



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

TEMA:

**LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS, EN LA COMPAÑÍA “VERDERIOSA”, COMUNA RÍO
VERDE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO
2017.**

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

AUTOR:

Oswaldo Carlos González Galdea

LA LIBERTAD-ECUADOR

2019



TEMA:

LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS, EN LA COMPAÑÍA “VERDERIOSA”, COMUNA RIO VERDE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2017.

AUTOR:

Oswaldo Carlos González Galdea

TUTOR

Ing. Cedeño Pinoargote Jairo, MBA.

RESUMEN

El presente trabajo se centra en efectuar y fundamentar una investigación que ayudó a determinar la incidencia de la calidad del servicio en comparación con la atención que reciben los usuarios en la Compañía de Transporte Intraprovincial “VERDERIOSA”, debido a que, parte de los choferes y ayudantes de los buses poseen un escaso conocimiento sobre buena atención a los usuarios, brindando así un deficiente servicio. Para el análisis sobre la calidad del servicio de la Compañía de Transporte y la satisfacción de los usuarios, se utilizó la metodología de tipo descriptiva-exploratoria, que a su vez permitió aplicar diferentes técnicas de recolección de datos como la entrevista y las encuestas, empleando los enfoques cualitativos y cuantitativos, que ayudaron a recabar información al obtener una interpretación adecuada del problema. En la investigación se encontraron aspectos negativos, tales como insuficiente capacitación en temas de atención al usuario y en relaciones humanas, inadecuado mantenimiento de los vehículos y de paraderos, los mismos que deben ser considerados como soportes de información para mejorar el servicio que se brinda a los usuarios, reflejando así la situación actual de esta Compañía de transporte, por lo que es necesario que se brinden directrices a favor de mejorar el servicio a los usuarios.

Palabras clave: Calidad, servicio, estrategias, satisfacción, usuarios.



THEME:

THE QUALITY OF THE SERVICE AND THE SATISFACTION OF THE USERS, IN THE COMPANY "VERDERIOSA", COMUNA RÍO VERDE, CANTON SANTA ELENA, PROVINCE SANTA ELENA, YEAR 2017.

AUTHOR:

Oswaldo Carlos González Galdea

TUTOR:

Ing. Cedeño Pinoargote Jairo, MBA.

ABSTRACT:

The present work focused on making and grounding an investigation that helped to determine the appropriate strategies for the quality of the service that will improve service to users in the "VERDERIOSA" Transport Company, because, on the part of drivers and bus aides They have little knowledge about good service to users, thus providing a poor service. For the analysis on the quality of the service in the Transport Company and the satisfaction of the users of the Company, the methodology of descriptive-exploratory type was used in turn allowed to apply different techniques of data collection as the interview and the surveys, using qualitative and quantitative approaches, which helped to gather information when obtaining an adequate interpretation of the problem. In the investigation, shortcomings were found, which should be considered as information supports to improve the service provided by this transport company. It was established that it must manage the acquisition of new vehicles, users would want modern buses. The transport company receives insufficient training related to user satisfaction. It was possible to know what the real situation is, and to be able to give guidelines in favor of improving the service to its users.

Keywords: Quality, service, management, satisfaction, users.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de profesor guía del trabajo de titulación "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS, EN LA COMPAÑÍA "VERDERIOSA", COMUNA RÍO VERDE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2017", elaborado por Oswaldo Carlos González Galdea, egresado 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 Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente desarrollo y estructura final de trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.



Ing. Jairo Cedeño Pinoargote

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de titulación "LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS, EN LA COMPAÑÍA "VERDERIOSA", COMUNA RÍO VERDE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2017", elaborado por **Oswaldo Carlos González Galdea**, declaro que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

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



OSWALDO CARLOS GONZÁLEZ GALDEA

C.I: 0927838532

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente, a todos los profesores que en el transcurso de mis años de educación han logrado que sus sabias palabras lleguen a inspirarme, incentivándome a seguir triunfando en todo lo que me proponga y pueda terminar con éxito mi carrera para cumplir mis metas trazadas.

Mi consideración, en especial con todas las autoridades académicas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por la predisposición y el aprendizaje en estos años de estudios de tercer nivel para llegar a ser un Ingeniero en Administración de Empresas.

Al ingeniero Jairo Cedeño Pinoargote, por su tutoría y vocación de servicio a la enseñanza hacia la juventud.

Oswaldo Carlos González Galdea

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico principalmente a DIOS, porque es quien me ha dado las fuerzas, la sabiduría e inteligencia para llegar a cumplir esta meta. A mis padres, porque con amor y respeto me han sabido guiar con paciencia inculcándome a seguir por el camino del bien, dos admirables personas que siempre me han apoyado en todas las nuevas experiencias que he emprendido.

