que se concluye, que el mercado peninsular requiere de una cooperativa que implemente estrategias de atención al cliente para mejor comodidad de sus usuarios.

Para Miroslava Alzamora de Zarate quien es profesor de investigación de la facultad de negocios en la Universidad Santa María de la Antigua, en la ciudad de Panamá, República de Panamá, donde presenta el tema ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PANAMÁ, concluye que la poca capacitación para el servicio al cliente y un bajo dominio del idioma inglés por parte de los prestadores de servicio estuvieron asociados a la percepción no favorable por parte de los encuestados. El estudio evidencia la necesidad de actuar para mejorar la calidad de servicio al cliente en Panamá. (Zárate, 2014)

CONCLUSIONES

1. Los resultados obtenidos en el estudio revelan que la cooperativa actualmente no aplica ningún tipo de estrategia que le permita mejorar la atención que se les brinda a los usuarios, corriendo así el riesgo de que el cliente pueda tener una imagen negativa del servicio, debido a que tendrá la sensación de abandono por parte de los taxistas, provocando que busque otras opciones del sector.
2. Diversos autores, aunque emplean el concepto de atención al cliente bajo el mismo esquema lo hacen a su propia manera, incluso existen varias páginas en internet, las cuales cabe recalcar que son muy visitadas, en donde se promocionan cursos de atención al cliente, ya que este es un tema que ayudará a las empresas diferenciarse de su competencia.
3. La cooperativa por diversos motivos no ha podido realizar evaluaciones permanentes o periódicas a los choferes sobre el desempeño que estos tienen, cuando ofrece el servicio a la comunidad, ni tampoco cuenta con políticas o estrategias que estén encaminadas a la atención al cliente en pro de la fidelización y preferencias del usuario.
4. La cooperativa de taxis 11 de Diciembre, requiere con premura la implementación de estrategias de atención al cliente tales como son las capacitaciones al personal, buzones de sugerencias, apertura de cuentas en redes sociales, uniformes institucionales, etc., puesto que se muestra un grado de inconformidad por parte del cliente al momento de requerir el servicio de taxis.

RECOMENDACIONES

1. La institución debe considerar las estrategias de atención al cliente modernas que en la actualidad existen para mejorar el servicio de transporte, ocasionando que el taxista ofrezca una atención eficaz, eficiente y moderna al usuario, se recomienda el uso de las tecnologías como evaluador de atención y la evaluación permanente de los conocimientos de sus colaboradores.
2. La cooperativa debe entender que el tema de atención al cliente es un aspecto primordial si lo que se desea es mantenerse en el mercado, por lo que es imprescindible que se capture toda la información necesaria para su aplicación, la misma que deberá estar orientada a la satisfacción del cliente y para ello debe involucrar a todos sus integrantes, para así brindar un servicio de calidad.
3. Es necesario que los dirigentes que estén al frente de la cooperativa capaciten al personal y socios en temas referentes a la atención al cliente y relaciones humanas, luego evalúen e implementen políticas que ayuden a lograr la consecución de la calidad del servicio mediante un personal más eficiente, posicionándose así en la mente del cliente.
4. Es importante que la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre gestione los recursos necesarios para llevar a cabo la implementación de estrategias de atención al cliente que se sugiere en el presente trabajo investigativo, con el propósito de asegurar la calidad del trabajo de los taxistas y la satisfacción plena de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, L. C. (2015). *Estrategias de creación empresarial*. Bogota: ECO EDICIONES.
- Acosta, J. D., Peña, G. E., & Solarte, B. O. (2015). Lineamientos para la mejora del sistema de gestión de la calidad en entidades responsables de la movilidad en el Distrito Capital. *USTA*, 22.
- Ale, F. L. (4 de 10 de 2015). *Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/en-que-consiste-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Álvarez, J. M. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. España : AENOR.
- Barrera, A. (2016). Las Nuevas tendencias del servicio al cliente. *Summa*.
- Carvajal, L. G., Ormeño, J., & Valverde, M. d. (2015). *Atención al cliente*. Editex.
- Catellanos, L. R. (2015). *Estrategia y Planificación Estratégica*. Maracaibo, Zulia, Venezuela: LC Venezuela.
- Chávez, C. (2015). *Diccionario de recursos humanos: Técnicas Organizacionales y Teorías administrativas*. Córdoba: Brujas.
- Coral, A. S. (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. México: Patria.
- Di Génova, A. E. (2016). *Manual de relaciones públicas e institucionales: estrategias y tácticas relacionales y de comunicación* (2da ed.). Buenos Aires: Ugerman Editor.
- Fernández, M. J. (2014). *Atención básica al cliente*. Madrid: CEP S.L.
- Fierro, G. A. (2016). El servicio al cliente y sus problemáticas actuales: tendencias investigativas. *Criterios*, 14.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Publicaciones urbe*, 18.
- García, J. A. (2013). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Málaga: IC editorial.
- González, J. V. (2013). *Recepción en alojamientos: recepción y atención al cliente*. Madrid: CEP S.L.

