



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

TEMA:

ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO EN LA COMPAÑÍA DE
TRANSPORTE “TRUNSA S.A.” CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022.

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

SANTOS REYES EYVIN ARIEL

LA LIBERTAD – ECUADOR

AGOSTO 2023

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte Trunsa S.A, cantón La Libertad, Año 2022**”, elaborado por el Sr. Eyvin Ariel Santos Reyes egresado(a) de la Carrera de Administración de empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



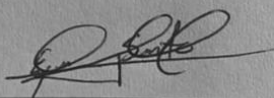
Firmado electrónicamente por:
**FELIX FERNANDO
TIGRERO GONZALEZ**

**Eco. Félix Tigrero González, Mgt
Profesor tutor**

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte Trunsa S.A, cantón La Libertad, Año 2022”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Santos Reyes Eyvin Ariel con cédula de identidad número 2450578105 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Santos Reyes Eyvin Ariel

C.C. No.: 245057810-5

Agradecimientos

En primero lugar agradecer a Dios por darme vida cada día, con su misericordia cuidarme en donde valla.

Agradezco a mis padres por apoyarme siempre en todo momento y nunca dejarme solo cuando más los necesitaba y también por darme la oportunidad de estudiar y convertirme en un hombre de provecho para la sociedad.

Agradezco también a mis amigos de la universidad, Yaritza, Odalys, Melanie por ayudarme en todo, por compartir estos últimos semestres llenos de alegría, tristezas, enojos, pero a pesar de todo, las risas nunca faltaron, las quiero mucho.

Agradezco también a las personas que me ayudaron explicándome cualquier cosa que no entendía, siempre con paciencia y cariño, muchas gracias.

Agradezco al gerente y presidente de la compañía de transporte “Trunsa S.A”, por haberme brindado la información para mi proyecto de titulación y de darme paso a opinar sobre las posibles mejoras de la misma.

Santos Reyes Eyvin Ariel

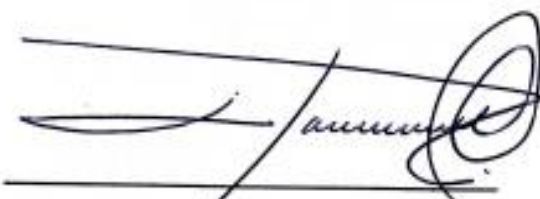
Dedicatoria

Le dedico este triunfo a mi madre señora Johanna Reyes Suarez, a mi padre Señor Darwin Santos Malavé, a mi abuelo que en paz descanse, a mi familia por haber creído en mí, con su apoyo y cariño hoy soy lo que soy.

Le dedico este logro a mi esposa Genesis Orrala Floreano, por su cariño y afecto, nunca me dejo solo a pesar de las noches largas y el carácter que podría tener, la amo demasiado, así como ella me ama a mí. Me siento afortunado de tenerla en mi vida y que sea mi esposa y futura madre de mi hijo.

Por último, le dedico este trabajo a mi hijo que viene en camino, la mayor motivación que puedo tener.

Santos Reyes Eyvin Ariel

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

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




**Ing. Arturo Benavides R., PhD.
PROFESOR ESPECIALISTA**



**Econ. Félix Tigrero González, MSc.
PROFESOR TUTOR**



**Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC**



**Lic. Sandra Saltos Burgos
SECRETARIA DE CARRERA**

Índice

Agradecimientos	4
Dedicatoria.....	5
Resumen	11
Abstrack.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I.....	19
Marco Referencial	19
Revisión de literatura	19
Desarrollo de teorías y conceptos	22
<i>Estrategias de calidad de servicio</i>	22
Fiabilidad	23
Confianza	23
Lealtad	24
Seguridad	24
Monitoreo	25
Comunicación.....	26
Atención al cliente	26
Capacidad de respuesta.....	27
Empatía.....	27
Amabilidad	28
Cortesía.....	28
Fundamentos Legales	29
Constitución de la república del ecuador.....	29
Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.....	29
Ley orgánica economía popular y solidaria.....	31
Capitulo II.	32
Metodología.....	32
Diseño de la investigación.....	32
Métodos de investigación	32
Método Deductivo	33
Método Analítico	33

Población y Muestra	33
Población	33
Muestra	34
<i>Tamaño de la muestra</i>	36
Recolección y procesamiento de datos	37
Entrevista	37
Encuesta	37
Validación y confiabilidad de los instrumentos.....	39
Capítulo III.....	40
Resultados y discusión.....	40
Discusión	69
Conclusiones.....	73
Recomendaciones	74
Referencias	75
Apéndice	82

Índice de tablas

Tabla 1 Población de la compañía de transporte "Trunsa S.A".....	34
Tabla 2 Datos para el cálculo del tamaño de la muestra de la compañía de transporte...35	35
Tabla 3 Calificación del tamaño de la muestra	37
Tabla 4 Instrumentos para aplicar	38
Tabla 5 Procesamiento de casos validos	39
Tabla 6 Alfa de Cronbach de instrumentos	39
Tabla 7 Género	42
Tabla 8 Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte	43
Tabla 9 Frecuencia del servicio de transporte "Trunsa S.A".....	44
Tabla 10 Ofrece un servicio Confiable	45
Tabla 11 Credibilidad.....	46
Tabla 12 Capacitación a los choferes.....	47
Tabla 13 Comunicación y confianza.....	48
Tabla 14 Choferes predispuestos en ayudar a sus usuarios	49
Tabla 15 Comunicación optima con el usuario	50
Tabla 16 Seguridad.....	51
Tabla 17 Velocidad y señales de transito	52
Tabla 18 Condiciones del vehículo.....	53
Tabla 19 Conductores agradables	54
Tabla 20 Servicio Adecuado	55
Tabla 21 Edad.....	56
Tabla 22 Genero	57
Tabla 23 Servicio de calidad	58
Tabla 24 Servicio confiable	59
Tabla 25 Respuesta adecuada.....	60
Tabla 26 Seguridad.....	61
Tabla 27 Conductores capacitados.....	62
Tabla 28 Desarrollo de funciones.....	63
Tabla 29 Respuesta y solución oportuno	64
Tabla 30 Informado	65
Tabla 31 Unidades bien equipadas.....	66
Tabla 32 Empatía.....	67
Tabla 33 Servicio de calidad	68
Tabla 34 Análisis situacional FODA	71
Tabla 35 Análisis DOFA.....	72
Tabla 36 Matriz de consistencia	82
Tabla 37 Encuesta a usuarios.....	84
Tabla 38 Encuesta dirigida a los socios	86

Índice de figuras

Figura 1 Género	42
Figura 2 Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte	43
Figura 3 Frecuencia del servicio de transporte "Trunsa S.A "	44
Figura 4 Ofrece un servicio confiable	45
Figura 5 Credibilidad	46
Figura 6 Capacitación a los choferes	47
Figura 7 Comunicación y Confianza	48
Figura 8 Choferes predispuestos en ayudar a sus usuarios	49
Figura 9 Comunicación optima con el usuario	50
Figura 10 Seguridad	51
Figura 11 Velocidad y señales de tránsito	52
Figura 12 Condiciones del vehículo	53
Figura 13 Conductores agradables	54
Figura 14 Servicio adecuado	55
Figura 15 Edad	56
Figura 16 Género	57
Figura 17 Servicio de calidad	58
Figura 18 Servicio confiable	59
Figura 19 Respuesta adecuada	60
Figura 20 Seguridad	61
Figura 21 Conductores capacitados	62
Figura 22 Desarrollo de funciones	63
Figura 23 Respuesta y solución oportuno	64
Figura 24 Informado	65
Figura 25 Unidades bien equipadas	66
Figura 26 Empatía	67
Figura 27 Servicio de calidad	68
Figura 28 Solicitud para carta Aval	88
Figura 29 Carta Aval de la compañía	89
Figura 30 Cronograma de actividades	92
Figura 31 Entrevista al gerente	93
Figura 32 Encuesta realizada a los conductores y socios	93
Figura 33 Código QR para calificar el servicio, precios y paradas	96



ESTRATEGIAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE “TRUNSA S.A.”, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022

AUTOR:

Santos Reyes Eyvin Ariel

TUTOR:

Ec. Félix Tigreiro G., Mgt.

Resumen

La presente investigación hace referencia a la calidad del servicio que brinda la compañía de transporte “Trunsa S.A.” a sus usuarios, la misma tiene como objetivo analizar el estado actual de la compañía, analizar las estrategias de calidad que mejorarían el servicio al cliente, esta investigación es de alcance descriptivo, ya que se visualizó la situación real actual de la compañía de transporte, también se utilizó un enfoque mixto como cualitativo y cuantitativo, puesto que se realizaron entrevistas y encuestas para la recolección de datos necesarios, también se utilizó el método deductivo, ya que basándonos en estudios y análisis de diferentes autores se llegará a un mejor entendimiento de la problemática y analítico porque se realizó una investigación de casos similares que aporten validez, posteriormente el diseño de la investigación fue no experimental porque no se manipuló ninguna de las variables deliberadamente, los resultados indican que varios de los socios están dispuestos a mejorar para brindar un servicio de calidad mediante capacitaciones, se evidenció que los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la compañía, concluyendo que aunque existe aún un porcentaje pequeño el cual se nota la insatisfacción por motivos de conducta del chofer o las unidades en mal estado, el nivel de satisfacción de los usuarios es aceptable y bueno.

Palabras clave: Calidad, Cliente, Usuarios, Servicio.



**SERVICE QUALITY STRATEGIES AT “TRUNSA S.A.” TRANSPORT
COMPANY, LA LIBERTAD CANTON, YEAR 2022**

Author:

Santos Reyes Eyvin Ariel

Tutor:

Ec. Félix Tigreiro G., Mgt.

Abstrack

The present investigation refers to the quality of the service provided by the transport company "Trunsa S.A" to its users, it aims to analyze the current state of the company, analyze the quality strategies that would improve customer service, this investigation is descriptive in scope since the current real situation of the transport company was visualized, a mixed qualitative and quantitative approach was also used, since interviews and surveys were carried out to collect the necessary data, the deductive method was also used since based on studies and analyzes of different authors will reach a better understanding of the problem and analytical since an investigation of similar cases that provide validity is carried out, later the design of the investigation was non-experimental because none of the variables were deliberately manipulated, the results indicate that several of the partners are willing to improve to provide a quality service through training, it was evidenced that the users are satisfied with the service provided by the company, concluding that although there is still a small percentage which shows dissatisfaction for reasons of driver behavior or units in poor condition, the level of user satisfaction is acceptable and good.

Keywords: Quality, Customer, Users, Service.

Introducción

El transporte público dentro de una ciudad es de mucha importancia, ya que permite diariamente la movilización de personas de un lugar a otro, ya sea para acudir a establecimientos educativos, para desempeñar actividades académicas o para realizar funciones laborales. Por esa razón, el servicio de transporte debe cumplir con los requerimientos de sus usuarios, satisfaciendo sus necesidades de transportación en un entorno comfortable, seguro y en un ambiente respetuoso.

La calidad como se sabe, es la capacidad que tiene un objeto o servicio para satisfacer las necesidades de sus clientes, ya sean explícitas o implícitas, tiene como finalidad cambiar la percepción de cada individuo, es decir, comparar un producto o servicio de la misma especie, también relacionando factores como la cultura, necesidades y las expectativas directas que tiene el cliente.

La calidad de servicio es uno de los aspectos más importantes de las empresas para mantenerse en el mercado, la satisfacción del cliente es fundamental, ya que el cliente o usuario debe ser atendido de una manera diferente y mejor que en otros servicios anteriormente visitados, puesto que si el cliente está satisfecho con el servicio conducirá a una retención o fidelización en cuanto a los servicios de la empresa.

Las estrategias de calidad son herramientas que sirven para ayudar a las organizaciones a lograr alcanzar sus objetivos propuestos en un periodo determinado de tiempo, por ende, los recursos, las necesidades, la capacidad de satisfacer al cliente o los usuarios están involucrados, ya que las estrategias de calidad de servicio son fundamentales y necesarias en una organización.

A nivel global, las empresas se preocupan por retener al cliente, es por esta razón que se ven en la necesidad de implementar estrategias de calidad como la proactividad, atención de calidad, innovación tecnológica, permitiéndoles generar una ventaja ante la competencia, por ende, cada empresa debe considerar estos elementos como factores esenciales para trabajar y mejorar.

La demanda de cubrir necesidades crea oportunidades de negocios, las cooperativas o compañías de transporte proponen dar un buen servicio, lo cual tiene como finalidad

generar beneficios para los transportistas y brindar un buen servicio al usuario en relación con su satisfacción al momento de cumplir con sus expectativas. En el mercado mundial en cuanto al transporte se mantiene progresando de forma continua y especializándose para atraer y retener a los usuarios como punto clave para obtener éxito.

En Ecuador existen compañías de transporte provinciales e interprovinciales, que brindan sus servicios diariamente. El servicio de transporte ha conseguido un gran desarrollo económico, ya que en la actualidad sus servicios cubren las 3 regiones del Ecuador, tales como Costa, Sierra y Amazonia, esto es gracias a las inversiones realizadas por el gobierno, lo cual permitió la creación de empresas de transporte, las cuales cubren la mayoría de las rutas del país y de esa manera cumplir con un servicio de transporte adecuado y de calidad, además este ha variado con el pasar del tiempo, esto se debe a los cambios como gustos y preferencias por parte de los usuarios, incluso la mayoría de las compañías presentan dificultades al tratar de comprender las diferentes estrategias de atención al usuario.

En la provincia de Santa Elena existen compañías de transportes que brindan servicios provinciales e interprovinciales, sin embargo, este servicio no es muy bueno debido a que las compañías de transporte no cuentan con los conocimientos esenciales y necesarios para lograr la satisfacción hacia el usuario, lo que ocasiona una insatisfacción de ellos hacia las empresas, compañías o cooperativas de transporte. Las estrategias de calidad de servicio buscan dar solución a los diversos problemas que existen en estas compañías de transporte y así mejorar el servicio al usuario.

La compañía de transporte “Trunsa S.A.”, se dedica a la movilización de pasajeros por medio de unidades de transporte, el servicio se realiza por rutas establecidas por la compañía siguiendo un horario fijo y por paradas correspondientes en lugares establecidos por la comisión de tránsito del Ecuador.

En la actualidad la compañía de transporte tiene una estructura orgánica que está compuesta por 37 unidades, siendo estos accionistas y su directiva conformada por presidente, gerente y el personal administrativo que está compuesta por: contador, jefe de ruta, mensajero, secretaria, comisario.

El presente trabajo investigativo se centró en indagar e identificar que estrategias de calidad pueden mejorar el servicio que ofrece la Compañía de Transporte “Trunsa S.A.”, como finalidad de mejorar la imagen de la compañía y generar confianza en el servicio que brindan.

El servicio de transporte está direccionado en buscar la satisfacción en cuanto a las necesidades de sus usuarios que adquieren su servicio día a día, por ende, ese necesario que tengan un buen ambiente dentro de la unidad, seguridad, amabilidad y comodidad, con el fin de querer cumplir las expectativas de sus usuarios.

Con respecto **al planteamiento del problema**, las compañías de transporte, no satisfacen las necesidades de sus usuarios, lo cual genera una existencia muy corta de ellos al adquirir sus servicios, por ende, se deben esforzar en brindar un ambiente adecuado al momento de empezar la labor del día, manteniendo una unidad limpia, estable para que no haya inconformidad ni quejas de parte del usuario, debe ser una unidad segura y confortable para que el usuario durante su viaje se mantenga confiado y tranquilo.

A nivel internacional, Santiago (2018) menciona que, en la mayor parte de América Latina y el Caribe, el transporte urbano más utilizado son los autobuses, pese a ello, son en su mayoría ineficientes, ya que estas unidades transitan en medio de automóviles y otros tipos de vehículos, provocando congestión en las vías, retraso en la llegada de los usuarios, incremento de contaminación ambiental y accidentes de tránsito. Estos problemas se deben a deficientes criterios en la organización del tránsito y de transporte en general, es decir, la calidad del sistema depende fundamentalmente de una planificación acertada y de la regulación por parte de las autoridades gubernamentales.

Otro problema es la carencia de infraestructura adecuada. En algunos lugares, la infraestructura de transporte no está diseñada para manejar el crecimiento de la población y la demanda de viajes. Esto puede resultar en una escasez de carreteras, estaciones de transporte público insuficientes, sistemas de señalización obsoletos y la escasa conexión entre diferentes modos de transporte. Como resultado, los usuarios pueden enfrentar dificultades para acceder a servicios de transporte confiables y eficientes.

A nivel nacional, Morocho & Rodríguez (2019), mencionan que el servicio de transporte público ha sido caracterizado como un problema frecuente para las debidas autoridades competentes del país, ya que es normal que se escuche la inconformidad que

existe por parte de los usuarios sobre la calidad del servicio que brindan las compañías de transporte tales como unidades en malas condiciones, conductas inapropiadas de los conductores, incumplimiento de horarios, por ende, expone la deficiencia en la organización, inseguridad, tiempos de viaje, ubicación de paradas, trato del conductor, entre otros son problemas que aquejan al servicio de transporte del país.

Así mismo, la seguridad vial es una preocupación crítica en el servicio de transporte del país. Los accidentes de tráfico causados por conductores imprudentes, la ausencia de señalización adecuada, condiciones de la carretera deficientes y mantenimiento inadecuado de los vehículos pueden tener consecuencias graves. Esto puede resultar en lesiones y pérdidas de vidas humanas, además de generar costos significativos para los sistemas de salud y seguros.

La compañía de transporte “Trunsa S.A.” posee un sistema GPS como medio de seguridad en cada unidad de transporte para conocer donde se encuentra y tener más control, este sistema actualmente está siendo defectuoso, lo cual representa problemas en la seguridad y el monitoreo de las unidades.

Además, se evidencia que existe una insatisfacción por parte de los usuarios por el servicio de la compañía por motivos como de horarios, el mal estado de ciertas unidades, carencia de unidades nuevas y las escasas capacitaciones que reciben los conductores por parte de la compañía, generando un servicio de calidad pésimo lo cual ocasiona una mala experiencia al usuario.

Además, existen inconvenientes como la mala atención y aglomeración de pasajeros que viajan de pie en horarios en donde hay mucha fluidez de estos y están al constante peligro al momento de transportarse en unidades antiguas, ya que se pueden generar daños mecánicos que conlleven a tragedias para los ellos e incluso para el chofer, por todo lo antes mencionado los usuarios desean un cambio en el servicio mejorando cada aspecto relacionado con la calidad en la compañía, para la cual se establece la siguiente **formulación** del problema: ¿De qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de transporte “Trunsa” S.A.?.

Basándonos en la formulación de problema se estableció la siguiente sistematización:

- ¿Cuál es la situación actual en cuanto a la calidad del servicio en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?
- ¿Cuáles son las estrategias de calidad del servicio que permitirían mejorar el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?

La investigación mediante la problemática, y la respectiva sistematización, conlleva a establecer el objetivo general que se plantea a continuación:

Analizar de qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de Transporte “Trunsa S.A.”.

Consecutivamente, al objetivo general, se establecen los objetivos específicos:

- Diagnosticar la situación actual respecto a la calidad del servicio que ofrece la compañía de transporte “Trunsa S.A.”.
- Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”.
- Describir las estrategias de calidad que mejorarían el servicio de la compañía de Transporte “Trunsa S.A.”.