También dedico a mi familia y amigos, por estar siempre incentivándome y en momentos difíciles han logrado ser mi fortaleza y confianza en el proceso de estudios académicos.

Oswaldo Carlos González Galdea

TRIBUNAL DE GRADO



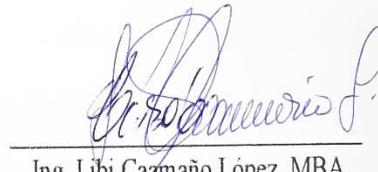
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DECANO (E) DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS.



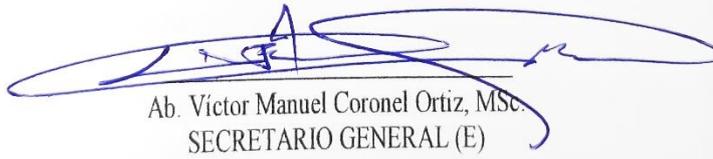
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MBA.
DOCENTE TUTOR



Ing. Libi Caamaño López, MBA.
DOCENTE ESPECIALISTA



Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
ABSTRACT:.....	II
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	III
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
1.1 Revisión de la literatura.	12
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.	16
1.2.1. Calidad y el Servicio.	16
1.2.1.1 Calidad.	16
1.2.1.2 Gestión de calidad.	17
1.2.1.3 Sistema de calidad.....	18
1.2.1.4 Estrategias del servicio.....	19
1.2.1.5 Calidad del servicio.....	19
1.2.2 Satisfacción de los usuarios.	22
1.2.2.1 Satisfacción.	22
1.2.2.1.1 Los clientes.....	22
1.2.2.2 Satisfacción del Cliente.....	22
1.2.2.3 Servicio al cliente.....	23
1.2.2.4 Usuario.	24

1.2.2.5 Fidelidad de los usuarios.....	25
1.2.2.6 Nivel de satisfacción.	26
1.3 Marco legal.....	27
CAPÍTULO II	31
MATERIALES Y MÉTODOS.	31
2.1 Enfoque de investigación.	31
2.1.1 La investigación Cualitativa.	31
2.1.2 La investigación Cuantitativa.	31
2.2. Metodología de la investigación.	32
2.2.1 Tipo de investigación.	32
2.2.1.1 La investigación exploratoria.....	32
2.2.1.2 Investigación descriptiva.....	32
2.2.1.3 Investigación correlacional.	33
2.2.1.4 Otras fuentes de investigación.	33
2.2.1.4.1 Investigación bibliográfica o documental.	33
2.2.1.4.2 Investigación de campo.....	33
2.3 Métodos de investigación.....	34
2.3.1 Método Deductivo.....	34
2.3.2 Método Inductivo.	34
2.4 Diseño de muestreo.	35
2.4.1 Población.....	35
2.5 Tipo de muestreo.....	36
2.5.1 Tamaño de la muestra.	36
2.6 Diseño de recolección de datos.	38
2.7 Técnicas de investigación.	38