- González, M., Olivares, S., González, N., & Ramos, J. M. (2014). *Planeación e integración de los recursos humanos: Capital Humano*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Gonzalo, E. D. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. TUTOR FORMACION .
- Guamàn, P. P. (11 de 2013). <http://repositorio.uta.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec>: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6466/1/121%20o.e..pdf>
- Holguin, M. M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Laza, C. A. (2014). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Tutor Formación.
- López, F. P. (2014). *Como gestionar las reclamaciones de sus clientes* . España: AENOR Ediciones.
- Martínez, M. P. (2014). *Atención al cliente*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Medina, M. R. (30 de 09 de 2013). www.itson.mx. Obtenido de www.itson.mx: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Moya, M. V. (2016). *Estrategia: calidad de servicio*. Logiste.
- Oliver, R. (18 de 04 de 2018). El cliente en el centro no es un eslògan . *EL PAÍS*, pág. 1.
- Pérez-Aradros, C. G. (2013). *Casos prácticos de Empresa y Administración*. España: Paraninfo S-A .
- Pisonero, C. T. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: RA-MA S.A.
- Quiñonez, M. E., & Vega, L. Á. (2014). *Calidad y servicios, conceptor y herramientas*. Bogotá: ECOE Ediciones .
- Rangel, P. E., Camargo, V. d., & Lizcano, C. I. (2013). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Urosario*, 49.

- Rodríguez, F. M. (2016). *Transformación gerencial*. México: Grupo Editorial Patria.
- Roura, S. (21 de 02 de 2017). *Nuevaempresa*. Obtenido de <http://www.nuevaempresa.com/empatia-util-negocios/>
- Sánchez, R. R. (2014). *Seguridad y salud*. Madrid : CEP S.L.
- Selva, J. P., & Conde, E. R. (2013). *Dirección de marketing: variables comerciales* (13ava ed.). ECU.
- Serrano, M. J. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: PARANINFO, S.A.
- Soto, B. (17 de 04 de 2013). *Gestion.org*. Obtenido de <https://www.gestion.org/recursos-humanos/gestion-competencias/39461/la-importancia-de-la-puntualidad-en-los-negocios/>
- Tirado, D. M., Guillèn, M. E., Roig, J. C., Fiol, L. J., & Monferrer, S. T. (2014). *Dirección de ventas*. Piramide.
- Vallet, T., Vallet, A., Vallet, I., Casanova, E., del Corte, V., Estrada, M., . . . Monte, P. (2015). *Principios de marketing estratégico* (1era ed.). España: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Obtenido de repositori.uji.es/xmlui/bitstream/10234/116262/1/s98.pdf
- Vargas, I. L. (19 de 10 de 2017). *Repositorio Institucional UMNG*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/16978/3/SalasVargasIngridLorena2017.pdf>
- Vicente Martínez-Tur, C. M. (2014). Calidad y bienestar en organizaciones de servicios: el papel del clima de servicio y la justicia organizacional. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (redalyc.org)*, 99-106.
- Villanueva, J., & Toro, J. M. (2017). *Marketing Estratégico*. España : Ediciones Universidad de Navarra S.A (EUNSA).
- Yuni, J., & Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar 2: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación* (Vol. 1). Córdoba, Argentina: Brujas. Obtenido de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/Técnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>
- Zárate, M. A. (18 de 03 de 2014). <http://usma.ac.pa>. Obtenido de [/wp-content/uploads/2014/05/investigacion-pensamiento-critico-Alzamora-cols.pdf](http://usma.ac.pa/wp-content/uploads/2014/05/investigacion-pensamiento-critico-Alzamora-cols.pdf)



ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de Investigación	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
Estrategias de atención al cliente y su incidencia en la calidad del servicio en la cooperativa de transporte en taxis 11 de diciembre, del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017.	¿De qué forma la inadecuada atención al cliente afecta la calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar las estrategias de atención al cliente aplicadas para mejorar el servicio brindado a los usuarios en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.</p>	Las estrategias de atención al cliente inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.	Estrategias de atención al cliente	Estrategia
		<p style="text-align: center;">OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Fundamentar las estrategias de atención al cliente que deben emplearse en la actualidad de acuerdo al criterio de algunos autores. Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre, lo que permitirá conocer su desempeño en la atención al cliente. Determinar las estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre. 			Variable Independiente:
				Calidad del Servicio	Atención al cliente
					Quejas y reclamos
					Cliente
					Capacitación
					Capacidad de respuesta
					Servicio
					Satisfacción
					Eficiencia
					Seguridad

Fuente: Matriz de consistencia
Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

Anexo 2. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Las estrategias de atención al cliente inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.	Estrategias de atención al cliente	Son métodos que la empresa utiliza para relacionarse de forma directa con sus clientes, asegurándose que el cliente reciba un servicio eficientemente por parte de los colaboradores mediante su buen desempeño buscando con ello su satisfacción total.	<p>Estrategia</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Quejas y reclamos</p> <p>Cliente</p> <p>Capacitación</p>	<p>Capacitación Buzones de sugerencias Redes sociales</p> <p>Amabilidad</p> <p>Actividades Metas</p> <p>Necesidades físicas, sociales e individuales</p> <p>Recursos Personal</p>	<p>¿Cree usted que la implementación de estrategias de atención al cliente ayudará a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa?</p> <p>¿La atención que brinda durante la prestación del servicio de transporte en taxis es la adecuada?</p> <p>¿La cooperativa de taxis debería preocuparse por tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?</p> <p>¿Al momento de trasladar al cliente a algún lugar, le proporciona un servicio personalizado?</p> <p>¿Los choferes de la cooperativa deben recibir charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta a socios</p> <p>Encuesta a población</p> <p>Revisión bibliográfica</p>

Fuente: Matriz de operacionalización de la variable independiente.

Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

HIPOTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Las estrategias de atención al cliente inciden en la calidad del servicio brindado en la Cooperativa de Transporte en Taxis 11 de Diciembre, del cantón La Libertad.	Calidad del servicio	Es aquella mejoría que las empresas implementan con el fin de asegurar la satisfacción plena de sus clientes a través de una actitud positiva, afianzando de esa forma que los clientes continúen adquiriendo el servicio	Capacidad de respuesta	Tiempo	¿La apariencia de su vehículo como el de su persona influye en la prestación de un buen servicio al cliente?	Entrevista Encuesta a socios Encuesta a población Revisión bibliográfica
			Servicio	Calidad	¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?	
			Satisfacción	Productividad	¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?	
			Eficiencia	Desempeño	¿La aplicación de las normas y reglamentos establecidos por su cooperativa debe implementarse de forma eficaz y eficiente en la realización de sus actividades diarias	
			Seguridad	Comodidad Confort	¿Cree usted que la seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente?	

Fuente: Matriz de operacionalización de la variable dependiente.

Elaborado: Pozo Tomalá Sonnia

**Anexo 3. LISTADO DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE
TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE**