Para la relevancia del estudio es necesario establecer la **Justificación** del presente trabajo investigativo, enfocándose en analizar las estrategias de calidad que mejorarían el servicio de la Compañía de transporte “Trunsa S.A.”, por lo tanto, se enfocará en analizar las diferentes estrategias de calidad de servicio que posea la compañía y así mismo las que podrían implementarse, por ende, la importancia radica en que el estudio tiene un impacto social determinante, puesto que se busca mejorar la calidad en el servicio que se brinda a los usuarios y cumplir con sus expectativas.

Por otra parte, la **justificación teórica** del presente trabajo de investigación se enfocó en indagar y analizar diferentes estrategias de calidad que permitan mejorar el servicio de la

compañía de transporte “Trunsa S.A.”, así mismo, el contenido está basado en diferentes análisis de trabajos investigativos como tesis, libros, artículos científicos y revistas sobre la calidad de servicio y de igual forma se realizaran encuestas y entrevistas las cuales permitirán obtener información de gran ayuda para la presente investigación.

La importancia de realizar este estudio se deriva de la necesidad actual y generalizada que tienen las compañías de transporte de buscar alternativas para lograr reconocimiento o prestigio en la calidad de sus servicios. Es importante para toda institución mejorar significativamente, conservando un equilibrio dentro de sus estados económicos que les permita responder o participar en nuevas oportunidades, pero para desarrollarse, la compañía primero debe comenzar a crear un entorno capaz de garantizar una gestión eficiente y operaciones productivas.

En la **justificación práctica**, la compañía de transporte “Trunsa S.A.” del cantón La Libertad presenta debilidades en cuanto a la calidad de servicio, por dicha razón se consideró en poner en marcha la debida investigación con la finalidad de identificar las causas por las que los usuarios se sienten insatisfechos sobre el servicio que brinda la compañía, para que de esa forma considerar que tipo de estrategias ayudarían a combatir con esta problemática antes mencionada y esta manera ayude a la compañía a mejorar la calidad de servicio que ofrece.

Del presente trabajo investigativo surgió la **idea a defender**, la cual se basa en que las estrategias de calidad mejoran el servicio de transporte de pasajeros de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, cantón La Libertad, Año 2022.

El **mapeo** del trabajo investigativo se subdivide en tres capítulos. El **capítulo uno** se basa en los antecedentes de distintos autores que hayan realizado trabajos similares al que se está presentando, además el desarrollo de teorías y conceptos sobre las estrategias de calidad de servicio, así mismo como la base legal que sustenta la investigación. El **capítulo dos** se trata de la metodología que se realizara en la investigación, explicando métodos, diseños, tipos de investigación, así mismo como las técnicas para recolectar información como las encuestas y entrevistas con la debida validación de los mismos, describiendo también la población junto con la muestra. Y, por último, el **capítulo tres** en donde se interpretarán y se expondrán los resultados de las encuestas y entrevistas efectuadas, culminando con las debidas conclusiones y recomendaciones del trabajo.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de literatura

Reyes (2018), en su trabajo de titulación “Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad en la Compañía de Transporte Salisel S.A.” hace referencia a las estrategias de calidad de servicio que fortalezcan la competitividad, la investigación tiene como objetivo general de diseñar estrategias de servicio que fortalezcan la competitividad en la Compañía de Transporte Salisel S.A., mediante la realización de un estudio para mejorar las actividades internas. En cuanto a la metodología empleada, fue de tipo descriptivo, utilizando métodos como el deductivo, inductivo y también el analítico sintético. Incluso se aplicó ciertas herramientas de recolección de información como son la ficha de observación, la entrevista, el benchmarking y el focus group, las cuales fueron de mucha importancia para la relevancia de la investigación al momento de recolectar información y elaborar una propuesta adecuada. Basándose en los resultados que se obtuvieron, dio paso a la formulación de cuatro tipos de estrategias, las cuales sirvieron para mejorar la calidad y el servicio que brindan los choferes al momento de atender a los usuarios que frecuentan el uso de este tipo servicio, para movilizarse a los diferentes puntos que tienen de ruta la compañía en el cantón La Libertad, los mismos que están detallados en esta investigación.

Para Arrestegui (2020), en su trabajo de titulación llamado “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de la victoria, 2020” el cual tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros la cual está ubicada en el distrito de La Victoria Venezuela, durante el periodo 2020, esto suscito, ya que los usuarios presentaron distintas inconformidades por la calidad de servicio que recibían por parte de las empresas de transporte de modo terrestre e interprovincial, ellos indicaron que las empresas no cumplían con lo que ofrecían, generando mucha insatisfacción por parte de los usuarios. Esta investigación ayudó mucho en el ámbito social, puesto que basándose en los resultados obtenidos permitirían mejorar la calidad del servicio de transporte interprovincial. Esta investigación tuvo un alcance descriptivo correlacional, con un enfoque cualitativo,

aplicando encuestas que fueron realizadas con preguntas con escala de Likert de cinco puntos. Obteniendo como resultados en los que determinaron que existe una relación positiva correlacional entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en una debida empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros.

Tercero et al., (2019) en su trabajo de titulación “Análisis de la calidad de servicio de transporte público “Familia Zamora del municipio el Sauce”, año 2019”, mencionaron que las problemáticas y las necesidades inciden en la calidad de servicio en el transporte público del municipio de Achapua, en donde se pudo evaluar mediante opiniones de usuarios la calidad que prestan, ya que usan diariamente este servicio para transportarse a su respectivo destino, la cual tuvo como objetivo analizar a profundidad el servicio de transporte con el fin de brindar recomendaciones que permitan mejorar la calidad del servicio. La metodología empleada en esta investigación fue descriptiva, utilizando el método deductivo, con un enfoque mixto, utilizando también las respectivas técnicas de recolección de información como las encuestas, entrevistas e incluso las guías de observación, además de la población de 1500 usuarios y la respectiva muestra experimental y probabilística por conveniencia. Los resultados obtenidos en esta investigación arrojaron que la calidad de servicio de esta empresa de transporte es muy buena cumpliendo con las expectativas de sus usuarios, sin embargo, existe las debidas recomendaciones en las cuales se recomiendan en implementar estrategias como de seguridad y de mejorar el estado de las unidades.

Romero et al., (2021), en su artículo científico llamado “Evaluación de calidad de los servicios de transporte de pasajeros de la compañía Blubus-Star” en donde mencionaban que la calidad de los servicios es fundamental para el desempeño en las organizaciones, la única garantía de ser competitivos y eficientes. Su artículo tuvo como finalidad evaluar la calidad de los servicios de la compañía de transporte de pasajeros BlueBus-Star. En el presente artículo se aplicó el modelo Servqual modificado, específicamente los cuestionarios de satisfacción de los clientes tanto internos como externos de la compañía. Tuvo como resultado que un 25% de nivel de insatisfacción de los clientes internos y 38% de los clientes externos, en los cuales los atributos que más fueron afectados según criterio de los mismos trabajadores son las condiciones de trabajo, comunicación y el salario.

Por ende, para los clientes externos los atributos más afectados fueron tanto como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía. Lo que evidencio la necesidad de implementar acciones o estrategias de mejora para la calidad de servicio.

Ibarra et al., (2017) en su artículo científico llamado “La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario”, ellos mencionaban que el brindar un excelente servicio a través del atributo de la calidad, ha sido recurrente en la mayoría de las empresas, por ende, la presente investigación realizo un aporte al área de la administración y negocios, ya que pudo medir la calidad del servicio y la satisfacción del usuario del sistema de transporte público en Hermosillo, Sonora, México. La investigación fue de tipo cuantitativa, con una población de estudio de 1,296 usuarios del transporte, a los cuales se les aplicó un instrumento de medición donde se determinaron las dimensiones que más impactan en la satisfacción del cliente, hicieron uso también de la metodología Servperf. El análisis se pudo llevar a cabo a través de un análisis factorial exploratorio y así como la técnica de regresión lineal múltiple. Las dimensiones que se evaluaron fueron lo Tangible, la confiabilidad, la responsabilidad, seguridad y, la empatía

Los resultados de la estimación de regresión lineal múltiple determinaron la importancia, el peso y el valor de cada dimensión en términos de satisfacción medido por la calidad del servicio otorgado y que, para este tipo de estudio, se indicaron las áreas que se deben de atender y mejorar para que el usuario se sienta más satisfecho con el servicio en términos de calidad.

Desarrollo de teorías y conceptos

Estrategias de calidad de servicio

De acuerdo con Ramírez (2016), menciona que las estrategias de calidad son consideradas como contribuciones que ayudan a reducir errores, eliminación de defectos y desperdicios dentro de una organización. Las estrategias de calidad pueden tener impactos en otros aspectos de la organización y no solo en el desempeño laboral, sino también en los que no son tan conocidos, lo cual tendría una evidencia objetiva al momento de implementar estrategias de calidad de servicio en los procesos de la organización.

Así mismo, Vera (2021) aporta que las estrategias de calidad de servicio se basan en crear un entorno estratégico que tenga como pilar principal la misión y que los consumidores sean permanentes en las organizaciones, por lo tanto, los líderes o gerentes deben ser racionales, seductores, soñadores y pragmáticos, los cuales adquieren relevancia en esta época de tecnología, comunicaciones, globalización y revolución de modos culturales. Menciona también que tiene como base tres factores que al momento de aplicar las herramientas de calidad logran generar calidad total, premisas fundamentales, control de variación humana, técnica o de logística.

Las estrategias de calidad de servicio se centran en mejorar y mantener altos estándares de calidad en la entrega de servicios a los clientes. Por ende, para la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, estas estrategias son fundamentales para garantizar la satisfacción del cliente, fomentar la lealtad y mantener una ventaja competitiva. Además, las estrategias de calidad de servicio pueden adaptarse y personalizarse según las necesidades y características específicas de la compañía, ya que el objetivo principal es garantizar que el servicio cumpla o supere las expectativas de los clientes y se convierta en un diferenciador competitivo en el mercado.

Fiabilidad

Para Escudero & Cortéz (2018), afirman que la fiabilidad es la estabilidad que se obtiene por resultados que se hayan alcanzado las expectativas que se esperaban, las cuales están dirigidas a diferentes individuos de empresas u organizaciones para obtener y conocer que tan fiable es su servicio o su producto. (p.23).

En cambio, Cohen & Gómez (2019) mencionan que la fiabilidad es una de las dos cualidades básicas que debe tener una medición de calidad y en general es todo instrumento de medida, referente a la estabilidad que proporciona el instrumento en la obtención de resultados. (p.47)

La fidelidad se refiere a la lealtad que tiene una persona, ya sea para una marca, producto o en este caso servicio, la compañía de transporte “Trunsa S.A.” busca la fidelización de sus usuarios al momento de elegir, preferir y adquirir su servicio constantemente, generando un valor de lealtad y confianza en los servicios de la compañía.

Confianza

Para Tschohl (2012) la confianza se basa en que cuando a un cliente se le presenta la necesidad de elegir entre varias organizaciones, tiene un sentimiento profundo de confianza hacia la organización, por eso conlleva la adquisición de un servicio o producto de una entidad determinada y no de otra (pág. 5).

Silva et al., (2021) consideran que la confianza es la seguridad que transmiten los trabajadores a los respectivos clientes mediante conocimientos y habilidades del servicio prestado, incluyendo la cortesía, el aspecto profesional y el comportamiento interpersonal que ofrecen.

La confianza es un aspecto muy importante, por ende, la compañía de transporte “Trunsa S.A.” tiene claro que es primordial este aspecto, por esa razón se esfuerzan en satisfacer las necesidades de sus usuarios manteniendo un estándar alto en cuanto a la calidad y también en la seguridad para mejorar la confianza en su servicio.

Lealtad

Ramírez et al., (2020) citaron a (Kotler et al., 2017, p.104), en donde llegaron a la conclusión de que la lealtad por parte del cliente es un compromiso que tiene mucha importancia para aumentar la rentabilidad en las organizaciones, ya que para que el cliente vuelva a adquirir un producto o servicio de la misma organización es necesario que se sienta atraído, confiado y seguro para adquirir constantemente lo antes mencionado.

Garmendia (2019) aporta que se entiende como lealtad una postura conductual, la cual se expresa por medio de la repetición de compra en una misma organización, además de una postura actitudinal que se refleja en la intención de compra futura por tener preferencia y confianza en esa misma organización. (p. 101).

La lealtad como se puede evidenciar es un aspecto crucial para obtener éxito y reconocimiento para la compañía. Por ende, la lealtad de los usuarios de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, no se obtiene de la noche a la mañana, sino que se consigue mediante un esfuerzo continuo por parte de la compañía para satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de los usuarios.

Seguridad

Torrente (2016) menciona que la seguridad es el nivel de riesgo que se considera aceptable socialmente en cada momento y lugar, la seguridad son las condiciones que permiten la realización plena de todas las capacidades humanas. Por ende, la seguridad tiene como fin evitar o reducir daños de pérdidas potenciales. (p.9).

Arellano & Rodríguez (2021), mencionaron que la seguridad es el conjunto de técnicas y también procedimientos, los cuales tienen como propósito disminuir o eliminar la posibilidad de que se produzcan accidentes en el ámbito laboral. (p.53)

Cuando nos referimos a seguridad, en este caso en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, es muy importante tanto para los choferes como para los usuarios sentirse seguros durante el recorrido de las unidades, por ende, es necesario mantener las unidades en buen estado y un monitoreo constante a cada unidad.

Monitoreo

Domínguez et al., (2020) aportaron que el monitoreo es un proceso el cual se encuentra en constante vigilancia, teniendo como propósito asegurar que el sistema de control de calidad esté funcionando perfectamente. (p. 58).

Conejeros et al., (2021) mencionaron que el concepto de monitoreo se refiere a la capacidad de dar a conocer información real, oportuna y ética, que permita realizar acciones adecuadas para el aseguramiento de la calidad de la organización.

Es importante el monitoreo en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, ya que garantiza la seguridad tanto como de los transportistas como de los usuarios, por ende, es recomendable mejorar la eficiencia operativa, gestionar las unidades, también deben cumplir con regulaciones para brindar un servicio de calidad muy bueno.

Operatividad

Alcaraz & Segura (2019) aportan que la operatividad es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para que una organización funcione de mejor manera. El objetivo de mismo es lograr un proceso eficiente en la fabricación como en la producción y de esa manera garantizar que la entrega del producto o del servicio al cliente sea de forma rápida y sin complicación para lograr una mejor satisfacción por parte del cliente. (p.22)

También IICA (2018) menciona que, la fase de operación del servicio es, sin duda, la más crítica de todas. Es importante la percepción que los clientes y usuarios tengan en cuanto a la calidad de los servicios prestados que ofrece la organización y por esa razón es debidamente oportuno una correcta gestión en la organización y una coordinación de todos los trabajadores involucrados. (p.16).

La operatividad en la compañía de transporte “Trunsa S.A.” no es muy buena, por ende, debe considerar mejorar, ya que es crucial mantener una calidad de servicio moderada, se debe optimizar los recursos, cumplir con regulaciones, mejorar la experiencia del viaje a los usuarios y también se deben adaptar al cambio, por el hecho de una buena gestión en la operatividad marca la diferencia entre conseguir éxito o el fracaso.

Comunicación

Berceruelo (2018), menciona que la comunicación es muy importante al momento de ofrecer un servicio, ya que brindar una buena comunicación al cliente genera confianza y permite interacciones entre el consumidor y el empleador, puesto que al momento de escuchar lo que el usuario tiene para decir, ya sea opiniones negativas como también las opiniones positivas beneficiaran y ayudaran a mejorar la compañía. (p.129).

Palacios (2020), menciona que la comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, es uno de los procesos sociales más importantes, pues posibilita la necesaria interrelación humana, condición indispensable para la vida y el desarrollo social. (p.91)

La comunicación en el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” debe ser clara y precisa para los usuarios, al momento de brindar atención al cliente se debe establecer sistemas de comunicación de manera interna recopilando y aceptando opiniones de los usuarios, esto mejora la experiencia del viaje y genera confianza en los usuarios por los servicios de la compañía.

Atención al cliente

De acuerdo con López (2020), la atención al cliente es una herramienta de gran importancia, ya que el cliente debe ser el centro de la estrategia de cualquier entidad, por lo que es necesario emplear estrategias adecuadas para la fidelización del mismo, así como métodos y técnicas necesarias para cumplir el objetivo de brindar una buena atención al cliente. (p. 4).

También Carrasco (2013) menciona que, la atención al cliente es una de las funciones principales de la organización, la cual consiste en transferir la totalidad de sus productos o servicios que ofrezcan a sus respectivos clientes, de manera que se sientan satisfechos con el servicio ofrecido o el producto que hayan recibido. (p. 5).

La atención al cliente para la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, es muy esencial al momento de crear relación sólida con el cliente, fomentando la fidelidad, diferenciándose de otras compañías de transporte, brindando un servicio de calidad excelente, al priorizar la atención al cliente, en este caso al usuario la compañía de transporte puede impulsarse al éxito y mejorar la reputación de la compañía.

Capacidad de respuesta

La Organización Internacional del Trabajo (2018), menciona que la capacidad de respuesta significa la disposición que tienen las organizaciones de prestar un servicio orientado, rápido y oportuno, ya que los clientes deben ser atendidos de forma inmediata y no tenerlos en espera con las inquietudes que tengan. (p.72)

Para Suárez Hernández & Ibarra Mirón (2019), la capacidad de respuesta es la facultad que tiene una organización para responder las inquietudes de manera oportuna de sus clientes, para mejorar el servicio mediante respuestas satisfactorias, despejando dudas de sus clientes. (p.11)

La capacidad de respuesta, como se mencionó anteriormente, es la habilidad que tienen las empresas de responder de manera efectiva y oportuna las dudas que tienen sus clientes, ya sea en caso de malestares, quejas que tengan sobre el servicio que adquirieron o también malos tratos por parte de su personal, este indicador es muy importante, ya que permite adaptarse a las circunstancias y mejorar logrando mejores resultados.

Empatía

Los autores Cervantes et al., (2021) mencionan que la empatía se basa en que, si una persona valora a los demás, se considera empática, en otras palabras, aprecia lo que se habla, lo que hacen y cómo se sienten los demás. Escuchar atentamente y tratan de entender al otro individuo, genera confianza. Incluso interactuar de forma abierta y honesta para el cliente, y mostrar un deseo real de establecer una conexión generará un fuerte entendimiento entre los clientes y un sentimiento agradable. (p.149).

Rodríguez et al., (2020) en su aporte mencionan que la empatía es una habilidad de manera social, la cual es imprescindible en el mundo actual, así lo define el libro de la teoría de las inteligencias múltiples en el mundo, ya que es más importante relacionarse de buena manera con los demás para en sí, lograr el éxito en vez de competir con ellos. (p. 28).

La empatía es un factor muy importante cuando nos referimos al servicio de transporte, por ende, la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, debe marcar la diferencia en la forma en la que ofrece su servicio a sus usuarios para que decidan seguir utilizando y adquiriendo el servicio seguidamente, siendo amables, entendibles y centrándose en comprender, respondiendo oportunamente las necesidades de los usuarios, ya que esto aumentara la confianza y la fidelidad de ellos.

Amabilidad

Carro & González (2020), en su aporte, mencionan que la amabilidad se basa en el buen trato y la educación que se despliega en el momento de brindar un servicio o producto a sus consumidores, es decir, tener empatía, simpatía, respeto hacia los demás. (pág. 20).