2.7.1 Observación.....	38
2.7.2 Encuesta.	39
2.7.3 Entrevista.....	39
CAPÍTULO III.....	40
ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	40
3.1 Análisis de los resultados de la observación.	40
3.2 Análisis de los resultados de la entrevista al personal administrativo.	41
3.3. Análisis de los resultados de la entrevista choferes y socios.	44
3.4 Resultados de las encuestas a los usuarios de la compañía Verderiosa.	47
3.5. Limitaciones.....	65
3.6. Resultados.	66
3.7. Comprobación De Hipótesis.	68
3.8. Métodos estadísticos.	68
3.9. Determinación del nivel de significancia.....	68
3.10. Tabla de contingencia.	69
CONCLUSIONES.	72
RECOMENDACIONES.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Factores de calidad.....	20
Tabla 2: Población.....	36
Tabla 3: Fórmula para tamaño de la muestra.	37
Tabla 4: Género de los usuarios de la compañía VERDERIOSA.	47
Tabla 5: Motivos por los que viajan los usuarios.....	48
Tabla 6: Con qué frecuencia viajan a los usuarios.....	49
Tabla 7: Respuestas a preguntas o interrogantes.....	50
Tabla 8: Cortesía y amabilidad por parte del personal.....	51
Tabla 9: Solución de problemas.....	52
Tabla 10: Comunicación con pasajeros y usuarios.	53
Tabla 11: Seguridad en el viaje.....	54
Tabla 12: Implementacion de estrategias.....	55
Tabla 13: Buses limpios.....	56
Tabla 14: Tiempo de salida y rotación de cada línea de buses.	57
Tabla 15: Adecuación de unidades.	58
Tabla 16: Satisfacción de la calidad del servicio brindado.....	59
Tabla 17: Responsabilidad en el trabajo.	60
Tabla 18: Conocimientos para brindar un buen servicio.	61
Tabla 19: Personal capacitado.....	62
Tabla 20: Calidad del servicio ofrecido.....	63
Tabla 21: Valoración del servicio prestado.....	64
Tabla 22: Resumen del procesamiento de los casos.....	69
Tabla 23: Tabla de contingencia con frecuencias observadas y esperadas.....	70
Tabla 24: Pruebas de Chi-Cuadrado.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género de los usuarios de la compañía VERDERIOSA.	47
Gráfico 2: Motivos por los que viajan los usuarios.....	48
Gráfico 3: Con qué frecuencia viajan los usuarios.....	49
Gráfico 4: Respuestas a preguntas o interrogantes.	50
Gráfico 5: Cortesía y amabilidad por parte del personal.....	51
Gráfico 6: Solución de problemas.....	52
Gráfico 7: Comunicación con pasajeros y usuarios.	53
Gráfico 8: Seguridad en el viaje.....	54
Gráfico 9: Implementacion de estrategias.....	55
Gráfico 10: Buses limpios.....	56
Gráfico 11: Tiempo de salida y rotación de cada línea de buses.	57
Gráfico 12: Adecuación de unidades.	58
Gráfico 13: Satisfacción de la calidad del servicio brindado.....	59
Gráfico 14: Responsabilidad en el trabajo.	60
Gráfico 15: Conocimientos para brindar un buen servicio.	61
Gráfico 16: Personal capacitado.....	62
Gráfico 17: Calidad del servicio ofrecido.	63
Gráfico 18: Valoración del servicio prestado.....	64
Gráfico 19: Representación grafica del Chi-Cuadrado.	71

INTRODUCCIÓN

Las necesidades de la humanidad están en continuo crecimiento, por tal razón siempre habrá personas que estarán dispuestas a trabajar para cubrir dichas necesidades, por lo general siempre buscan alimentarse, comunicarse, tener seguridad, algo esencial es trasladarse de un lugar a otro, la sociedad en conjunto espera que las empresas ofrezcan servicios, orientados a satisfacer las necesidades de sus usuarios, haciendo que se requieran de una atención cada vez más personalizada y de mayor calidad.

El requerimiento de cubrir una necesidad crea oportunidades de negocios y el transporte a nivel mundial crece con el pasar del tiempo; en este sector las empresas de transporte proponen brindar un buen servicio, direccionándolas a buscar el beneficio y satisfacción de los usuarios, cumpliendo con todas sus expectativas. El mercado mundial de la transportación progresa mejorando la atracción y retención de los usuarios siendo esta la clave del éxito de todas las empresas y organizaciones.

El transporte ha logrado un gran desarrollo económico, en la actualidad cuenta con vías que unen la Costa, Sierra y Oriente, así como todas las provincias y ciudades, gracias a la inversión que han realizado los gobiernos, esto ha generado que se creen empresas de transportes que cubran casi todas las rutas del país.

Según Agencia Nacional de Tránsito (2014) en el país, la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, en sus artículos 54 y 55 menciona de la prestación del servicio de transporte, la protección y seguridad de los usuarios,

indicando la eficiencia, así como la adecuada infraestructura de los buses que se deben utilizar en la prestación del servicio.

En la provincia de Santa Elena, existen empresas de transportes que brindan servicios interprovinciales e intraprovincial, cabe destacar que siempre ha sido importante la atención al usuario, sin embargo, no todas cuentan con los conocimientos necesarios para la satisfacción hacia el usuario, lo que ha ocasionado la insatisfacción de ellos hacia las empresas de transporte.

El presente trabajo se centró en efectuar y fundamentar una investigación, determinando las estrategias adecuadas de la calidad del servicio, para que permita mejorar la atención de los usuarios de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA”, cumpliendo de esta manera con los objetivos de la investigación.

Para el debido estudio de la investigación se consideró necesario utilizar herramientas como: la metodología teórica, analítica, exploratoria-descriptiva, para recabar información y facilitar el entendimiento de todo el proceso de una forma ordenada, lógica y científica, finalizando con el proceso de tabulación y el respectivo análisis de lo recabado, para lograr llegar a los objetivos trazados en el respectivo trabajo.