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE IDENTIDAD	NUMERO TELEFÓNICO	DIRECCIÓN
1	GEORGE ENRIQUE REYES PALACIOS	0904741956	2786330 – 0991643954	BA. MARISCAL
2	RAUL ESTEBAN ACOSTA	0500959523	2777785 – 0985434361	SALINAS
3	FELIX ALBERTO MORENO EUSEBIO	0901053769	2787191 - 0999260066	CDLA. 6 DE ENERO
4	LIDER AURELIO VILLON CRUZ	0919791806	0994692694	CHANDUY
5	ALBERTO ROGERIO PEREZ MERCHAN	1302296650	2787029 – 0997661629	BA. EUGENIO ESPEJO
6	CARLOS JUNIOR MENDOZA POSLIGUA	0924271836	0988135685	BA. 25 DE SEPTIEMBRE
7	STALIN IGNACIO SANTOS HOLGUIN	1311778292	0996582810	ANCONCITO
8	SUSANA SILVANA PERERO ALFONZO	0918258328	2786881 – 0996628247	LA LIBERTAD
9	ALFREDO YASIG CURICHO	0501404420	2776266 – 0997491153	SALINAS
10	VICTOR HUGO MEDINA SANTOS	0905259479	0992274023	CDLA. SANTA PAULA
11	ANGEL ELICIO OCHOA GONZAGA	1704219672	2933498 – 0993813508	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
12	CESAR JACKSON SUAREZ FLORES	0914226840	0988724419	SANTA ELENA
13	NELLY ESPERANZA RAMOS RAMIREZ	0905953063	4510954 -0967713861	BA. 6 DE DICIEMBRE
14	LILIBETH ELIZABETH LUCAS HOLGUIN	0928866706	0939438369	SALINAS
15	DOLORES SELENITA CORAL LAVAYEN	0913042099	2782503 - 0986367748	BA. EUGENIO ESPEJO
16	GENARO CAMILO RAMIREZ VERA	0908363708	2782086 - 0989630635	BA. EUGENIO ESPEJO
17	FELICIANO PEREZ MERCHAN	1301739700	2780638 - 0993886953	BA. EL PARAISO
18	HECTOR ERASMO MAGALLAN MENDEZ	0905885737	0968172934	BA. LA ESPERANZA
19	EUCLIDES ULICE DOMINGUEZ RODRIGUEZ	0910626548	0959942917	CHANDUY Y 10 DE AGOSTO
20	ROLANDO JULIAN RAMIREZ LAINEZ	0910542406	2537140 - 0997045974	BA. 24 DE MAYO
21	TANIA ESMIRNA ESTHER REBUTTI SORIANO	0910284199	0991865033	BA. ROCAFUERTE
22	JOSE CIRILO PEREZ MERCHAN	1305443028	0992012510	BA. EUGENIO ESPEJO

Continúa...

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE IDENTIDAD	NUMERO TELEFÓNICO	DIRECCIÓN
23	ANGEL RAMIRO VELASTEGUI FLORES	1802611812	2537219 - 0993256193	SANTA ROSA
24	YAMIR JHONSON TIVANTA	0702017393	2538172 - 0993729181	BA. VIRGEN DEL CARMEN
25	WILFRIDO ROBERTO GUARANDA PEREZ	0915109136	0991147030	BA. JAIME ROLDOS
26	ENRIQUE JAIME LAVAYEN DOMINGUEZ	0907264949	2782556	LAS ACACIAS
27	JUAN ABAD TUMBACO SUAREZ	0904750122	0994276749	BA. 24 DE MAYO
28	JEFFERZON XAVIER BELTRAN PEREZ	0915363170	2786147 - 0969115348	BA. 28 DE MAYO
29	MAXIMO RODRIGO TACURI ASANZA	0905498663	2780452 - 0991458696	CDLA. SANTA PAULA
30	MERCEDES CRISTINA OCHOA COCHEA	0919391094	0939975734	CDLA. 5 DE JUNIO
31	JONNY FERNANDO ALOMOTO ESPINOZA	0913031860	0969450518	BA. 28 DE MAYO
32	RAUL ERGUIN MATEO ASENSIO	0905583464	0997491970	BA. 25 DE SEPTIEMBRE
33	VICTOR EMILIO POZO MALAVE	0921614921	0993970132	BA. CORDILLERA DEL CONDOR
34	TOMAS ANIBAL MONTESDEOCA MONTESDEOCA	1801170240	2933774 - 0982037537	BA. CORDILLERA DEL CONDOR
35	RAUL ALBERTO BELTRAN RIVERA	0920638806	2782223 - 0979555613	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
36	JHONNY WILSON VILLON MALAVE	0910027036	2786220 - 0994006148	BA. LIBERTAD
37	EDISON WELINTON PEREZ MERCHAN	1307736163	0993865456	BA. EUGENIO ESPEJO
38	JORGE MANUEL LEMA QUISAGUANO	1710310358	0994416904	CDLA. SANTA PAULA
39	MOISES QUIGUIRI ROJAS	0601790686	2771941 - 0989010133	SALINAS SINDICATO DE SALES
40	JOSE GERARDO CORAL RODRIGUEZ	2400134199	0939889216	SANTA ELENA
41	MAXIMO APOLINARIO NEIRA MAGALLANES	0913140547	0985822907	BA. 7 DE SEPTIEMBRE
42	JOSE VILLAO POZO	0908537012	0989205403	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
43	DANNY PATRICIO CARREÑO GALLO	0923404818	2784360 - 0991881402	BA. CALDERON
44	ROLANDO ALBERTO GONZALEZ ROSALES	0921580510	0993983542	BA. CORDILLERA DEL CONDOR
45	CAMILO ALFONZO ROSALES GUALE	0918332594	0967770013	CDLA. ERNESTO GONZALEZ