En cambio, Lovelock & Wirtz (2019) mencionan que la amabilidad en cuanto al servicio al cliente es un aspecto muy importante para cualquier entidad, ya que los clientes cuando reciben un servicio cortés y de amabilidad se sienten muy valorados, lo cual crea un ambiente positivo que aumenta la posibilidad de que adquieran el servicio o producto en el futuro. (pág. 425).

La amabilidad en la compañía de transporte “Trunsa S.A.” debe ser excelente para que sus usuarios no se sientan insatisfechos o en algunos casos ignorados al momento de querer saludar o establecer una conversación con los transportistas e incluso cuando quieran adquirir alguna información en las oficinas respectivas de la empresa.

Cortesía

Siavichay et al., (2023) mencionan que la cortesía se basa en la capacidad que tiene una persona en demostrar su moral y educación mediante respeto y amabilidad que transmite y ofrecen a los demás individuos, ya sea en el trabajo o en lo social.

Según Albitre (2020), menciona que la cortesía es una estrategia la cual busca mantener relaciones buenas en cuanto al ámbito social y no es simplemente algo superficial, sino que es un pilar fundamental en las organizaciones.

La cortesía es un pilar fundamental para garantizar una experiencia positiva del usuario hacia la compañía de transporte “Trunsa S.A.” siendo amables y siempre mostrando modales, los usuarios se sentirán muy bien y tranquilo al subir a la unidad de transporte.

Fundamentos Legales

Constitución de la república del Ecuador

En el Art. 394 de la constitución de la Republica del Ecuador menciona que 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. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias. (pag 66).

Art. 328.- La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria.

El pago de remuneraciones se dará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, salvo con autorización expresa de la persona trabajadora y de acuerdo con la ley.

Lo que el empleador deba a las trabajadoras y trabajadores, por cualquier concepto, constituye crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun a los hipotecarios.

Para el pago de indemnizaciones, la remuneración comprende todo lo que perciba la persona trabajadora en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal. Se exceptuarán el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales y las remuneraciones adicionales. (Constitucion de la reublica del Ecuador, 2018, pag 57)

Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial

Art .40.- El transporte terrestre. – Es un servicio esencial que responde a las condiciones de Responsabilidad:

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

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

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

Seguridad: El Estado garantiza la eficiente movilidad del transporte de los pasajeros y bienes, mediante una infraestructura vial y de servicio adecuada, que permita a los operadores a su vez, garantizar la integridad física de los usuarios y de los bienes transportados respetando las regulaciones.

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

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

Capítulo I

De la atención preferente a pasajeros

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

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

Art 42.- El sistema de transporte terrestre brindará asistencia especial a las personas señaladas en esta sección, según sus necesidades, facilitándoles el acceso a los vehículos y ofreciéndoles la mayor comodidad dentro de la categoría respectiva. Además, la

infraestructura física del vehículo y de los corredores del transporte deberá ser accesible a este grupo de usuarios. La Agencia Nacional de Tránsito y los GADS, en el ámbito de sus competencias, controlan el cumplimiento de estas obligaciones.

Ley orgánica economía popular y solidaria

Art. 128.- Mecanismos. - Sin perjuicio de los incentivos que la legislación en general reconozca a favor de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, el Estado fomentará, promoverá y otorgará incentivos a las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, con el objetivo de fomentar e impulsar su desarrollo y el cumplimiento de sus objetivos en el marco del sistema económico social y solidario. Las personas y organizaciones a las que se refiere esta Ley se beneficiarán de los incentivos y demás medidas de promoción, fomento y fortalecimiento, contempladas en el Código de la Producción para todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva.

Especial atención recibirán las personas y organizaciones de la Economía Popular y Solidaria que desarrollen su actividad productiva en los cantones fronterizos. En ningún caso, las personas y organizaciones sujetas a esta Ley gozarán de un régimen de fomento o privilegio menor del que gocen otras organizaciones, sociedades o asociaciones con fines u objetivos similares desde el punto de vista social o económico. (Ley Organica de Economia Popular y Solidario, 2018, pag 36).

Art. 138.- Políticas. - El Estado diseñará políticas de fomento tendientes a promover la producción de bienes y servicios y conductas sociales y económicas responsables de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley y podrá otorgar tratamientos diferenciados, en calidad de incentivos, a favor de las actividades productivas, los que serán otorgados en función de sectores, ubicación geográfica u otros parámetros, de acuerdo a lo que establezca el Reglamento. (Ley organica de Economia Popular y Solidario, 2018, pag 41).

Capítulo II.

Metodología

Diseño de la investigación

El diseño empleado para esta investigación es el no experimental, es de alcance descriptivo y exploratorio, también se tomó en cuenta el enfoque mixto, ya que la investigación cualitativa como la cuantitativa contribuyen en el desarrollo de esta y mediante el levantamiento de información relevante para llegar a la respectiva discusión de resultados acerca del tema “Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte Trunsa S.A., cantón La Libertad, Año 2022”.

El diseño de investigación empleado es el **no experimental**, ya que no se manipularon las variables a investigar, permitiendo un buen análisis de estas, aumentando la validez de esta investigación. El alcance de esta investigación fue **descriptivo y exploratorio**, puesto que se conoció la situación actual de la compañía y se analizaron los distintos procesos que se llevan a cabo dentro de la misma, es decir, en la parte administrativa, en la parte operativa o en el servicio al cliente. Así mismo, se indagaron antecedentes como fuentes teóricas, los cuales permitirán la discusión en los respectivos resultados de esta investigación.

La presente investigación tiene un **enfoque mixto**, ya que permitió un análisis de datos importantes y relevantes de manera cualitativa como cuantitativa, utilizando técnicas investigativas que permitan guiar al principal problema de la compañía hacia posibles soluciones que la favorezcan. También se utilizó este enfoque puesto que se realizaron las debidas entrevistas y encuestas mediante cuestionarios y guías de entrevista, lo cual dirige a un mejor entendimiento en base a opiniones de los trabajadores como de los usuarios, de cómo es el servicio que brinda la compañía y como son los procesos dentro de la misma.

Métodos de investigación

Los métodos necesarios para que el desarrollo de la investigación sea de manera eficiente en cuanto a la recolección de datos, de tal manera que ayuden a cumplir con los objetivos establecidos en la investigación son el método deductivo como el método analítico.

Método Deductivo

Se escogió este método, ya que es aquel que a base de conclusiones generales se podrán obtener explicaciones específicas de diferentes estudios de autores que se tomaron como referencia para el contenido de este análisis, las investigaciones sobre las estrategias de calidad y el efecto que tiene en el servicio en compañías de transporte.

Método Analítico

El método analítico consiste en descomponer un objeto de estudio para estudiar las partes que lo conforman de manera individual, para complementar el análisis del problema de investigación se profundizó en los componentes que originan que la compañía de transporte Trunsa S.A. carezca de calidad en su servicio.

Población y Muestra

Población

Para la población de esta investigación se tomaron en cuenta a los accionistas que cumplen el rol de transportistas como también al personal administrativo de la compañía con el fin de objeto de estudio, además de valorar a los usuarios que adquieren el servicio de la compañía, por ende, se optó en determinar el número de usuarios frecuentes que adquieren el servicio diariamente por cada unidad dependiendo del recorrido que realizan las unidades en la provincia de Santa Elena, cabe recalcar que el número de usuarios aproximados fueron proporcionados por la misma compañía, así mismo el número de buses para determinar el número de usuarios que adquieren el servicio diariamente.

Para determinar la población de los usuarios de la compañía se estableció mediante las cantidades diarias de usuarios que adquieren el servicio de los buses de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” que es un número aproximado de **430** usuarios diarios por unidad, este dato es multiplicado para el total de **34** unidades de transporte, dando como resultado **14, 620** usuarios diarios que hacen uso del servicio de transporte de la compañía, estos datos fueron proporcionados por la misma directiva de la compañía.

La siguiente población dio paso al respectivo levantamiento de datos e información, siendo esta simplificada bajo parámetros y lineamientos que permitieron concretar la muestra. Estos datos se presentan a continuación:

Tabla 1

Población de la compañía de transporte "Trunsa S.A"

Población	Cantidad
Personal	5
Administrativo	
Accionistas	37
Usuarios	14,620
Total	14, 662

Nota: Datos obtenidos por el gerente de la Compañía Trunsa S.A.

Muestra

El tipo de muestra que se desarrolló en esta investigación es la **no probabilística por conveniencia**, ya que como la población es muy alta se tuvo que realizar una debida simplificación para así consideran una parte de la misma para el debido levantamiento de información.

Para determinar el tamaño de la muestra se tuvo que realizar a través de la fórmula general, por ende, se consideraron datos que fueron proporcionados por la misma compañía, lo cual tuvo como resultado una población de **14,662**, los datos que se mostraran a continuación son establecidos de manera automática, los cuales consideran el nivel de confianza, la probabilidad de éxito así como también la de fracaso y el respectivo margen de error, realizando el proceso de simplificación de la población se pudo obtener una muestra considerable para la aplicación de los instrumentos.

En consecuencia, se obtuvo el resultado aceptable simplificado, permitiendo generar un porcentaje total aceptable y generar la muestra que se presenta a continuación:

Tabla 2

Datos para el cálculo del tamaño de la muestra de la compañía de transporte

Información	Símbolos	Valores
Población	N	14,662
Coficiente de confianza	Z	1,96
Probabilidad de éxito	P	0,5
Probabilidad de fracaso	Q	0,5
Error de estimación	E	5%
Tamaño de muestra	N	377

Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{(0,5 * 0,5) * (1,96)^2 * 14,662}{(0,05)^2(14,662 - 1) + (0,5 * 0,5) * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(0,25) * (3,8416) * 14,662}{(0,0025) * (14,661) + (0,25) * (3,8416)}$$

$$n = \frac{14081,38}{36,655 + 0,8104}$$

$$n = \frac{14081,38}{37,6154}$$

$$n = 374,351$$

$$n = 374$$

Después de haber realizado el debido cálculo de la fórmula general para determinar la muestra simplificada, se obtuvo como resultado el tamaño de la muestra de **374** personas, la cual es válida y aceptable para realizar la debida aplicación de instrumentos de recopilación de datos. A continuación, en la siguiente tabla se clasificó el número de personas y el rol que cubren en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, esto permitiendo diversificar el tamaño de la muestra y dar una mejor claridad y precisión en la aplicación de las técnicas de levantamiento de información.

Tabla 3*Calificación del tamaño de la muestra*

Muestra	Cantidad
Gerente	1
Presidente	1
Personal Administrativo	5
Accionistas	37
Usuarios	330
Total	374

Recolección y procesamiento de datos***Entrevista***

La entrevista permitió obtener información mediante el diálogo con el presidente y gerente de la compañía, mediante una 11 de preguntas de forma abierta, las cuales fueron planteadas en la guía de entrevista, utilizada para recolectar información más específica y despejar interrogantes acerca de la problemática antes mencionada, en donde explicaron de manera amplia el desarrollo de sus actividades, estrategias, gestiones y la atención a los pasajeros en los buses.

Encuesta

La encuesta se realizó bajo el método de cuestionarios, las cuales fueron diseñadas mediante 11 preguntas con respuestas cerradas bajo criterio de escala de Likert, con el fin de recolectar información necesaria por medio de los colaboradores que laboran en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, los cuales responden a los del personal administrativo y transportistas, ya que ellos conocen muy bien los procesos internos y externos que ocurren en la compañía.

Además, de los usuarios que son fundamentales para conocer como es el servicio de la compañía de transporte, así como los demás, son importantes para conocer de qué manera las estrategias de calidad de la compañía funcionan adecuadamente o si necesitan un cambio o mejora.

A continuación, se muestran los datos a quienes se aplicarán los instrumentos de recolección de información:

Tabla 4

Instrumentos para aplicar

Muestra	Instrumento
Presidente y Gerente	Entrevista
Transportistas	Encuesta
Usuarios	Encuesta

Nota: Los accionistas cumplen el rol de transportistas y en algunos casos subcontratan a personas para realizar la labor, por ende, se les toma en consideración para realizarles la encuesta.

Para procesar los resultados de las encuestas se utilizó el sistema conocido como el SPSS, el cual es de mucha ayuda, ya que permite analizar mediante tablas y gráficos estadísticos los datos que fueron recabados al momento de aplicar los instrumentos. Además de considerar el sistema de Google forms para la debida recolección de datos en usuarios y transportistas.

Validación y confiabilidad de los instrumentos

Uno de los mecanismos que son de confiabilidad es la validación de instrumentos, para determinar la fiabilidad de los instrumentos que se aplicaran para la recolección de datos, este método se basa en la confiabilidad de las preguntas mediante rangos que superen el 0,7, entre más se acerque al rango de 1.0, será más confiable los instrumentos de acuerdo con el análisis Cronbach.

Tabla 5

Procesamiento de casos validos

Criterio	N	%
Válidos	12	100.0
Excluidos	0	0
Total	12	100,0

Para la respectiva validación de los instrumentos en la recopilación de datos, se procedió a la respectiva **prueba piloto**, en la cual se optó por tomar el 10% del tamaño total de la muestra de estudio, en consecuencia, se procedió a encuestar a dicho porcentaje para contrastar sus respuestas las cuales sirvieron como base de criterio en la evaluación de fiabilidad después de haber puesto en marcha su respectiva aplicación de instrumentos.

La información fue doblugada a una cierta base de datos, las cuales fueron procesadas en el programa estadístico SPSS, la cual sirvió para determinar el análisis de confianza y fiabilidad de los respectivos instrumentos, como resultado se obtuvo el análisis de fiabilidad por medio del alfa de Cronbach, el respectivo resultado se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 6

Alfa de Cronbach de instrumentos

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,815	11

Capítulo III

Resultados y discusión

Análisis de entrevista aplicada al gerente y presidente de la compañía de transporte “Trunsa S.A”.

1. ¿Cómo dirigente de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ha implementado estrategias de calidad de servicio?

En base a esta pregunta el gerente y el presidente pudieron manifestar que, si han implementado estrategias de calidad de servicio, una de ellas es la renovación de flota, es decir actualizar las unidades de transporte para mayor comodidad y seguridad del usuario.

2. ¿Usted considera que la compañía cumple con los estándares de un servicio de calidad?

Con respecto a esta pregunta ellos manifestaron que la compañía no cumple con los estándares de calidad al 100% ya que la operación de la flota les dificulta en cuanto a situaciones de economía.

3. ¿Considera usted que el uso de uniformes en el personal de atención, promueven la imagen institucional de la compañía y a su vez la calidad de servicio de atención?

Tanto como el gerente y el presidente están completamente de acuerdo en que el uniforme es importante en la compañía, ya que transmite identidad y elegancia así mismo como el logo que poseen cada unidad de transporte.

4. ¿Considera usted que para lograr la fidelización y satisfacción de los usuarios es importante la atención que reciben por parte de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?

En base a esta pregunta, ellos están completamente de acuerdo en que lo más importante es el trato al usuario, lo cual les ayuda para que sigan usando sus unidades de transporte

5. ¿Cree usted que la compañía cuenta con los recursos necesarios para brindar una buena atención al usuario?

Con respecto a esta pregunta ellos mencionaron que la compañía de transporte Trunsa realiza su mayor esfuerzo para prestar un servicio adecuado, también

mencionaban que esto implica en las tarifas que deberían variar para mejorar aspectos de la compañía y brindar un servicio mucho mejor.

6. ¿Considera usted que la capacidad de respuesta por parte del personal de atención ante un requerimiento de servicio es oportuna?

Ellos mencionaron que, si es importante, por ende, cuando los usuarios requieren alguna información o tienen alguna queja, la respuesta de ellos es inmediata a esas situaciones lo cual les genera una mayor confiabilidad en cuanto a la comunicación que tienen con sus usuarios.

7. ¿Conoce usted, cuáles son las expectativas del usuario acerca del personal operativo que atiende al usuario?

Ellos respondieron que, si conocen las expectativas las cuales varían entre el buen trato, buen servicio, buses que sean pacientes y no arranquen deprisa para generar una mayor seguridad al usuario, también aportan que quisieran mejorar en ese aspecto, sin embargo, los 3 cantones no cuentan con paraderos lo cual genera insatisfacción al usuario que desea que lo dejen donde él quiere.

8. ¿Considera usted que al implementar nuevas estrategias de calidad se mejorará el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?

Con respecto a esta pregunta, ellos respondieron que están completamente de acuerdo en que implementar nuevas estrategias de calidad mejorarían el servicio, ya que las compañías deben estar en constante evolución para mantener o incrementar el flujo de usuarios que utilizan el servicio de transporte.

Análisis de las encuestas a los usuarios de la compañía de transporte Trunsa S.A.

Pregunta 1: Género

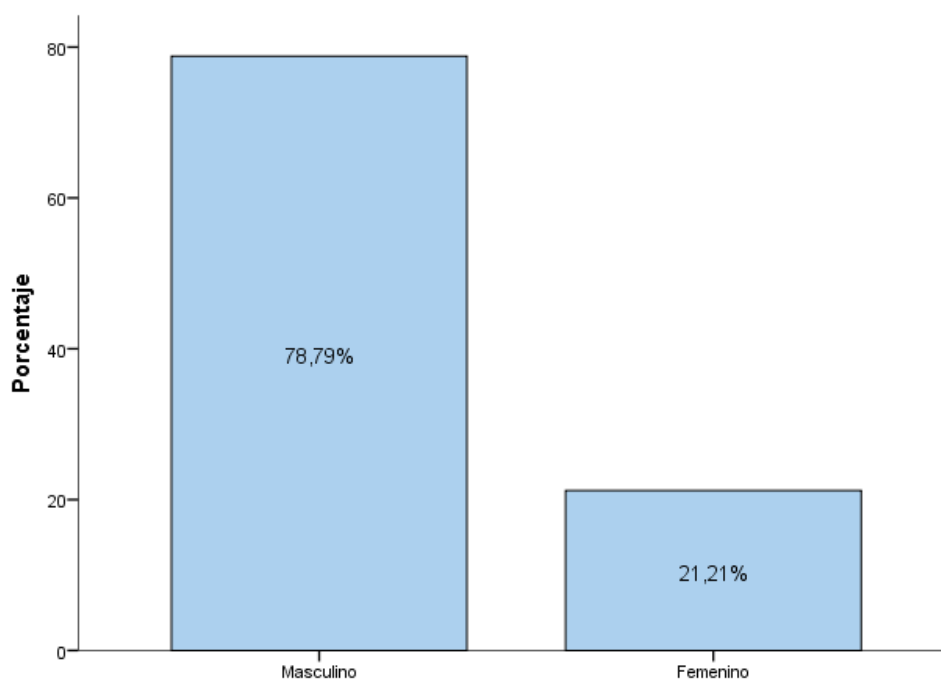
Tabla 7

Género

	Numero de encuestados	Porcentaje
Masculino	260	78,8
Femenino	70	21,2
Total	330	100,0

Figura 1

Género



De acuerdo con los resultados de la **Tabla 7** y la **Figura 1** se evidencio que la mayoría de los usuarios encuestados que utilizan el servicio de transporte de la compañía dentro de la provincia de Santa Elena son de género masculino, mientras que la diferencia responde al género femenino.