Se puede llegar a considerar que el cambio de perspectivas y mentalidad de quienes forman parte de la compañía puede ayudar a mejorar la calidad y la forma de cómo brindar el servicio en los buses de la compañía, al dar una atención acorde, se espera que la compañía ofrezca a sus clientes un servicio de calidad.

El transporte brinda servicios direccionados a buscar la satisfacción de las necesidades de las personas que hacen uso de ello, tratando de cumplir con todas sus expectativas, el sector de la trasportación de los países del mundo son los protagonistas principales, siendo uno de los componentes importantes que intervienen en el crecimiento de los negocios y la economía mundial.

El planteamiento de la problemática existe cuando las empresas de transportes no satisfacen las necesidades de sus usuarios y tendrían una existencia muy corta, por lo tanto, todos los esfuerzos deben estar orientados a brindar lo mejor a los usuarios que demandan del servicio.

Ecuador está en un continuo crecimiento de su población y cada vez más las personas de las zonas rurales como urbanas realizan sus labores diarias en distintas partes de las ciudades y otros lugares lejanos, con lo cual día a día se movilizan, debido a esta razón se encuentran establecidas empresas de transporte y que a su vez aportan de manera económica y significativa al desarrollo de cada una de las provincias, además de ser empresas que están legalmente constituidas y su funcionamiento se encuentra regulado por organismos de control de Ecuador.

En el cantón Santa Elena, se encuentran establecidas empresas de transportes, una de ellas que ofrece este servicio es la empresa de compañías de transporte ALTRAPEN quien no se abastecía con sus capacidades vehiculares para trasladar a las personas que viven en las comunidades de la vía Guayaquil-Santa Elena, debido a que ellos trasladaban de preferencia a las personas directamente de la

ciudad de Guayaquil a la provincia de Santa Elena y viceversa, pocas veces deseaban trasladar a las personas de las comunidades.

La Compañía de Transporte “VERDERIOSA”, surgió en respuesta a la necesidad que representa en las comunidades de la zona sur-este, para la transportación de sus habitantes con un servicio que se ha incrementado debido a la demanda del comercio, los negocios, trabajo y diversos motivos que hacen necesario el uso de transporte.

Por esta razón se creó la Compañía VERDERIOSA que fue fundada legalmente en noviembre del año 2012, la cual se dedica exclusivamente al transporte de pasajeros de las comunidades de la zona sur-este de la provincia de Santa Elena.

Un grupo de personas de la comunidad Río Verde ubicada en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, observaron la necesidad de tener transporte que traslade a los usuarios más cerca de sus hogares ingresando a las comunidades, por tal motivo ciertos líderes decidieron organizar una compañía de transporte, la que hoy se mantiene en el cantón dando el servicio.

La situación del **problema** investigado se encuentra en la Compañía de transporte “VERDERIOSA”, que está ubicada en la comuna Río Verde, cantón Santa Elena; actualmente la compañía presta sus servicios desde el terminal terrestre hasta Olmedo y se determinó el impacto que tendría la investigación sobre el análisis en la calidad de servicio que presta y cuál será la satisfacción de sus usuarios.

Una de las ventajas que tiene, es la seguridad en la transportación, además es importante que dicha característica se encuentre en este medio de transporte, contando que todos los vehículos que conforman la compañía tienen su respectivo logotipo que les identifique.

Las situaciones que generan inconformidad entre los usuarios son: las frecuencias de los diferentes servicios que ofrecen la compañía de transporte en sus rutas, sus horarios, los estacionamientos improvisados, el mal estado de ciertos buses, falta de unidades de buses modernos y la escasa capacitación que reciben los choferes y oficiales, ocasionando que no cumplan, brindando un servicio agradable.

A más de estos inconvenientes, están: la mala calidad del servicio al transportar pasajeros que no viajan sentados en los horarios de mayor fluidez de personas, el constante peligro al viajar con buses que no son unidades nuevas y se generen daños mecánicos, por todo lo mencionado los usuarios se muestran insatisfechos y desean un cambio en mejoras de este servicio en la compañía, para la cual se **formula** la siguiente pregunta, ¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de sus usuarios de la compañía de transporte “VERDERIOSA” de la comuna Río Verde cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena?; siendo su **sistematización**, ¿Cuáles son los motivos para que exista una deficiencia en la calidad del servicio de la compañía de Transporte “VERDERIOSA”?; ¿Cuáles son los niveles de satisfacción de los usuarios de la compañía “VERDERIOSA”? y ¿Cuál sería el método adecuado para realizar un diagnóstico y brindar las opciones de solución que podrán mejorar la satisfacción del usuario?