Continúa...

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE IDENTIDAD	NUMERO TELEFÓNICO	DIRECCIÓN
46	PEDRO FELIX TOMALA TORRES	0906984323	0959872263	BA. 24 DE MAYO
47	CARLOS WILSON BORBOR TOMALA	0912663333	0988464909	CARBO VITERI
48	GILSON ISAAC SAAVEDRA GALLO	0929010379	2781533 - 0993458678	BA. CALDERON
49	SERGIO DARIO AYALA ESPINOZA	0501901425	2979118 - 0995905585	UB. SOL Y MAR
50	MARIA SUSANA TOALOMBO LLACA	1803961380	0997229051	BA. CALDERON
51	EDISON JAVIER YUCCHA TOALOMBO	1804906913	0968809789	BA. MANABI
52	ANGEL EDILBERTO MERCHAN MERCHAN	0901389536	0986084114	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
53	SANTIAGO ISRAEL VALLEJO CUEVA	1804591525	0995579646	BA. VIRGEN DEL CARMEN
54	ALVARO RICHARD GONZALEZ ROSALES	0919401257	0990598701	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
55	JOSE FELIBERTO PEREZ MERCHAN	1301313845	2933462 - 0988533151	BA. GNRAL. ENRIQUEZ GALLO
56	JUAN FELIX RAMIREZ LAINEZ	0910615368	0996690787	BA. MANABI
57	MANUEL EMILIO SILVA MORAN	0700495344	2784333 - 0991854393	BA. ABDON CALDERON
58	ANGEL GERARDO LEMA QUISAGUANO	0501571160	2930142 - 0990717868	SALINAS
59	EDUARDO ROBERTO RAMIREZ SORIANO	0915692651	2785284 - 0983683162	BA. 6 DE DICIEMBRE
60	LUIS ALBERTO QUINDE LUCAS	0924921059	0959824354	BA. SAN VICENTE
61	JORGE LUIS REYES TENEMPAGUAY	0916424278	0959760946	BALLENITA
62	ELIANA NARCISA SUAREZ CRUZ	0923407977	0958878155	SANTA ELENA
63	KAREN JAEI TIVANTA JARAMILLO	0923671044	0982284507	BA. VIRGEN DEL CARMEN
64	BÉLGICA ANGELA VILLAO POZO	0914889431	0968438240	SANTA ELENA
65	ALVARO SANTIAGO MEDINA ESPIN	1804261756	0990117341	LA LIBERTAD
66	MARIBELL AIDEE TOMALA NEIRA	0919655704	4510292-0982400842	BA. EL PARAISO

Fuente: Socios de la cooperativa de transporte en taxis 11 de Diciembre.

Elaborado por: Pozo Tomalá Sonnia

Anexo 4. ENTREVISTA A EXPERTOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL
 PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 ESTUDIO TT02SP-2018**



ENTREVISTA A EXPERTOS

Nombre del entrevistado:			
Nombre del entrevistador:			
Lugar:		Dirección:	
Teléfono:		Fecha:	

EVALUACIÓN GENERAL DEL OBJETO DE ACTITUD

1. **¿Cómo percibe el servicio de transporte en la provincia de Santa Elena?**

.....

.....

.....

.....

2. **¿Qué opinión le merece el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos de la provincia de Santa Elena?**

.....