Pregunta 2: Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte

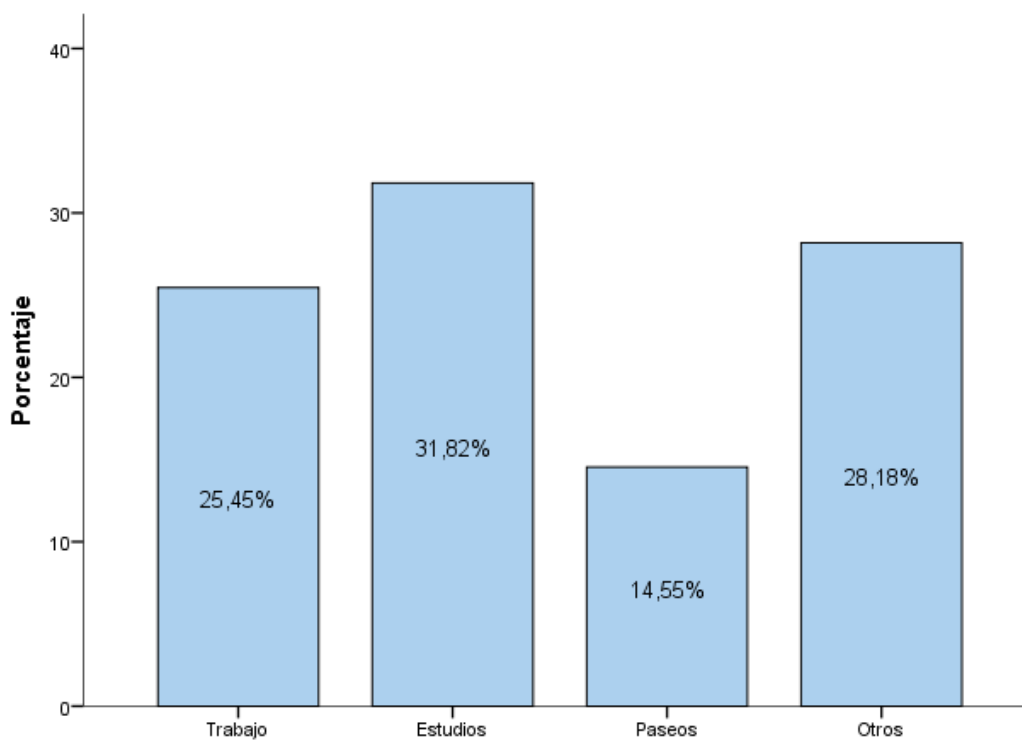
Tabla 8

Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte

	Numero de encuestados	Porcentaje
Trabajo	84	25,5
Estudios	105	31,8
Paseos	48	14,5
Otros	93	28,2
Total	330	100,0

Figura 2

Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte



Según los resultados de la **Tabla 8** y la **Figura 2**, un porcentaje notable de los usuarios utilizan el servicio de transporte para realizar sus actividades académicas, mientras que la diferencia de ellos la usan para el trabajo, paseos y otros motivos.

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia hace uso del servicio que presta la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?

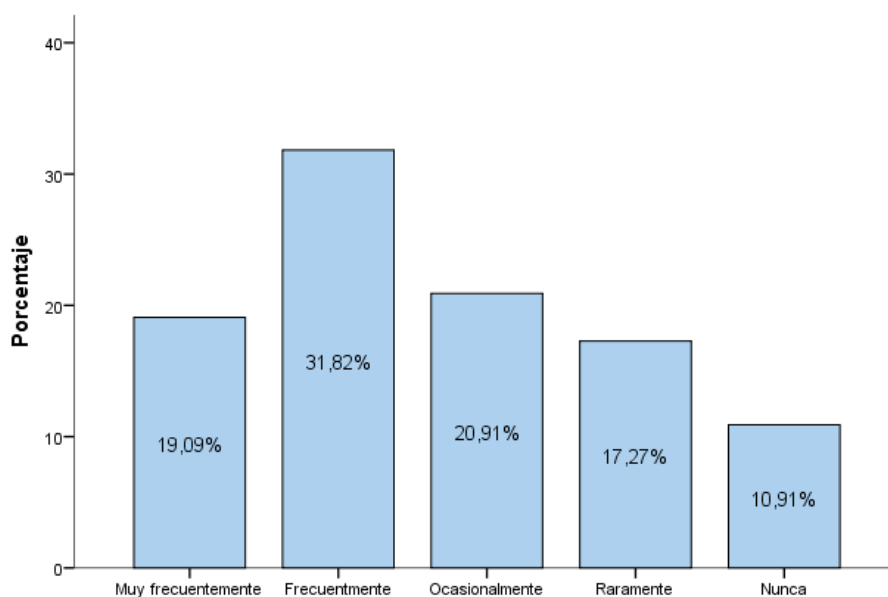
Tabla 9

Frecuencia del servicio de transporte “Trunsa S.A.”

	Numero de encuestados	Porcentaje
Muy frecuentemente	63	19,1
Frecuentemente	105	31,8
Ocasionalmente	69	20,9
Raramente	57	17,3
Nunca	36	10,9
Total	330	100,0

Figura 3

Frecuencia del servicio de transporte "Trunsa S.A."



De acuerdo con los resultados de la **Tabla 9** y **Figura 3**, los usuarios encuestados mencionaron que utilizan frecuentemente y muy frecuentemente el servicio de transporte de la compañía lo cual indica que es preferida por parte de ellos al momento de dirigirse a su respectivo destino.

Pregunta 4: ¿Cree usted que la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ofrece a sus usuarios un servicio confiable?

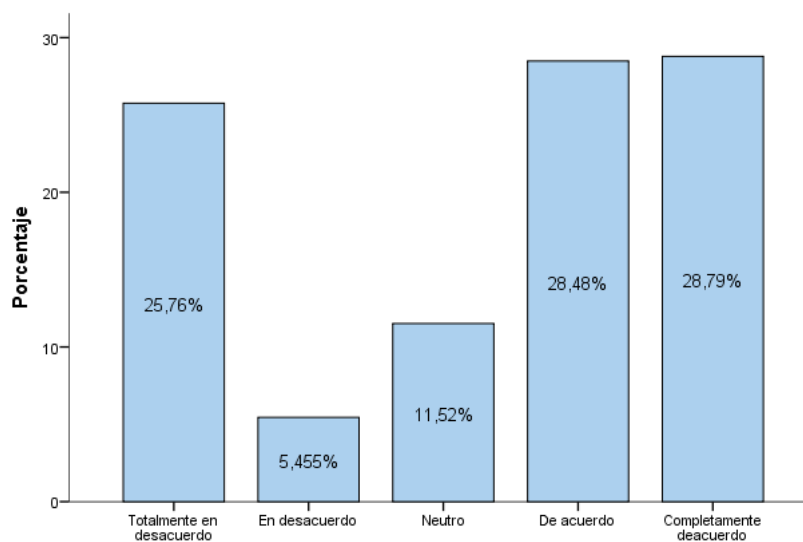
Tabla 10

Ofrece un servicio Confiable

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	85	25,8
En desacuerdo	18	5,5
Neutro	38	11,5
De acuerdo	94	28,5
Completamente de acuerdo	95	28,8
Total	330	100,0

Figura 4

Ofrece un servicio confiable



Según los datos obtenidos de la **Tabla 10** y la **Figura 4**, se evidencia que existe un porcentaje similarmente alto de usuarios que están completamente de acuerdo en que el servicio de la compañía es confiable, así mismo de aquellos que se encuentran totalmente en desacuerdo.

Pregunta 5: ¿El comportamiento de los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A. le inspira credibilidad?

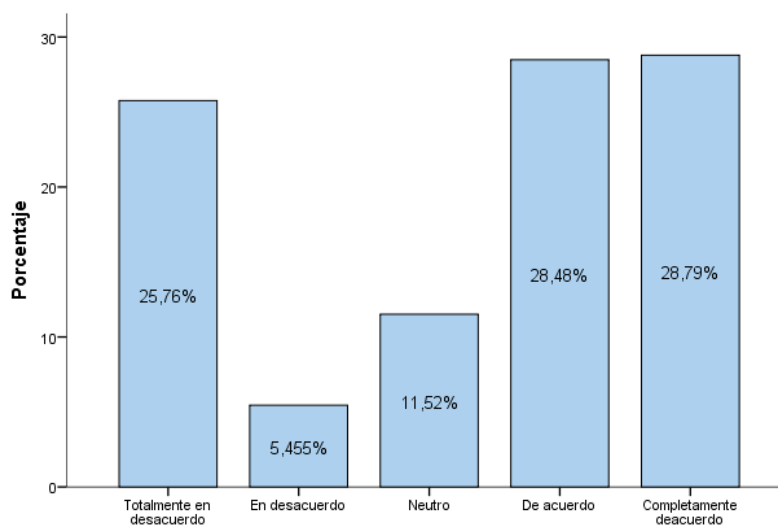
Tabla 11

Credibilidad

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20	6,1
En desacuerdo	11	3,3
Neutro	53	16,1
De acuerdo	135	40,9
Completamente de acuerdo	111	33,6
Total	330	100,0

Figura 5

Credibilidad



De acuerdo con los resultados de la **Tabla 11** y **Figura 5**, la mayoría de los usuarios que se encuestaron mencionaron que están completamente de acuerdo en que el comportamiento de los choferes les inspira credibilidad.

Pregunta 6: ¿Considera usted que los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” están capacitados para prestar un servicio de calidad?

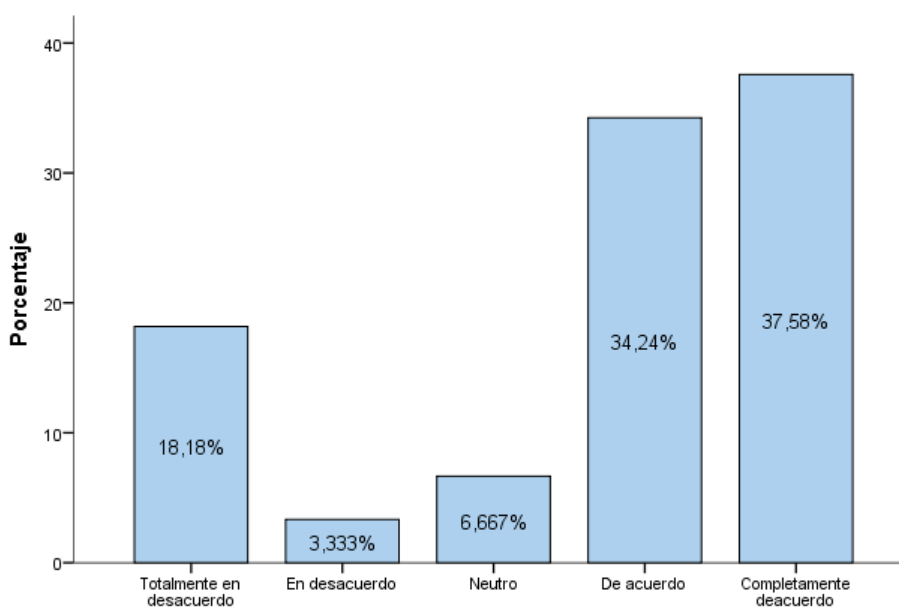
Tabla 12

Capacitación a los choferes

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	60	18,2
En desacuerdo	11	3,3
Neutro	22	6,7
De acuerdo	113	34,2
Completamente de acuerdo	124	37,6
Total	330	100,0

Figura 6

Capacitación a los choferes



De acuerdo con los resultados obtenidos en la **Tabla 12** y la **Figura 6**, existe una similitud de usuarios que está completamente de acuerdo en que los choferes de la compañía están capacitados para brindar un buen servicio al cliente.

Pregunta 7: ¿Considera usted que la comunicación y confianza debe prevalecer entre el chofer y el cliente?

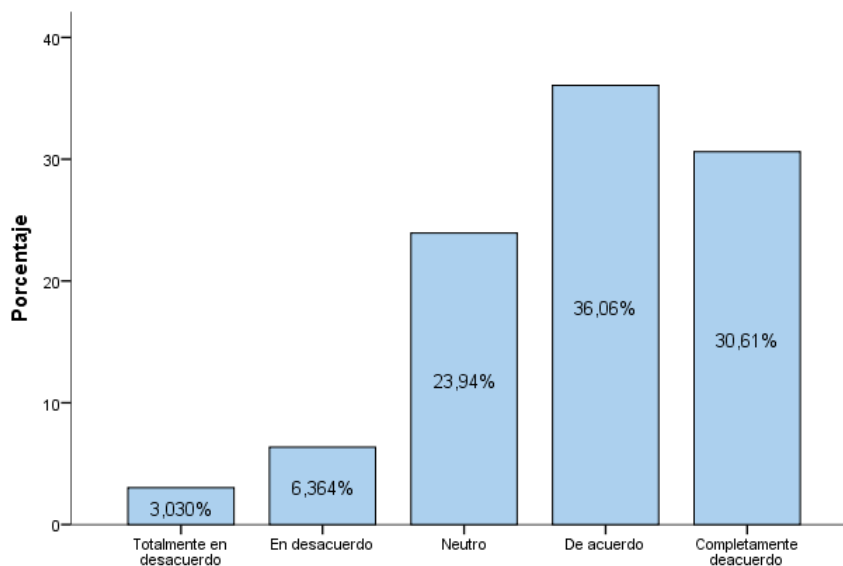
Tabla 13

Comunicación y confianza

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	3,0
En desacuerdo	21	6,4
Neutro	79	23,9
De acuerdo	119	36,1
Completamente de acuerdo	101	30,6
Total	330	100,0

Figura 7

Comunicación y Confianza



Según los resultados de la **Tabla 13** y la **Figura 7**, existe usuarios que están de acuerdo y completamente de acuerdo en que la comunicación entre el conductor y ellos mismos es de suma importancia y no debe pasarse por alto.

Pregunta 8: ¿Considera usted que los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” siempre están predispuestos en ayudar a sus usuarios?

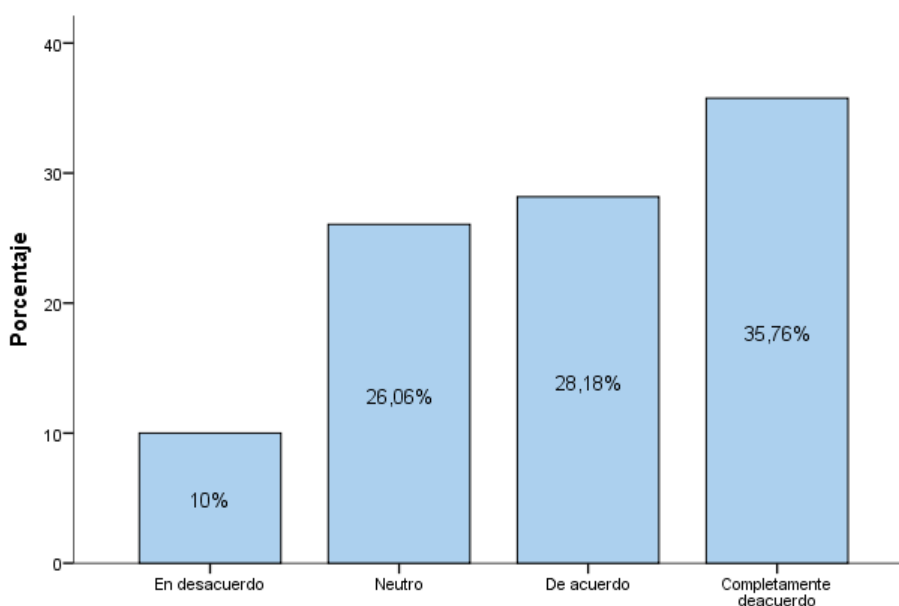
Tabla 14

Choferes predispuestos en ayudar a sus usuarios

	Numero de encuestados	Porcentaje
En desacuerdo	33	10,0
Neutro	86	26,1
De acuerdo	93	28,2
Completamente de acuerdo	118	35,8
Total	330	100,0

Figura 8

Choferes predispuestos en ayudar a sus usuarios



De acuerdo con los datos de la **Tabla 14** y la **Figura 8**, la mayoría de los usuarios encuestados mencionan que están completamente de acuerdo en que los choferes de la compañía de transporte siempre están predispuestos en ayudar a sus usuarios cuando existe algún inconveniente en el transcurso del viaje.

Pregunta 9: ¿Está de acuerdo con que, los choferes y ayudantes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” brindan una comunicación óptima con el usuario?

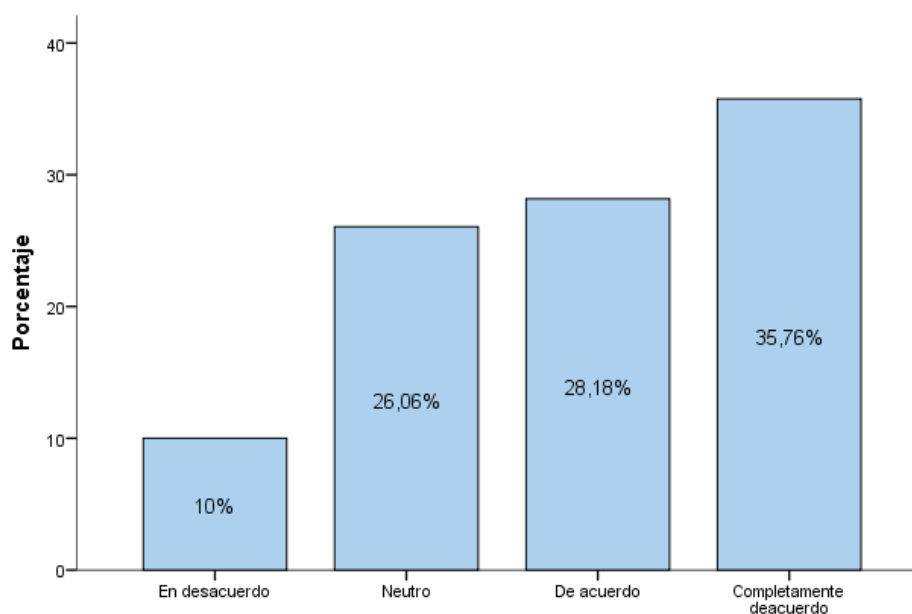
Tabla 15

Comunicación óptima con el usuario

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	3,3
Neutro	65	19,7
De acuerdo	151	45,8
Completamente de acuerdo	103	31,2
Total	330	100,0

Figura 9

Comunicación óptima con el usuario



Con respecto a los resultados de la **Tabla 15** y **Figura 9**, los usuarios encuestados manifiestan que se encuentran completamente de acuerdo en que los choferes y ayudantes tenga una comunicación óptima con el usuario ya sea dialogando o respondiendo preguntas.

Pregunta 10: El servicio que brindan los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, ¿Le transmite seguridad y confianza?

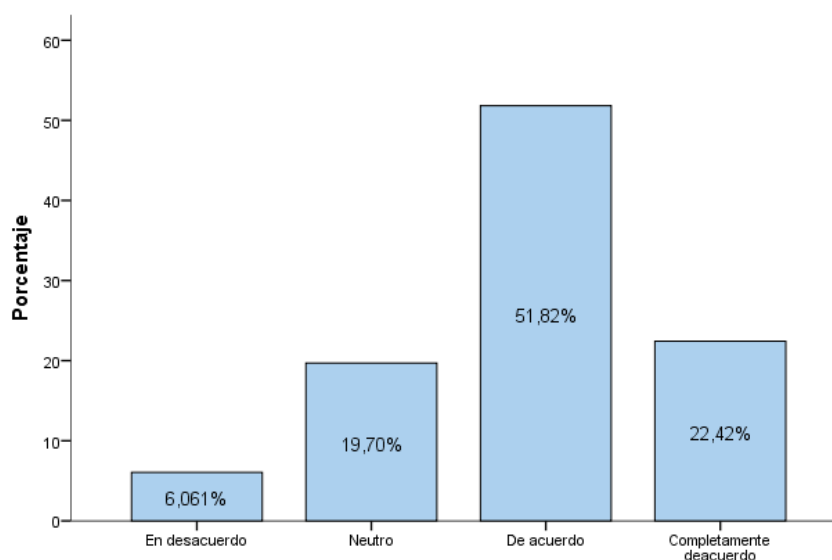
Tabla 16

Seguridad

	Numero de encuestados	Porcentaje
En desacuerdo	20	6,1
Neutro	65	19,7
De acuerdo	171	51,8
Completamente de acuerdo	74	22,4
Total	330	100,0

Figura 10

Seguridad



De acuerdo con los datos obtenidos en la **Tabla 16** y la **Figura 10**, los encuestados manifiestan que están de acuerdo en que la compañía de transporte le trasmite seguridad y confianza al momento de adquirir el servicio.

Pregunta 11: ¿Cree usted que los conductores muestran compromiso respetando los límites de velocidad y señales de tránsito?

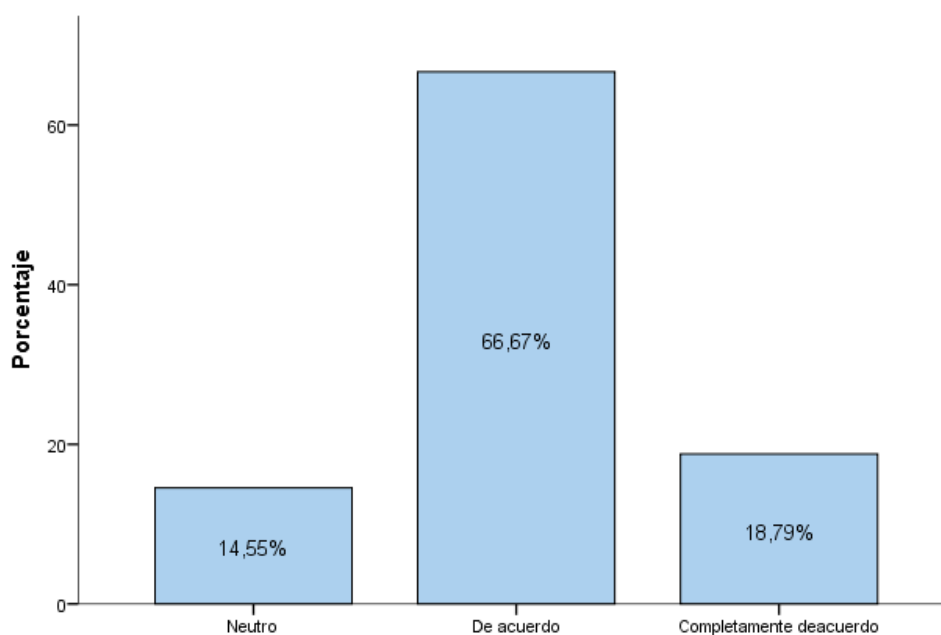
Tabla 17

Velocidad y señales de tránsito

	Numero de encuestados	Porcentaje
Neutro	48	14,5
De acuerdo	220	66,7
Completamente de acuerdo	62	18,8
Total	330	100,0

Figura 11

Velocidad y señales de tránsito



Según los datos obtenidos en la **Tabla 17** y la **Figura 11**, la mayor parte de los encuestados mencionaron que están de acuerdo en que los choferes respetan la velocidad y las señales de tránsito para salvaguardar la vida de sus usuarios.

Pregunta 12: ¿Considera usted que las condiciones del vehículo que le brindan las unidades de transporte de la compañía son las apropiadas para su movilidad?

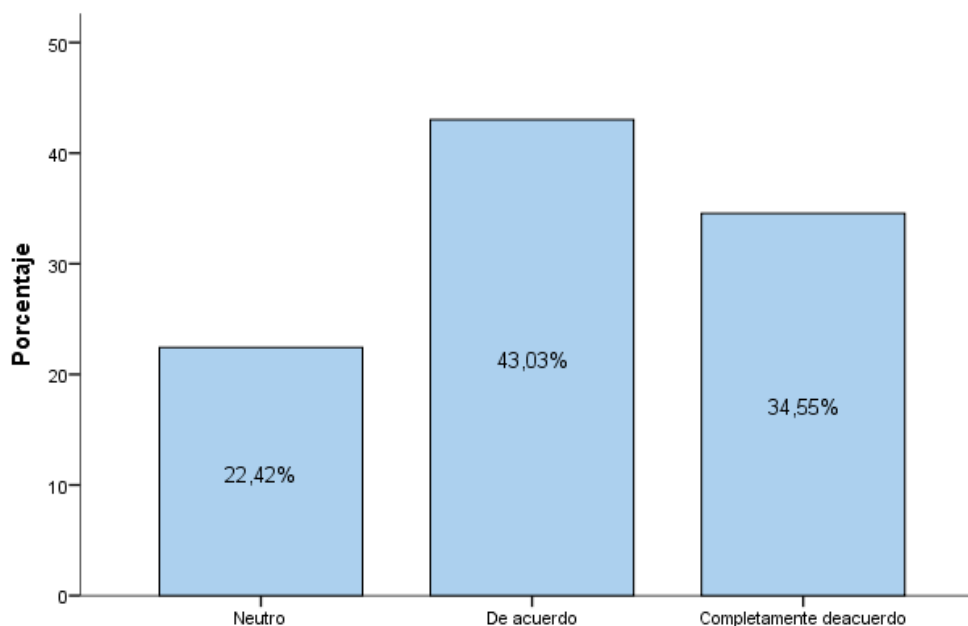
Tabla 18

Condiciones del vehículo

	Numero de encuestados	Porcentaje
Neutro	74	22,4
De acuerdo	142	43,0
Completamente de acuerdo	114	34,5
Total	330	100,0

Figura 12

Condiciones del vehículo



De acuerdo con los resultados obtenidos en la **Tabla 18** y la **Figura 12**, un porcentaje notable de usuarios consideran que están de acuerdo en que las condiciones de los vehículos de la compañía se encuentran en condiciones favorables y son apropiadas para el respectivo viaje.

Pregunta 13: ¿Cree usted que los conductores de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” son agradables y se muestran interesados en servir a sus usuarios?

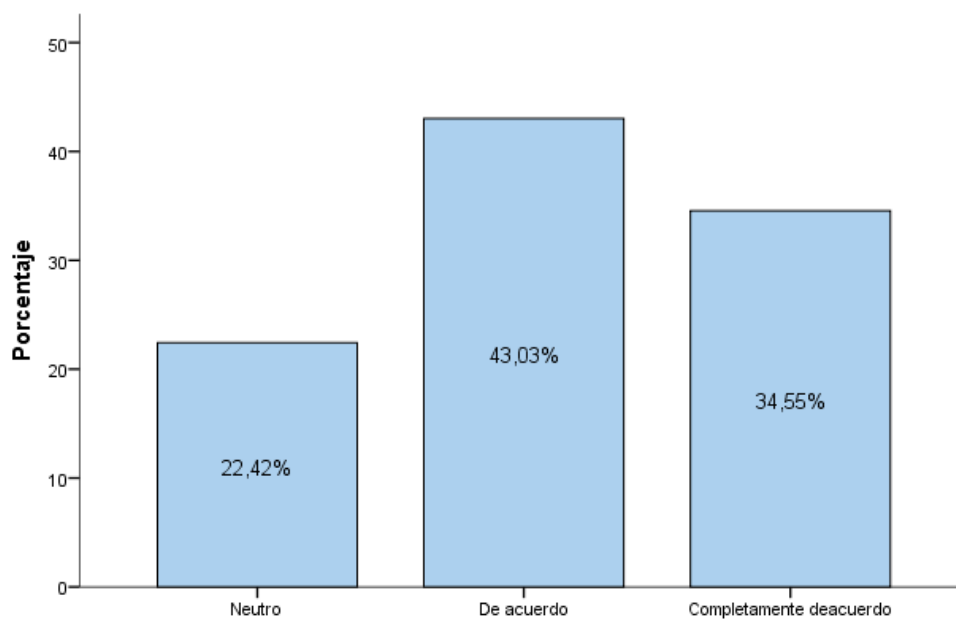
Tabla 19

Conductores agradables

	Numero de encuestados	Porcentaje
Neutro	70	21,2
De acuerdo	166	50,3
Completamente de acuerdo	94	28,5
Total	330	100,0

Figura 13

Conductores agradables



Según los resultados obtenidos en la **Tabla 19** y la **Figura 13**, la mayoría de los usuarios están de acuerdo en que los conductores de la compañía de transporte son agradables y se muestran interesados en brindar un servicio de calidad.

Pregunta 14: ¿Considera usted que el servicio que brinda la compañía de transporte “Trunsa S.A.” es la adecuada?

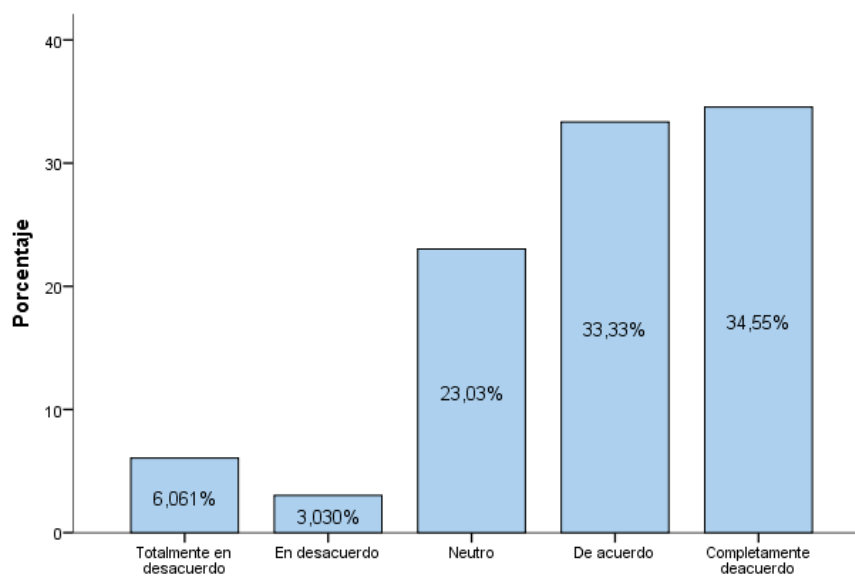
Tabla 20

Servicio Adecuado

	Numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	20	6,1
En desacuerdo	10	3,0
Neutro	76	23,0
De acuerdo	110	33,3
Completamente de acuerdo	114	34,5
Total	330	100,0

Figura 14

Servicio adecuado



De acuerdo con los resultados que se obtuvieron en la **Tabla 20** y la **Figura 14**, se deduce que la mayoría de sus usuarios están completamente de acuerdo en que la compañía de transporte “Trunsa S.A” ofrece un servicio adecuado y cumple con las expectativas de sus usuarios.

Análisis de resultados de los transportistas o socios encuestados

Pregunta 1: Edad

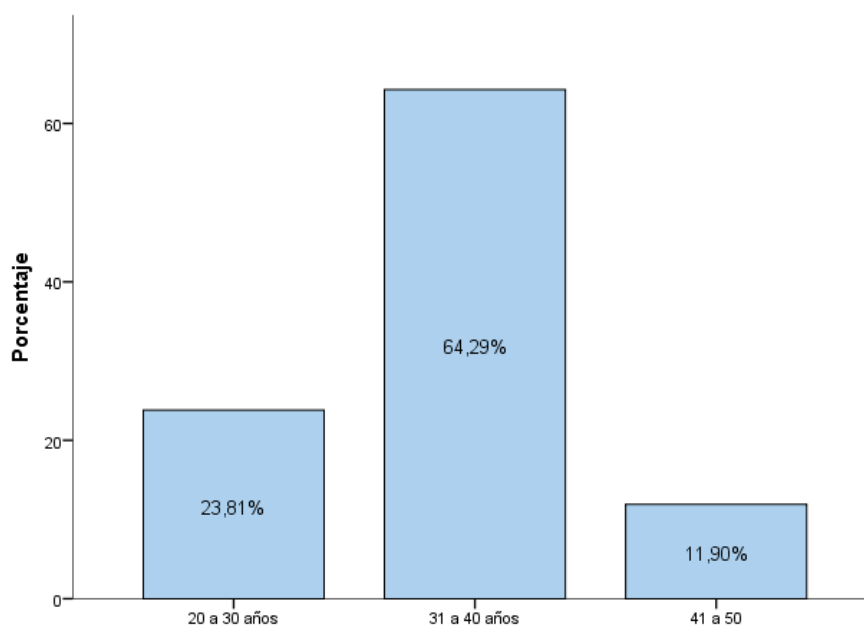
Tabla 21

Edad

	Numero de encuestados	Porcentaje
20 a 30 años	10	23,8
31 a 40 años	27	64,3
41 a 50	5	11,9
Total	43	100,0

Figura 15

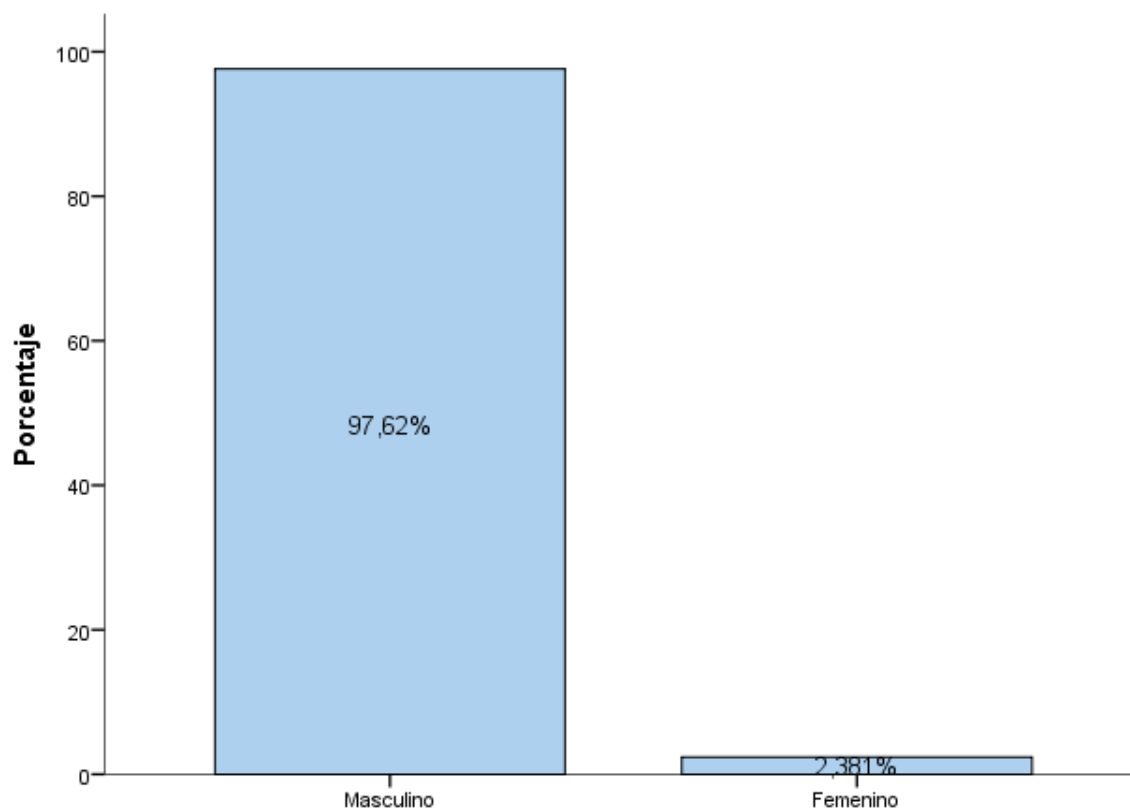
Edad



Según los resultados de la **Tabla 21** y **Figura 15**, se pudo evidenciar que gran parte de los transportistas y personal de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” están entre los 31 a 40 años, incluso algunos son de 20 a 30 años y la minoría de ellos tienen entre 41 a 40 años.

Pregunta 2: Género**Tabla 22***Genero*

	Numero de encuestados	Porcentaje
Masculino	42	97,6
Femenino	1	2,4
Total	43	100,0

Figura 16*Género*

De acuerdo con los resultados de la **Tabla 22** y la **Figura 16** se evidencio que la mayoría son de género masculino tanto como transportistas y parte del personal administrativo, quedando como minoría una sola persona de género femenino.

Pregunta 3: ¿Es importante mantener una buena relación con el usuario para prestar un servicio de calidad?

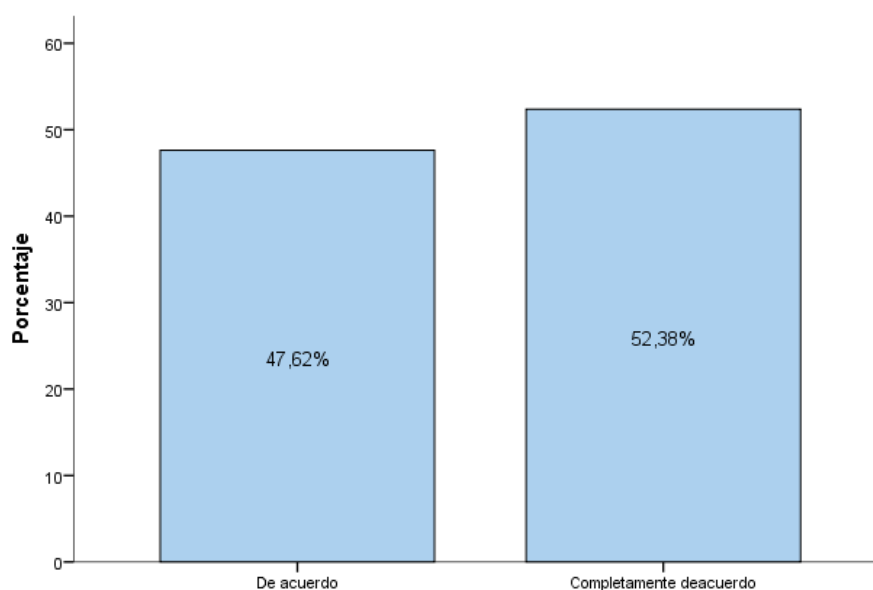
Tabla 23

Servicio de calidad

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	20	47,6
Completamente de acuerdo	23	52,4
Total	43	100,0

Figura 17

Servicio de calidad



De acuerdo con la **Tabla 23** y la **Figura 17**, la mayoría de los socios mencionaron que están completamente de acuerdo en que se debe tener una buena relación con los usuarios dándoles un servicio de calidad mejorando las expectativas de cada uno de ellos.

Pregunta 4: ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” ofrece a sus socios y usuarios un servicio confiable?