.....

.....

.....

DESAJUSTES DEL OBJETO DE ACTITUD

3. **¿Cuáles son los aspectos positivos en el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos de la provincia de Santa Elena?**

.....

.....

.....

.....

4. **¿Cuáles son los aspectos negativos en el servicio que brindan las cooperativas de transportes en taxis públicos la provincia de Santa Elena?**

.....

.....

.....

.....

5. ¿Qué otros servicios ofrecen las cooperativas de transportes en taxis en la atención al cliente? Descríbalos por favor.

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

AJUSTE DEL OBJETO DE ACTITUD

6. ¿Qué características cree usted que los choferes de las cooperativas de transportes en taxis públicos para ofrecer su servicio? Descríbalos por favor.

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

7. ¿Qué aspectos deben mejorar el servicio de transporte en taxis para brindar una atención de calidad? ¿Por qué?

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

EVALUAR EL NUEVO OBJETO DE ACTITUD

8. ¿Qué opinión le merece la idea de implementar un plan de estrategias de atención al cliente en las cooperativas de transportes en taxis públicos? Profundizar razones.

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

9. ¿Cree usted que la implementación de un plan de estrategias de atención al cliente ayudaría que se obtenga un mayor nivel de satisfacción? ¿Por qué?

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

10. ¿Cuál cree que sería el nivel de desempeño de los choferes al implementar el plan de estrategias en las cooperativas de transportes en taxis públicos? Profundizar razones.

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

EVALUAR EL OBJETO DE ACTITUD IDEAL:

11. ¿Si usted fuera el dirigente de una cooperativa que estrategias de atención al cliente incluiría para mejorar el servicio de transportes en taxis públicos? Descríbalos por favor.

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

12. ¿Cómo se imagina que debe ser una atención al cliente ideal? Descríbalo por favor.

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

¡GRACIAS POR LA COLABORACIÓN!

Anexo 5. ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESTUDIO TT02SP-2018



ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Buenos días, tardes, noches soy Sonia Pozo estudiante de la Carrera ADE de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy recabando información sobre temas importantes de interés, la información que usted nos brinde será de utilidad para la elaboración de una investigación. Pido total sinceridad.

Instrucciones:

- Marcar con una x en el cuadro correspondiente de acuerdo a su elección
- Responder a su criterio

1. Sexo:

Hombre	<input type="checkbox"/>
Mujer	<input type="checkbox"/>

2. Edad:

15 – 24	<input type="checkbox"/>
25 – 34	<input type="checkbox"/>
35 – 44	<input type="checkbox"/>
45 en adelante	<input type="checkbox"/>

Algunas personas nos dieron su opinión sobre la atención que se le brinda al cliente durante la prestación del servicio de taxis, yo a continuación le realizare algunas preguntas y usted calificara cuan de acuerdo esta con estas afirmaciones.

Conteste marcando una de las opciones disponibles en los cuadros

3. ¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?

1. Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
2. De acuerdo	<input type="checkbox"/>
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
4. En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
5. Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

4. ¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que fallan los choferes de la cooperativa?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

5. ¿Al momento de trasladarse a algún lugar le gustaría recibir un servicio personalizado que le brinde seguridad?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

6. ¿La atención que usted recibió por parte de los choferes de la cooperativa de taxis fue la adecuada?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

7. ¿La cooperativa de taxis debe tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

8. ¿Los choferes deben cumplir con las normas y reglamentos impuestos por su cooperativa?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

9. ¿La apariencia del vehículo como la del chofer influye en la prestación de un buen servicio?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

10. ¿Los choferes de la cooperativa deben recibir charlas o capacitaciones en temas de atención al cliente y en relaciones humanas?

- 1. Totalmente de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Totalmente en desacuerdo

11. ¿La seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para que se brinde un buen servicio?

- 1. Totalmente de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Totalmente en desacuerdo

12. ¿La implementación de estrategias de atención al cliente ayudara a mejorar la calidad del servicio que se brinda?

- 1. Totalmente de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Totalmente en desacuerdo

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 6. ENCUESTA A LOS CHOFERES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESTUDIO TT02SP-2018



ENCUESTA A LOS CHOFERES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS 11 DE DICIEMBRE

Buenos días, tardes, noches soy Sonia Pozo estudiante de la Carrera ADE de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy recabando información sobre temas importantes de interés, la información que usted nos brinde será de utilidad para la elaboración de una investigación. Pido total sinceridad.