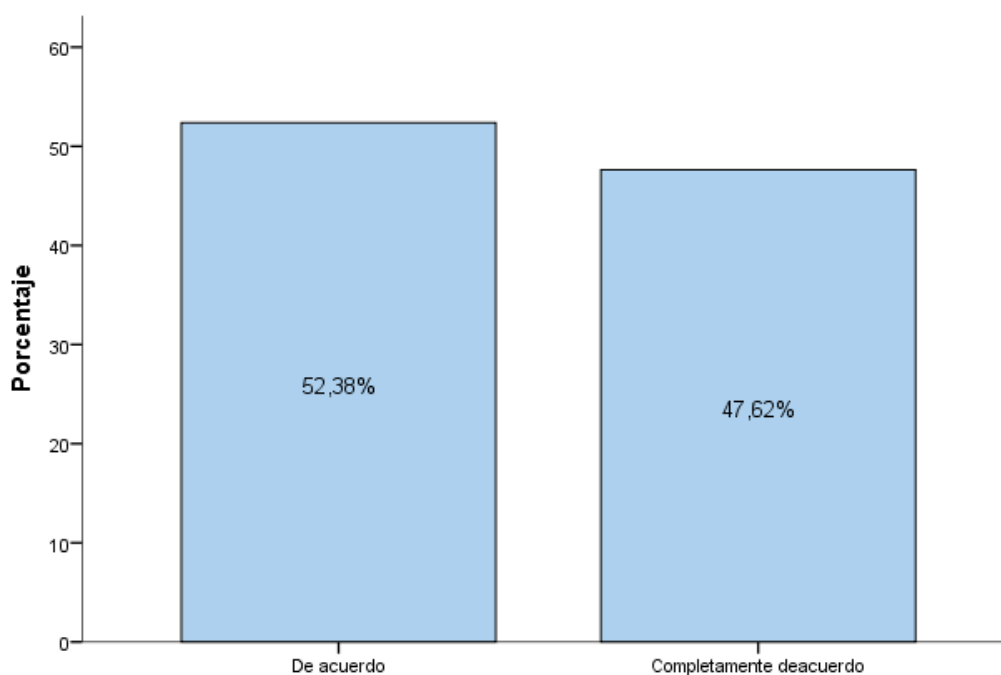
Tabla 24

Servicio confiable

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	23	52,4
Completamente de acuerdo	20	47,6
Total	43	100,0

Figura 18

Servicio confiable



Respecto a los datos obtenidos de la **Tabla 24** y **Figura 18** la mayoría de los socios se encuentran de acuerdo en que la compañía de transporte si ofrece a sus usuarios y socios un servicio confiable y recomendable.

Pregunta 5: Si en alguna ocasión tuvo inconvenientes laborales con el área administrativa e hizo su respectivo reclamo ¿recibió una respuesta adecuada que solucionó el problema?

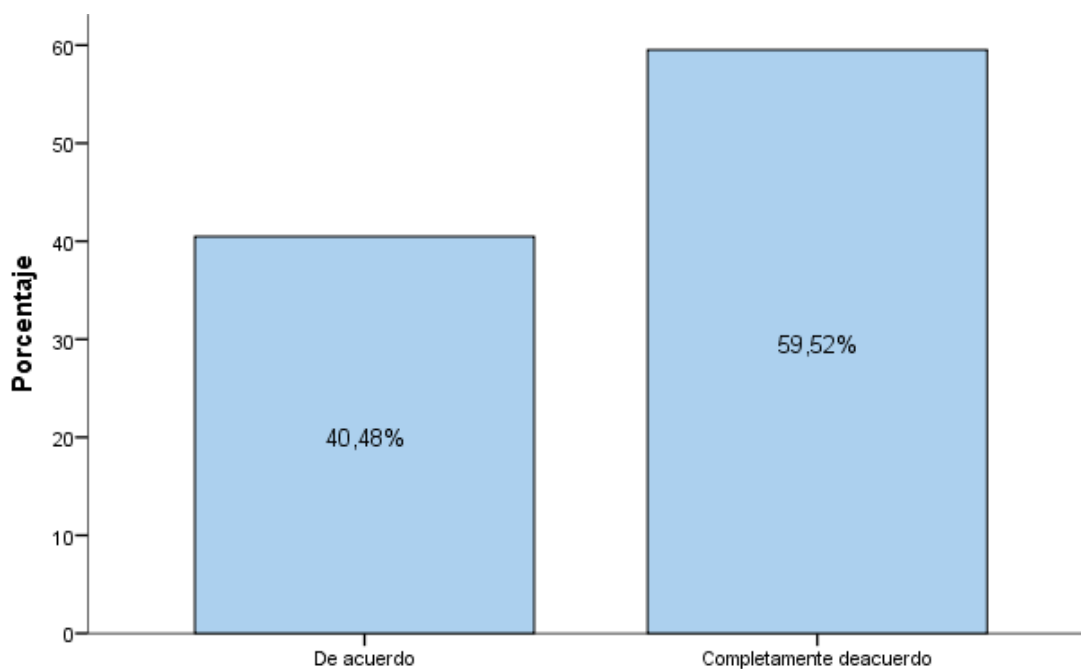
Tabla 25

Respuesta adecuada

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	17	40,5
Completamente de acuerdo	26	59,5
Total	43	100,0

Figura 19

Respuesta adecuada



Según los resultados obtenidos en la **Tabla 25** y la **Figura 19**, se pudo evidenciar que la mayor parte de los socios están completamente de acuerdo en que cuando presentaron algún inconveniente o problema su solución por parte de la compañía fue rápida y eficaz.

Pregunta 6: ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” transmite a sus usuarios seguridad y confianza en sus recorridos?

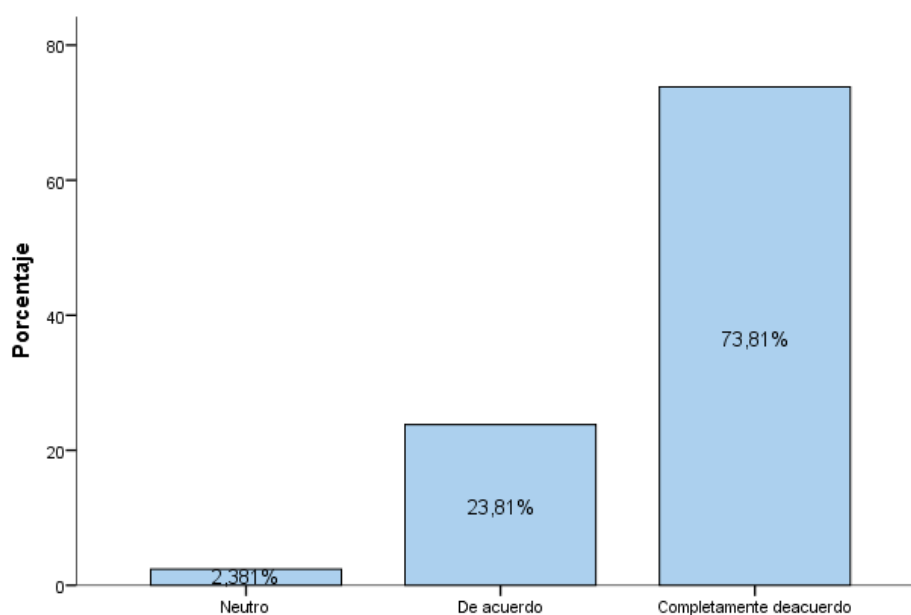
Tabla 26

Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
Neutro	1	2,4
De acuerdo	11	23,8
Completamente de acuerdo	31	73,8
Total	43	100,0

Figura 20

Seguridad



De acuerdo con la **Tabla 26** y la **Figura 21**, los resultados arrojaron que la mayoría de los socios mencionaron que están completamente de acuerdo en que transmiten seguridad y confianza en sus recorridos.

Pregunta 7: ¿Los conductores de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” están capacitados para brindar un servicio de calidad?

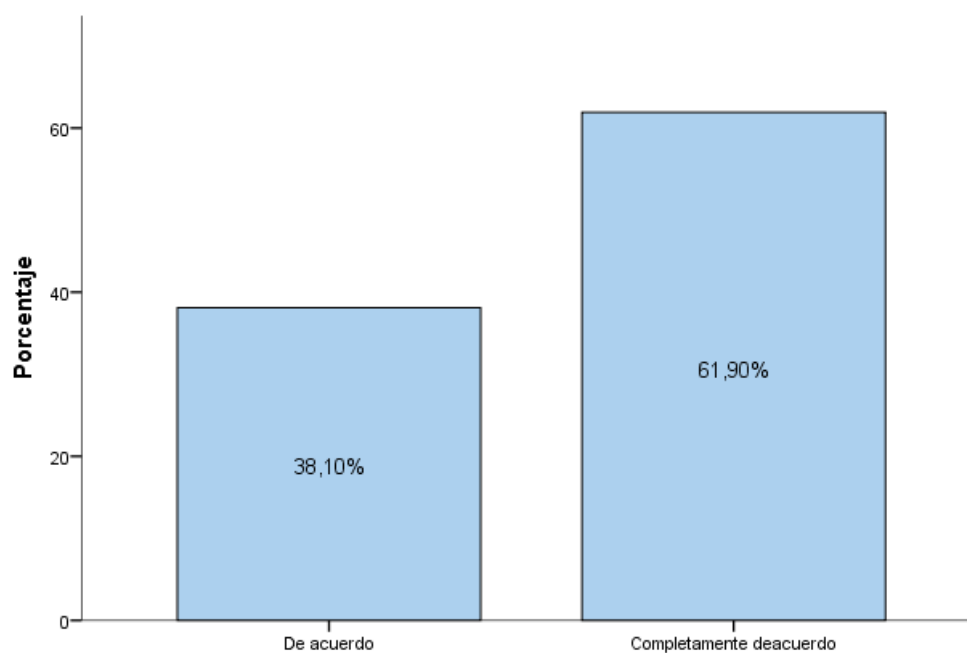
Tabla 27

Conductores capacitados

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	16	38,1
Completamente de acuerdo	27	61,9
Total	43	100,0

Figura 21

Conductores capacitados



En base a los resultados reflejados en la **Tabla 27** y la **Figura 21** se evidencia que la mayoría de los socios están completamente de acuerdo en que si se encuentran capacitados y preparados para brindar un buen servicio de calidad.

Pregunta 8: ¿Considera usted que las capacitaciones brindadas contribuyen al desarrollo de sus funciones?

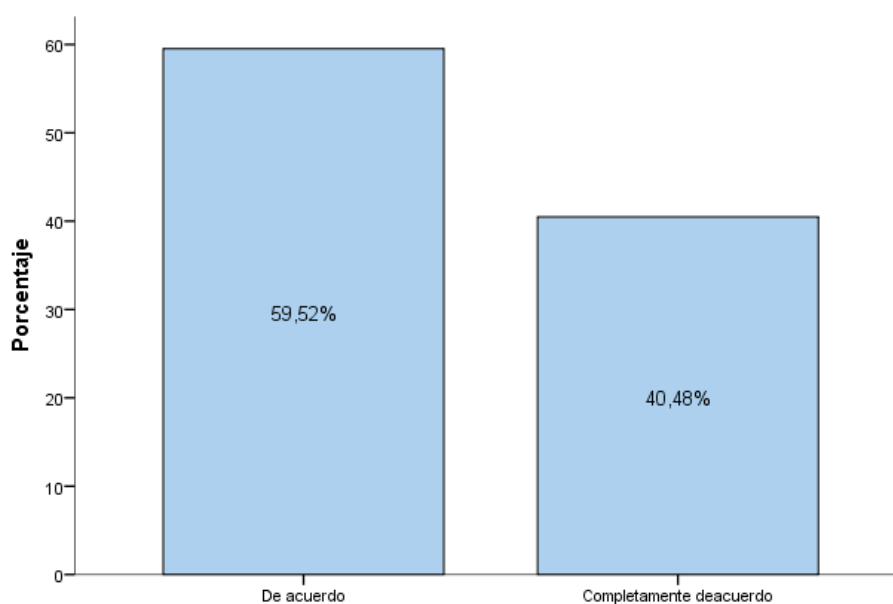
Tabla 28

Desarrollo de funciones

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	25	59,5
Completamente de acuerdo	18	40,5
Total	43	100,0

Figura 22

Desarrollo de funciones



De acuerdo con la **Tabla 28** y la **Figura 22**, los socios manifiestan que están de acuerdo en que las capacitaciones que ofrece la compañía son de gran ayuda para fortalecer el conocimiento de ellos mismos.

Pregunta 9: ¿Al momento de presentarse un problema con los usuarios, usted da respuesta y solución en el momento oportuno?

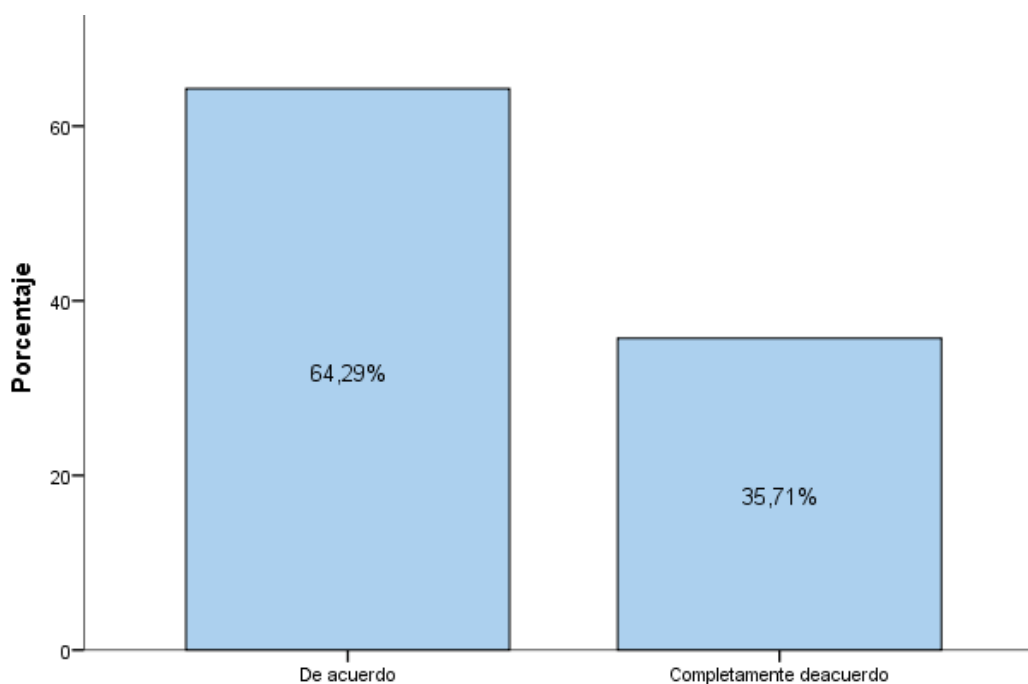
Tabla 29

Respuesta y solución oportuno

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	27	64,3
Completamente de acuerdo	16	35,7
Total	43	100,0

Figura 23

Respuesta y solución oportuno



Los resultados obtenidos y reflejados mediante la **Tabla 29** y la **Figura 23** los socios están de acuerdo en que cuando se presenta alguna queja o un reclamo con el usuario durante el recorrido ellos saben dar respuestas oportunas y despejando las dudas que tengan.

Pregunta 10: ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” le mantiene informado sobre los acontecimientos que ocurren en la misma?

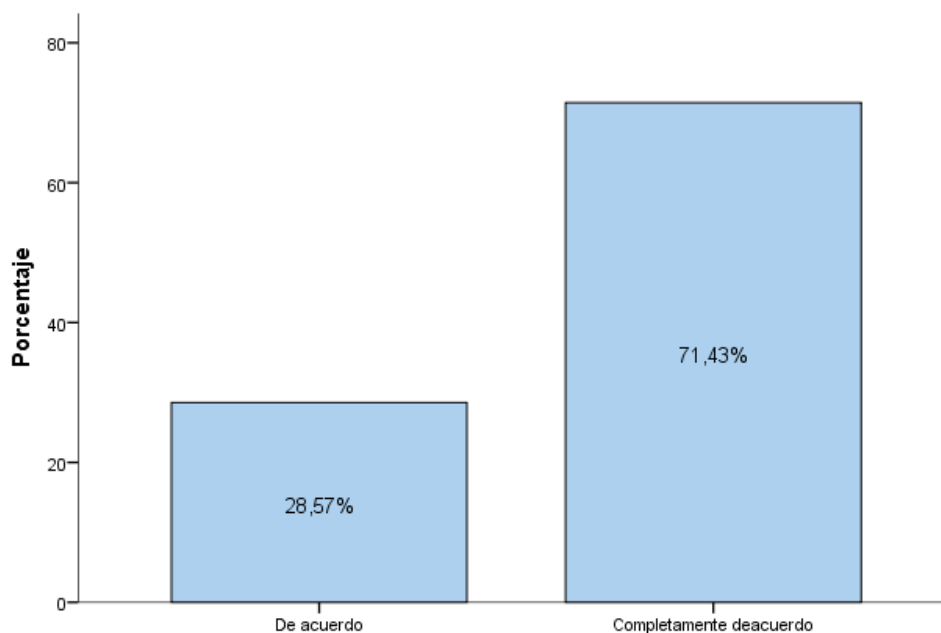
Tabla 30

Informado

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	12	28,6
Completamente de acuerdo	31	71,4
Total	43	100,0

Figura 24

Informado



De acuerdo con la **Tabla 30** y la **Figura 24**, se evidencia que gran de los socios están completamente de acuerdo en que la compañía de transporte los mantiene informado sobre cualquier novedad, noticia, inconvenientes que ocurren en la misma.

Pregunta 11: Las unidades vehiculares de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ¿se encuentran bien equipadas para brindar un servicio de calidad?

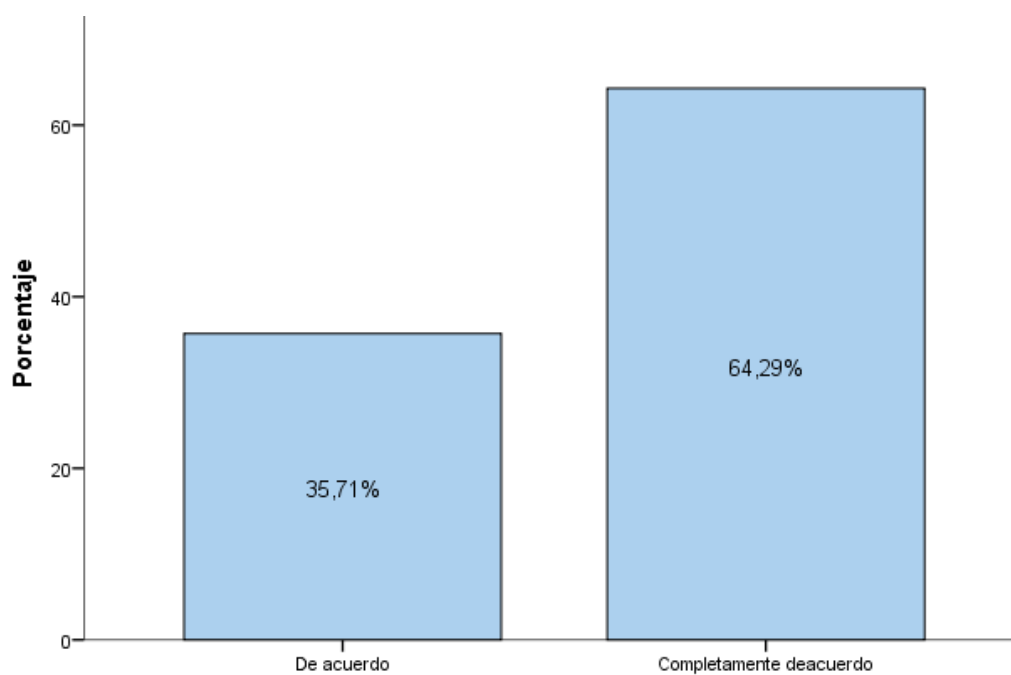
Tabla 31

Unidades bien equipadas

	Numero de encuestados	Porcentaje
De acuerdo	15	35,7
Completamente de acuerdo	28	64,3
Total	43	100,0

Figura 25

Unidades bien equipadas



Mediante los resultados reflejados en la **Tabla 31** y la **Figura 25** se denota que los socios están completamente de acuerdo en que las unidades de transporte se encuentran con una mejor imagen que inspira seguridad al usuario al momento de adquirir el servicio.

Pregunta 12: ¿Al momento de realizar sus labores, las ejecuta con la mayor empatía posible?

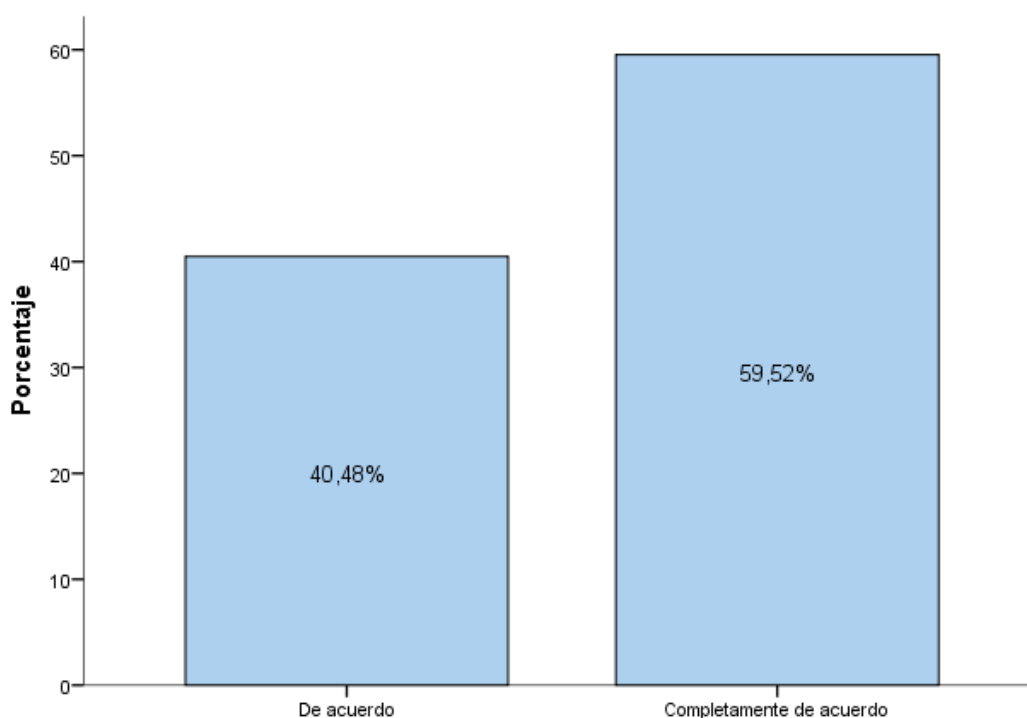
Tabla 32

Empatía

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	17	40,5
Completamente de acuerdo	26	59,5
Total	43	100,0

Figura 26

Empatía



De acuerdo con las respectivas **Tabla 32** y **Figura 26**, los socios respondieron que están completamente de acuerdo en que ellos realizan sus labores día a día con la mejor actitud posible transmitiendo buena vibra a sus usuarios.

Pregunta 13: ¿Considera usted que el servicio que brindan cumple con las expectativas de los usuarios?

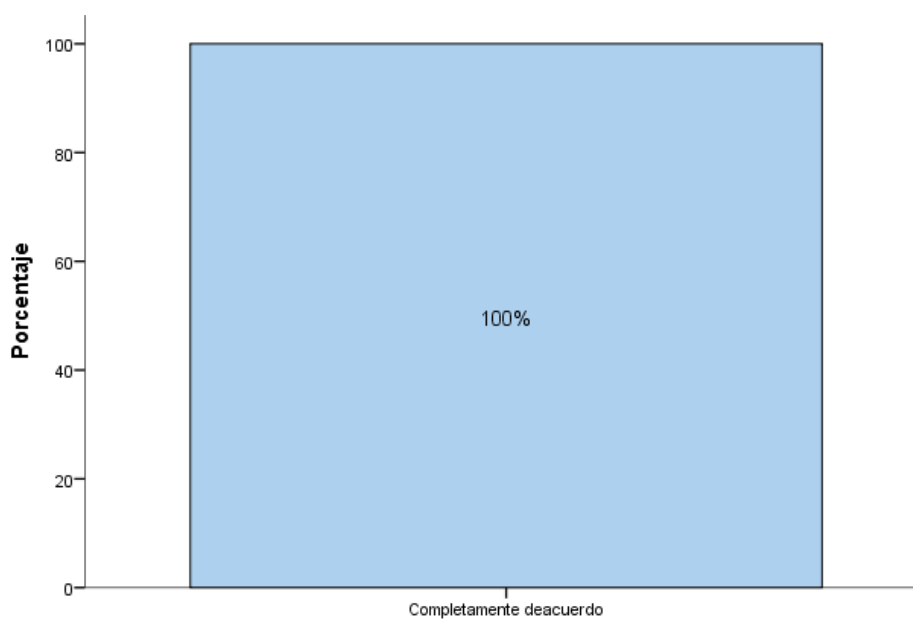
Tabla 33

Servicio de calidad

	Numero de encuestados	Porcentaje
Completamente de acuerdo	43	100,0
Total	43	100,0

Figura 27

Servicio de calidad



Según el resultado total de la **Tabla 33** y la **Figura 27**, los socios mencionaron que están completamente de acuerdo en que los servicios que ellos brindan cumplen con las expectativas de sus usuarios, ofreciendo un servicio admirable y de calidad.

Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos en las respectivas encuestas, las cuales se realizaron a los clientes que este caso son usuarios, personal administrativo y a los socios de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, en donde se pudo identificar que es necesario sugerir nuevas estrategias de calidad para la mejora del servicio al cliente. La compañía de transporte tiene muchos años ofreciendo un servicio aceptable y mejorando cada día, adaptándose a los cambios que aparecen, capacitando al personal para que sean altamente competentes y confiables en el manejo de las unidades de transporte.

En comparación con los resultados del autor Reyes Rocafuerte (2018) en su trabajo de titulación “Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad en la compañía de transporte Salisel S.A.”, hace referencia a las estrategias de calidad de servicio que fortalecerían la competitividad de la compañía de transporte Salisel S.A., en la cual identifiqué cuatro tipos de estrategias que ayudarían a mejorar la calidad y la atención de los conductores con sus respectivos usuarios. En la compañía de transporte implementaron estrategias de renovación de flota, por ende, se recomendaría tomar en cuenta las estrategias que la compañía Salisel S.A., puso en marcha, ya que gracias a eso su servicio de atención con el cliente mejoro.

Los resultados obtenidos en la investigación, mantiene una relación con lo que obtuvo el autor Arrestegui García (2020) en su trabajo de titulación “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de la victoria, 2020”, ya que en los resultados que él obtuvo reflejan que el tipo de calidad de servicio en aquella empresa de transporte terrestre interprovincial es positiva al igual que en la compañía de transporte Trunsa S.A., en cuanto a las dimensiones de fiabilidad, seguridad, comunicación y empatía. Lo cual tiene un grado de aceptación y satisfacción de los usuarios, pero en sí debiesen mejorar un poco en la comunicación y el estado de las unidades, se sugiere mejores capacitaciones de atención al cliente y renovar los buses que aún están en mal estado.

En cuanto al trabajo de titulación de los autores Tercero Betanco et al., (2019) titulado como “Análisis de la calidad de servicio de transporte público “Familia Zamora del municipio el Sauce, año 2019”, mantiene una relación con los resultados que se obtuvieron

en la investigación, ya que el grado de aceptación en cuanto a la atención por parte de los conductores y personal de la compañía es muy buena al igual que en la compañía de transporte Trunsa S.A., mencionando aspectos como la seguridad y el estado de las unidades que tendrían que mejorar para que los usuarios viajen seguros y confiados, por ende, se recomendaría que la compañía, mantenga las unidades en buen estado como mencionaron los gerentes y conductores de la misma, cabe recalcar que esto mencionaron en la entrevista y encuesta realizadas, sin embargo, es necesario y muy importante que las unidades de transporte estén muy buen estado mecánico para que de esta manera se les brinde seguridad y comodidad a los usuarios lo cual beneficiaría a reducir accidentes de tránsito en la zona.

Los autores Romero Fernández et al., (2021) mencionaron que en su artículo científico titulado como “Evaluación de calidad de los servicios de transporte de pasajeros de la compañía Blubus-Star” es fundamental el desempeño que tienen las compañías para ofrecer un servicio de calidad, ya que esto garantiza una gran competitividad en el mercado, por ende, este artículo tiene relación con la investigación puesto que tuvo como finalidad evaluar la calidad del servicio de la compañía de transporte BlueBus-Star, así mismo como se realizó para la compañía de transporte Trunsa S.A., tanto como usuarios externos e internos. Sin embargo, no tuvieron un resultado similar en cuanto en cuanto a la satisfacción de sus usuarios por los servicios ofrecidos por la compañía, pero las estrategias para mejorar la tangibilidad, fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía serían considerados para mejorar aún más esos aspectos en la compañía de transporte Trunsa S.A.

Por otro lado, los autores Ibarra Morales et al., (2017) en su artículo “La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario en la satisfacción de los usuarios”, mencionaron que brindar un excelente servicio por medio de estrategias de calidad ha sido muy importante y recurrente en las organizaciones, por ende, los resultados de este artículo tiene relación con la investigación realizada, ya que, se midió la calidad de servicio, dimensiones como lo tangible, a confiabilidad, responsabilidad y seguridad así mismo como se realizó en la compañía Trunsa S.A., determinando la importancia de cada una de ellas para satisfacer a los usuarios y recomendando áreas donde se deben mejorar para obtener mejor calidad de servicio, así mismo como en la compañía que se pudo evidenciar que en áreas como administrativa y operativa necesitan una mejora en sus actividades para obtener mejor resultado en cuanto a las opiniones de los usuarios.

De acuerdo con los resultados, se consideró la realización de un análisis situacional FODA, en donde se describirán las posibles estrategias que podría implementar la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, mediante un análisis interno y externo de la misma presentada a continuación:

Tabla 34

Análisis situacional FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con entidades privadas para la renovación de flota de buses. • Agencia en zona estratégica para mejor control. • Conductores y socios comprometidos en su preparación para brindar un buen servicio de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones irregulares • Actitud de conductores • Deficiencia en áreas administrativas de la compañía.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de horario prestado en el servicio. • Reconocimiento a nivel provincial. • Alianza con empresas de capacitación a socios en el servicio de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados de combustibles • Limite en su capacidad de dialogar y relacionarse con usuarios extranjeros. • Inseguridad

Tabla 35

Análisis DOFA

<p>Matriz Dofa: Estrategias de calidad se servicio</p>	<p>Fortalezas (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios con entidades privadas para la renovación de flota de buses. • Agencia en zona estratégica para mejor control. • Conductores y socios comprometidos en su preparación para brindar un buen servicio de transporte 	<p>Debilidades (D)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones irregulares • Actitud de conductores. • Deficiencia en áreas administrativas de la compañía.
<p>Oportunidades (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - • Ampliación de horario prestado en el servicio. • Reconocimiento a nivel provincial. • Alianza con empresas de capacitación a socios en el servicio de transporte. 	<p>Estrategia F1O1:</p> <p>"Renovación completa de flota de buses para prolongar el servicio de transporte más tiempo"</p>	<p>Estrategia D3O3:</p> <p>"Implementar políticas para el reclutamiento del personal, contratación, inducción, capacitación de los mismos"</p>
<p>Amenazas (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Costos elevados de combustibles •Limite en su capacidad de dialogar y relacionarse con usuarios extranjeros. •Inseguridad 	<p>Estrategia F3A2:</p> <p>"Capacitación continua sobre idiomas extranjeros para el personal y socios de la compañía"</p>	<p>Estrategia D1A2:</p> <p>"Capacitaciones frecuentes relacionadas con la atención al cliente para ofrecer y mejorar un servicio de calidad a los usuarios"</p>

Conclusiones

Se concluye que, a través de la investigación, las estrategias de calidad contribuyen en el mejoramiento del servicio en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, permitiendo mejorar la relación con los usuarios y así mismo ayudar a los socios a mejorar en la atención al cliente y los procesos operativos de la compañía de transporte.

- Respecto a la situación actual en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, el diagnóstico refleja que existen diferentes falencias que existen en base a la calidad de servicio, la compañía en cuanto a la atención del cliente se encuentra muy bien catalogados, sin embargo, aún existe escasez de conocimientos en cuanto a cómo tratar a los usuarios, lo cual genera que tengan una mala experiencia adquiriendo el servicio de transporte.
- Mediante la evaluación del nivel de satisfacción que tienen los usuarios hacia la compañía, se pudo evidenciar que los usuarios se encuentran seguros y confiados al adquirir el servicio de transporte, sin embargo, necesitan mejorar en cuanto a la capacidad de respuesta, la amabilidad y sobre todo mejorar aspectos de las unidades, eso se pudo evidenciar al momento de levantar la información para conocer cómo se encontraban ellos al momento de adquirir el servicio de transporte.
- Se concluye que las estrategias de calidad mejorarían el servicio en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”, ya que se encuentran direccionadas en satisfacer las necesidades de sus usuarios y además de conocer las fortalezas, las amenazas, las oportunidades y también las debilidades para que así la compañía se encamine al éxito que quiera llegar por medio de una buena satisfacción total de los que adquieren el servicio diariamente.

Recomendaciones

Mediante los resultados que se obtuvieron en la investigación, se formularon sugerencias con la finalidad de que la compañía de transporte “Trunsa S.A.” logre mejorar su servicio, por lo que se recomienda lo siguiente:

- Es recomendable que la compañía utilice las fortalezas y las oportunidades que tiene para que pueda reducir las debilidades que actualmente poseen y de esta manera mejorar el servicio de calidad para sus usuarios, creando un ambiente seguro y confiable en el que las personas de la provincia de Santa Elena puedan preferir para viajar hacia su destino.
- Se recomienda que se socialice con el personal administrativo y operativo sobre las estrategias de calidad como la fiabilidad, la comunicación, la seguridad y la empatía, con la finalidad de que se mantengan informados y al tanto para generar confianza, proporcionándoles información que los mantendrá bien capacitados al momento de ocurrir algún problema.
- Se sugiere que la compañía de transporte “Trunsa S.A.” adopte ciertas estrategias de calidad que se mencionaron en la matriz DOFA que se realizó mediante el análisis externo e interno de la misma, dado que es una solución para obtener una mejor relación entre el personal administrativo como operativo, ayudándoles a potenciar su mente y conocimiento sobre lo que podrían mejorar y beneficiarse no solo ellos, sino también a los usuarios, de igual forma la compañía logrando un mejor control de actividades que quieran realizar para que la compañía tenga un buen direccionamiento de como satisfacer a sus usuarios, teniendo un personal apto y eficiente para cualquier situación.

Referencias

- Organización Internacional del Trabajo . (2018). Planificación empresarial. Ginebra: Creative Commons.
- Agencia Nacional de Transito. (2018, 21 de Agosto). Ley Organica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial. LEXIS FINDER. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/08/LOTAIP_6_Ley-Organica-de-Transporte-Terrestre-Transito-y-Seguridad-Vial-2021.pdf
- Albitre Lamata, P. (2020). La (des)cortesía verbal en ELE: principios y análisis de manuales. redELE(32). Obtenido de <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/203584/Albitre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcaraz, J., & Segura, M. (2019). Investigación Operativa en Administración y Dirección de Empresas. Valencia: Uniersitat Politècnica de València.
- Arellane Diaz, J., & Rodriguez Cabrera, R. (2021). Salud en el trabajo y seguridad industrial. AlfaOmega. Obtenido de <https://es.scribd.com/read/577271380/Salud-en-el-trabajo-y-seguridad-industrial>
- ARRESTEGUI GARCIA, J. V. (2020). CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS DEL DISTRITO DE LA VICTORIA, 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7493/arrestegui_gjv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Berceruelo, B. (2018). Comunicación Empresarial. Madrid: Estudio de Comunicación.

- Camisón, C., Cruz, S., & Tomás, G. (2019). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf>
- CARRASCO FERNÁNDEZ, S. (2013). Gestión de la atención al cliente/consumidor. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2020). Administración de La Calidad Total. Mar Del Plata: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
- Cervantes Chan, C. E., Lara López, H. M., & Gómez Xul, G. d. (2021). Empatía y calidad de servicio. “Papel clave en las emociones positivas en equipos de Trabajo”. Digital Publisher CEIT, 6(6), 147-158. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.869>
- Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). Metodología de La Investigación, ¿Para qué?: La Producción de los datos y los diseños. Buenos Aires: Teseo.
- Conejeros Molina, A., Hueichaqueo Pichunman, C., Martínez Jiménez, B., & Placeres Remior, A. (2021). Monitoreo de calidad del agua en sistema de agua potable rural. RIELAC, 42(3), 60-70. Obtenido de <https://rielac.cujae.edu.cu/index.php/riec/article/view/886/457>
- Domínguez, E., Giorgi, A., & Gómez, N. (2020). La bioindicación en el monitoreo y evaluación de los sistemas fluviales de la Argentina. Eudeba.
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2018). Técnicas y Métodos Cualitativos para La Investigación Científica. Machala: UTMACH.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. TELOS, 18(3), 381-398. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

- Garmendia Mora, J. C. (2019). Satisfacción y lealtad del cliente en las operaciones domésticas de las aerolíneas colombianas. *Forum Empresarial*, 24(1), 97-127. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/631/63164188006/63164188006.pdf>
- Gil Vera, L. M. (2019). Estrategias de calidad de servicios para incrementar la satisfacción de los clientes en el restaurante doña lucha [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]]. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7325>
- Guillermo, M., Yanet, P., Cesar, L., Jean, M., Oscar, P., & Edith, G. (2021). La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 –San Juan de Miraflores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1-15. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.329
- Gumucio, R. L. (2005). LA CALIDAD TOTAL EN LA EMPRESA MODERNA. PERSPECTIVAS, 8(2), 67-81. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>
- Holguín Macías, C. J. (2023). Calidad del servicio al cliente en la cooperativa de taxis Sirenas del Mar, cantón La Libertad, año 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9403>
- Ibarra Morales, L. E., Romero Vivar, N. G., & Zempual, P. (2017). La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario. *Innovaciones de Negocios*, 14(28), 263-286. Obtenido de <https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/download/272/244/526>
- IICA. (2018). *El Plan de Negocios y La Gestión Operativa*. San José: Creative Commons.