Instrucciones:

- Marcar con una x en el cuadro correspondiente de acuerdo a su elección
- Responder a su criterio

1. Sexo:

Hombre
Mujer

2. Edad:

15 – 24
25 – 34
35 – 44
46 en adelante

Algunas personas nos dieron su opinión sobre la atención que se le brinda al cliente durante la prestación del servicio de taxis, yo a continuación le realizare algunas preguntas y usted calificara cuan de acuerdo esta con estas afirmaciones.

Conteste marcando una de las opciones disponibles en los cuadros

3. ¿El tránsito en la provincia de Santa Elena es organizado?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

4. ¿La falta de educación, la atención al cliente, rapidez, cubrir rutas lejanas y la presentación personal son aspectos en los que se fallan al momento de prestar el servicio de taxis?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

5. ¿Al momento de trasladar al cliente a algún lugar, usted le proporciona un servicio personalizado?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

6. ¿La atención que brinda durante la prestación del servicio de transporte en taxis es la adecuada?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

7. ¿La cooperativa de taxis debería preocuparse por tomar acciones correctivas respecto a las quejas y reclamos por parte de los usuarios para que no se repitan?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

8. ¿La aplicación de las normas y reglamentos establecidos por su cooperativa debe implementarse de forma eficaz y eficiente en la realización de sus actividades diarias?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

9. ¿La apariencia de su vehículo como el de su persona influye en la prestación de un buen servicio al cliente?

- 1. Totalmente de acuerdo
 - 2. De acuerdo
 - 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4. En desacuerdo
 - 5. Totalmente en desacuerdo
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

10. ¿Cree usted que si se dictaran charlas o capacitaciones en temas sobre atención al cliente o en relaciones humanas su desenvolvimiento en el trabajo sería excelente?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

11. ¿Cree usted que la seguridad, comodidad y el tiempo son aspectos importantes para brindar un buen servicio al cliente?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

12. ¿Cree usted que la implementación de estrategias de atención al cliente ayudaría a mejorar la calidad del servicio que brinda la cooperativa?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Totalmente en desacuerdo
5. Desacuerdo

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 7. MATERIALES

Entre los materiales que se emplearon en el desarrollo de la investigación se detallan:

- Portátil
- Impresora
- Tintas o cartuchos
- Formato de entrevista
- Cuestionario de encuestas
- Energía eléctrica
- Internet
- Resmas de hojas papel bond
- Lápices, esferos y otros materiales.



COOPERATIVA DE TAXIS "11 DE DICIEMBRE"

DIRECCIÓN: BARRIO 28 DE MAYO
ACUERDO MINISTERIAL N° 000927
TELÉFONO: 2785 – 213 RUC. # 0991434178001
LA LIBERTAD – ECUADOR
CORREO: cooperativa11dediciembre@outlook.com



La Libertad, 21 de Septiembre del 2018

Econ. Margarita Panchana Panchana
**DIRECTORA ENCARGADA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DE LA UPSE**

En su despacho.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la Directiva de la **Cooperativa de Transporte en Taxis "11 de Diciembre"** con sede en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, augurando éxitos en las funciones que usted dignamente desempeña.

Por medio de la presente le damos a conocer que en atención al oficio enviado con fecha 22 de Febrero del año en curso, existe el visto bueno para que la **SRTA. SONNIA GABRIELA POZO TOMALÁ**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas pueda desarrollar su **TEMA DE TESIS** titulado **ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS " 11 DE DICIEMBRE"** del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena , año 2017, me complace aprobar la solicitud, comprometiéndome brindar la apertura y el apoyo necesario para el desarrollo del respectivo trabajo de titulación.

Además autorizo con esta **CARTA AVAL** hacer uso de la información obtenida para los fines pertinentes a la elaboración de trabajo de titulación; y, para que pueda publicarse en su totalidad en el repositorio del portal de la página web de la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**.

Agradeciendo su consideración y sin otro asunto que tratar me despido.

Atentamente,


Sr. José Cirilo Pérez Merchán
PRESIDENTE