- Izquierdo Espinoza, J. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 425-437. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Javaloyes Sáez, M. J. (2021). ENSEÑANZA DE ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE EN EL AULA. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. Repositorio Insitucional. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16867/Tesis1021-160505.pdf;jsessionid=F4DC8911C372DF83FD6281D29FCCA977?sequence=1>
- LÓPEZ SALAS, S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2019). Marketing de Servicios Personal, Tecnología y Estrategia. México: Pearson Educación.
- MANZANO HOYOS, C. J. (2015). CÓMO FORTALECER EL ANÁLISIS FODA EN LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS [Tesis de maestría, UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO]. Repositorio institucional. Obtenido de <http://132.248.52.100:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/8229/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz Laínez, E. O. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del usuario en los emprendimientos de la comuna El Tambo, provincia de Santa Elena, año 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9324>
- Nishizawa, R. M. (2023). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*(34), 181-209. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es.

- Ortega, S. F. (2018). Análisis del comportamiento del transporte público a nivel mundial. *ESPACIOS*, 39(18), 1-10. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n18/18391810.html>
- Palacios Acero, L. C. (2020). *Estrategias de Comunicación Empresarial*. Madrid: ECOE Ediciones.
- Ramírez Asís, E. H., Maguiña Palma, M. E., & Huerta Soto, R. M. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 329-343. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Ramírez, E. A. (2016). El impacto de la estrategia de calidad en el desempeño de la organización. *Revista Ciencias Estrategicas*, 24(35), 15-31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151352655002>
- Reyes Rocafuerte, J. O. (2018). *Estrategias de calidad de servicio para fortalecer la competitividad de la Compañía de Transporte Salisel S.A., Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5175/1/UPSE-TAE-2019-0125.pdf>
- Rodríguez Saltos, E. R., Moya Martínez, M. E., & Rodríguez Gámez, M. (2020). Importancia de la empatía docente-estudiante como estrategia para el desarrollo . *Dominio de las ciencias*, 6(2), 23-50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1205>
- Romero Fernández, A. J., González, I. A., & Latorre Tapia, L. F. (2021). EVALUACIÓN DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE LA COM-PAÑÍA BLUEBUS - STAR. *Universidad Y Sociedad*, 13(2), 217-225. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2306/2277>

- Sánchez Huerta, D. (2020). Análisis FODA o DAFO. Bubok Publishing.
- Santa Cruz López, M., & Collantes Diez, A. (2019). ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EN EL GIMNASIO OLYMPO, CHICLAYO 2018 [Tesis de ingeniería, ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL]. Obtenido de <http://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/229>
- Santiago, M. V., & Fabricio, R. H. (2019). LA CALIDAD DE SERVICIO DEL TRNASPORTE PÚBLICO URBANO EN LA CIUDAD DE AZOGUES [Tesis de Ingeniería, Universidad Politécnica Salesiana SEDE CUENCA]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>
- Siavichay C, E., Cárdenas, M., Vega, L., Asanza, D., & Barragán, M. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *Maskana*, 14(1), 9-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.18537/mskn.14.01.01>
- Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., & Delgado Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 51-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Suàrez Hernàndez , J., & Ibarra Miròn, S. (2019). *La Teorìa de Los Recuros y Las Capacidades: Un Enfoque Actual en La Estrategia Empresarial*. Cali: Investigate Works.
- Tercero Betanco, M., Zamora Delgado, J., & Zúniga Cárdenas, M. (2019). Análisis de la calidad del servicio de transporte público “FAMILIA ZAMORA del Municipio El Sauce,” I semestre del año 2019. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional

- Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/13225/1/19953.pdf>
- Torrente, D. (2016). Análisis de la seguridad privada (Vol. 375). UOC. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=HBqlDAAAQBAJ&lpg=PT7&ots=EaNngIFI0MB&dq=seguridad%20en%20el%20servicio%20&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Tschohl, J. (2012). Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. Service Quality Institute Latin America.
- Vera, R. A. (2021). Estrategia de la Calidad. SISBIB, 57(4), 1025-5583. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/anales/v58_n1/ecalidad.htm
- Zeithaml, & Col. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Impacto científico, 12(2), 127-141. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>

Apéndice

Tabla 36

Matriz de consistencia

Título	Formulación del problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología de investigación
ESTRATEGIAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE "TRUNSA S.A." CANTON LA LIBERTAD, AÑO 2022	Formulación	Objetivo general Analizar de qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de Transporte "Trunsa S.A.".			Fiabilidad	Confianza	Enfoque: Cualitativo y Cuantitativo. Alcance: Descriptivo Método: Deductivo Analítico Población: 14,662 Muestra: 374 Instrumentos de investigación: Encuesta Entrevistas Cuestionarios
	¿De qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de transporte "Trunsa S.A."?						
	Sistematización	Objetivo específico Diagnosticar la situación actual referente a la calidad de servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A.".	Las estrategias de calidad mejoran el servicio de transporte de pasajeros en la compañía de transporte "Trunsa S.A.", cantón La Libertad, Año 2022.	V 1 Estrategias de calidad de servicio	Comunicación	Atención al Cliente	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual en cuanto a la calidad del servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A."? 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte "Trunsa S.A.". 					
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el nivel de satisfacción en la compañía de transporte "Trunsa" S.A.? 	<ul style="list-style-type: none"> Describir las estrategias de calidad que mejorarían el servicio de la compañía de Transporte "Trunsa S.A.". 			Seguridad	Monitoreo	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las estrategias de calidad que permitirán mejorar el servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A."? 						
		Empatía			Amabilidad		
						Cortesía	

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



Encuesta dirigida a los usuarios de la compañía “Trunsa S.A.”

Tema: Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte “Trunsa S.A.”,
Cantón La Libertad, Año 2022

Objetivo: Analizar de qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”.

Instrucciones: Responda las alternativas en cada una de las preguntas, señale con una X en el casillero correspondiente a su respuesta, de acuerdo a la información solicitada.

Género:

- Masculino
- Femenino

Motivos por lo que utiliza el servicio de transporte:

- Trabajo
- Estudios
- Paseos
- otros

¿Con que frecuencia hace uso del servicio que presta la compañía de transporte “Trunsa S.A.?”

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Utilice la siguiente escala para responder:

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo
---------------------------------	----------------------	---------------	-------------------	---------------------------------

Tabla 37

Encuesta a usuarios

Respuestas bajo criterio objetivo (Escala de Likert)		1	2	3	4	5
Variable: Estrategias de Calidad de Servicio						
D1. Fiabilidad						
1	¿Cree usted que la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ofrece a sus usuarios un servicio confiable?					
2	¿El comportamiento de los choferes de la compañía de transporte Trunsa S.A. le inspira credibilidad?					
3	¿Considera usted que los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” están capacitados para prestar un servicio de calidad?					
D2. Comunicación						
4	¿Considera usted que la comunicación y confianza debe prevalecer entre el chofer y cliente?					
5	¿Considera usted que los choferes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” siempre están predispuestos en ayudar a los usuarios?					
6	¿Está de acuerdo con que, los choferes y ayudantes de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” brindan una comunicación optima con el usuario?					
D3. Seguridad						
7	El servicio que brindan los conductores de la compañía de transporte Trunsa S.A ¿Le transmite seguridad y confianza?					
8	¿Cree usted que los conductores muestran compromiso respetando los límites de velocidad y señales de tránsito?					
9	¿Considera usted que las condiciones del vehículo que le brindan las unidades de transporte de la compañía son las apropiadas para su movilidad?					
D4. Empatía						
10	¿Cree usted que los conductores de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” son agradables y se muestran interesados en servir a sus usuarios?					
11	¿Considera usted que el servicio que brinda la compañía de transporte “Trunsa S.A.” es la adecuada?					

Guía de entrevista al gerente y presidente de la compañía de transporte “Trunsa” S.A.

1. ¿Cómo dirigente de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ha implementado estrategias de calidad de servicio?
2. ¿Usted considera que la compañía cumple con los estándares de un servicio de calidad?
3. ¿Considera usted que el uso de uniformes en el personal de atención, promueven la imagen institucional de la compañía y a su vez la calidad de servicio de atención?
4. ¿Considera usted que para lograr la fidelización y satisfacción de los usuarios es importante la atención que reciben por parte de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?
5. ¿Cree usted que la compañía cuenta con los recursos necesarios para brindar una buena atención al usuario?
6. ¿Considera usted que la capacidad de respuesta por parte del personal de atención ante un requerimiento de servicio es oportuna?
7. ¿Conoce usted, cuáles son las expectativas del usuario acerca del personal operativo que atiende al usuario?
8. ¿Considera usted que al implementar nuevas estrategias de calidad se mejorará el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”?

Agradezco de antemano su colaboración

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



Encuesta dirigida a los accionistas o transportistas de la compañía de transporte “Trunsa S.A.”

Tema: Estrategias de calidad del servicio en la compañía de transporte “Trunsa S.A”,
 Cantón La Libertad, Año 2022

Objetivo: Analizar de qué manera las estrategias de calidad contribuyen en el servicio de la compañía de transporte “Trunsa S.A”.

Tabla 38


Encuesta dirigida a los socios

ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS CHOFERES DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TRUNSA S.A.					
Edad: _____			Cargo: _____		
Género	Masculino	_____	Femenino	_____	Fecha: _____
	Escala de Likert:				
1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo	
Nota: Para responder las preguntas, debe guiarse en base a la escala de Likert. y marcar con un x.					
Variable: Estrategias de calidad de servicio					
D1. Fiabilidad					
			1	2	3
			4	5	
1. ¿Es importante mantener una buena relación con el usuario para prestar un servicio de calidad?					
2. ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” ofrece a sus socios y usuarios un servicio confiable?					
3. Si en alguna ocasión tuvo inconvenientes laborales con el área administrativa e hizo su respectivo reclamo ¿recibió una respuesta adecuada que solucionó el problema?					

D2. Seguridad					
4. ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” transmite a sus usuarios seguridad y confianza en sus recorridos?					
5. ¿Los conductores de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” están capacitados para brindar un servicio de calidad?					
6. ¿Considera usted que las capacitaciones brindadas contribuyen al desarrollo de sus funciones?					
D3. Comunicación					
7. ¿Al momento de presentarse un problema con los usuarios, usted da respuesta y solución en el momento oportuno?					
8. ¿La compañía de transporte “Trunsa S.A.” le mantiene informado sobre los acontecimientos que ocurren en la misma?					
D4. Empatía					
9. Las unidades vehiculares de la compañía de transporte “Trunsa S.A.” ¿se encuentran bien equipadas para brindar un servicio de calidad?					
10. ¿Al momento de realizar sus labores, las ejecuta con la mayor empatía posible?					
11. ¿Considera usted que el servicio que brindan cumple con las expectativas de los usuarios?					

Figura 28

Solicitud para carta Aval



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 277-JXTU-ADE-2023
La Libertad, 29 de junio de 2023


Sr. Wilson Salazar Carrasco
PRESIDENTE, COMPAÑÍA TRUNSA
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TRUNSA S.A
En su despacho. -

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

Es grato dirigirme a usted para poner en conocimiento que he recibido solicitud del señor Santos Reyes Eyvin Ariel, con cédula de ciudadanía N° 2450578105, estudiante de la carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Titulación con el tema "**Estrategias de calidad del servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A.", cantón La Libertad, Año 2022.**" en la compañía que acertadamente usted dirige, motivo por el cual respetuosamente elevo mi petición, para que mediante una CARTA AVAL ratifique la aceptación de parte vuestra en brindar las facilidades para el desarrollo del estudio y a su vez autorice para que sea publicado en la página de la UPSE, el resumen del trabajo práctico.



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

Atentamente,



JOSE XAVIER
TOMALA

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



Recibido
Sandy Barahona
Secretaría
9.15
03.07.2023

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

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!
f @ www.upse.edu.ec

Figura 29

Carta Aval de la compañía



Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 20 de Julio del 2023

002-TUTOR FFTG -2023

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado “Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte Trunsa S.A.”, elaborado por la estudiante Santos Reyes Eyvin Ariel, egresado de la Carrera de administración de empresas, de la Facultad de ciencias administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de licenciada en administración de empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 6% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**FELIX FERNANDO
TIGRERO GONZALEZ**

Econ. Félix Tigreiro Gonzales
C.I.:
DOCENTE TUTOR

Reporte de análisis.



PROYECTO DE TITULACION TRANSPORTE TRUNSA Eyvin Reyes

6%
Similitudes



2% Texto entre comillas
1% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: PROYECTO DE TITULACION
TRANSPORTE TRUNSA Eyvin Reyes.docx
ID del documento: da3be3f42bc3357beaed191626cca49a89f0fd79
Tamaño del documento original: 86,15 kB

Depositante: FÉLIX FERNANDO TIGRERO GONZÁLEZ
Fecha de depósito: 20/7/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/7/2023

Número de palabras: 9532
Número de caracteres: 60.537

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	revistainnovaciones.uanl.mx La calidad del servicio en el sistema de transporte pú... http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/272 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas : 2% (228 palabras)
2	renati.sunedu.gob.pe Registro Nacional de Trabajos de Investigación: Calidad de s... https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2849922?mode=full 3 fuentes similares	1%		Palabras idénticas : 1% (93 palabras)
3	scielo.sld.cu http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n4/rus03416.pdf#:~:text=La comunicaci3n es un fen3meno que se da,es ...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (33 palabras)
4	Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del GAD Parroquial de Jo... #45bac7 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (36 palabras)
5	repositorio.upse.edu.ec Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la c... https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4687/1/AJPSE-TAE-2019-0042.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (32 palabras)

Figura 30

Cronograma de actividades

		PERÍODO ACADÉMICO 2023-1																			
		2023		2023					2023					2023							
		ABRIL		MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	FECHA		
No.	Actividades planificadas	17-22	24-29	1-6	8-13	15-20	22-27	29MAY-3JUN	5-10	12-17	19-24	26JUN-1JUL	3-8	10-15	17-22	24-29	31jul-5ag	7-12			
	Presentación de																				
	Designación de tutores y especialistas																				
	Aprobación de temas																				
1	Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:																				
2	Introducción																				
3	Capítulo I Marco Referencial																				
4	Capítulo II Metodología																				
5	Capítulo III Resultados y Discusión																				
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																				
7	Certificado Antiplagio																				
8	Entrega de informe por parte de los tutores																		14 de julio		
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																				
10	Entrega de oficios a los especialistas																				
11	Revisión y calificación de los trabajos																				
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																		Hasta 28 de julio		
13	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																				
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																		2y 3 de agosto		
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																		4 de agosto		
16	Ingreso de calificaciones en SGA																				
17	Creación de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del PAO 2023-1																				
18	Entrega de Informe final del docente Guía al Director																		10 de agosto		

Figura 31

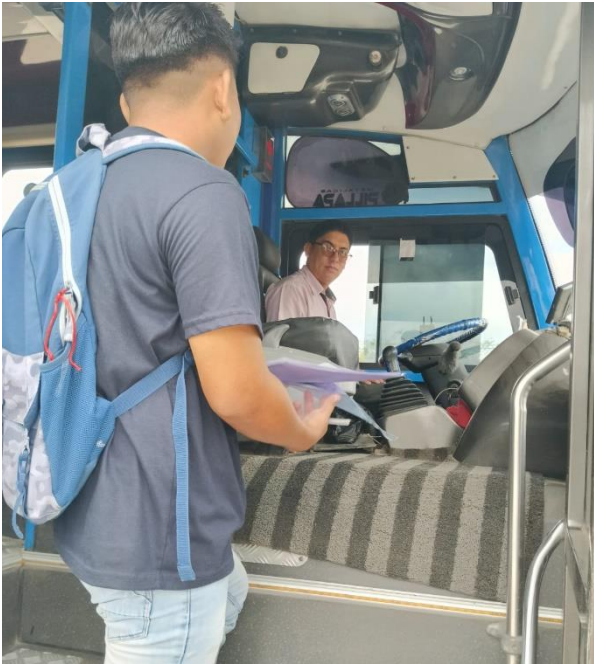
Entrevista al gerente



Figura 32

Encuesta realizada a los conductores y socios





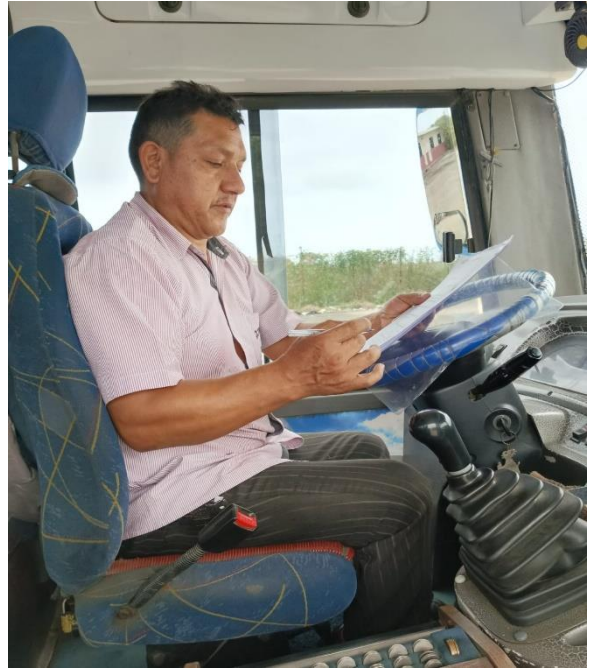


Figura 33

Código QR para calificar el servicio, precios y paradas



TARIFA QUE SE COBRARÁ A PARTIR DEL SABADO 01 DE MAYO DEL 2023

Parada mínima \$ 0,36 centavos

SEGUN RESOLUCION DE LA AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO

	VALORES
ANCON – SANTA ELENA	0,52
ANCON – LA LIBERTAD (UPSE, SHOPPING)	0,71
ANCON – SALINAS (MUEY)	0,71
PROSPERIDAD – SANTA ELENA	0,46
PROSPERIDAD – LA LIBERTAD (UPSE, SHOPPING)	0,71
PROSPERIDAD – SALINAS (MUEY)	0,71

	VALORES
TAMBO – SANTA ELENA	0,36
TAMBO – LA LIBERTAD (UPSE, SHOPPING)	0,71
TAMBO – SALINAS (MUEY)	0,71
ATAHUALPA – SANTA ELENA	0,58
ATAHUALPA – LA LIBERTAD (UPSE, SHOPPING)	0,71
ATAHUALPA – SALINAS (MUEY)	0,71
ATAHUALPA – TAMBO – PROSPERIDAD	0,50

JPSE = 0,70ctvs



Figura 34

Validación de instrumentos de investigación



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte Trunsa S.A. cantón La Libertad, Año 2022." planteado por el estudiante Santos Reyes Eyvin Ariel, doy por validado los siguientes formatos presentados.

1. Encuesta.
2. Entrevista.

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

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

La Libertad, 11 de Julio de 2023



Ing. Arturo Benavides, PhD.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

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





Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

4. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A", cantón La Libertad, Año 2022.

Autor del instrumento: Eyvin Ariel Santos Reyes

Nombre del instrumento: Entrevista

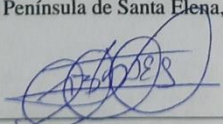
5. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

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

6. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Lugar y fecha: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 11 de Julio del 2023


Firma del Experto Informante
Ing. Arturo Benavides, PhD.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte "Trunsa S.A", cantón La Libertad, Año 2022.

Autor del instrumento: Eyvin Ariel Santos Reyes

Nombre del instrumento: Encuesta

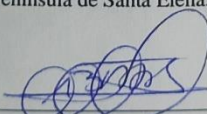
2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

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

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Lugar y fecha: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 11 de Julio del 2023


Firma del Experto Informante
Ing. Arturo Benavides, PhD.