En la investigación se plantea el siguiente **objetivo general**, analizar las estrategias de calidad del servicio mediante un análisis con la finalidad de mejorar la satisfacción de los usuarios de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA”.

Los **objetivos específicos** que se desarrollarán en el trabajo de investigación son los siguientes:

- Fundamentar teóricamente en qué manera la calidad del servicio permite mejorar la atención a los usuarios de la compañía,
- Diagnosticar la satisfacción de los usuarios de la compañía “VERDERIOSA” mediante metodologías apropiadas; y,
- Determinar la incidencia de la estrategia de calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA”

La **justificación** de la investigación, está dada en que para ofrecer un servicio de trasportación intraprovincial se deben reunir varias características, las cuales deben tener implementadas las unidades de transporte de las compañías, de acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre del Ecuador; para lograr conocer estos parámetros requeridos de servicio que se deben brindar a todos los clientes, se realizó una investigación con la finalidad de dar un servicio de calidad con calidez para la comunidad.

La investigación está orientada a conocer y brindar posibles soluciones a problemas encontrados; por consiguiente, fue necesario exponer los motivos que merece la

investigación. El propósito consistió en analizar el entorno de la organización para llevar a cabo el estudio del tema propuesto, encontrando alternativas para la solución de dichos problemas.

En la compañía, se puede deducir que existe una insatisfacción por parte de los usuarios, por tal motivo se realizó una investigación para que se conozcan los lineamientos a seguir por parte de los directivos y colaboradores para generar medidas decisivas en función de mejoras en la perspectiva de los usuarios.

En consecuencia, la investigación contribuyó a encontrar soluciones al problema, planteando fundamentos básicos de orden conceptual, legal y estratégico, estableciendo una adecuada gestión, aumentando el grado de satisfacción de los usuarios que hacen uso de este servicio de transporte, que deben ser considerados para el mejoramiento del servicio que esta compañía de transporte brinda a los usuarios que no sólo buscan moverse, sino ser atendidos con un servicio de calidad al momento de transportarse.

En el trabajo de investigación se busca contribuir a la mejora de la calidad de servicio de la compañía de transporte “VERDERIOSA”, porque al aplicarse estrategias ayudará a cumplir sus objetivos propuestos y genere un óptimo desarrollo en la imagen institucional.

Al realizar una investigación sobre el servicio que brinda, este será el instrumento que permita a mediano y largo plazo el perfeccionamiento continuo de la calidad de servicio de la compañía, puesto que se hará satisfactorio el trabajo buscando que los alcances sean eficaces, para el progreso de la entidad.

Fue necesario localizar los inconvenientes para generar las soluciones, identificando las necesidades que abarca a toda compañía, analizando al talento humano y cómo es el trato que brindan hacia los usuarios y si brindan el buen trato que se merecen todos quienes hacen uso del servicio de transportación.

Además, el tema investigado no sólo fue enfocado en el servicio que ofrece la transportación intraprovincial, sino también en los usuarios quienes desconocen del tema en cuanto a sus derechos y obligaciones al hacer uso del servicio mencionado en la provincia, quienes al no poseer información no pueden exigir el cumplimiento de sus derechos a través de un servicio.

La justificación teórica está dada en que las organizaciones al momento de brindar servicio como en el sector de transportación, las competencias de las empresas están enfocadas a la mejora continua logrando así, que sus objetivos se cumplan, por lo tanto, deben conocer que todas estas mejoras tienen fundamento teórico y que ciertos autores muestran diferentes puntos de vista en el tema de servicio de calidad.

Poner en práctica la teoría permite que los servicios ofrecidos en la compañía pueden conseguir un nivel en la calidad del servicio mejorando en cuanto a calidad y satisfacción, logrando que la organización pueda brindar servicios que permita que el usuario viaje con la mejor atención y comodidad, brindando así mayores utilidades a los socios y compañía.

Al momento de implementar la mejora en el servicio que brinda la compañía, ésta deberá tener una buena organización por parte de sus directivos, una opción para una mejora es hacer que el personal esté totalmente capacitado y que pueda cumplir

con sus obligaciones laborales, además de visualizar la forma más adecuada de organización, los cargos y desempeño de cada trabajo.

La justificación metodológica, una de las partes importantes al momento de realizar la investigación, es que para obtener un resultado confiable se debe conseguir información que sea válida al estudio, conseguir datos que sean reales, entonces se trabajó con mucho cuidado y dedicación en la recolección de información. Es la parte donde la investigación se recolecto y se conoce como trabajo de campo, cuando se está buscando todo cuanto pueda ayudar a que surjan mejoras.

Los datos recolectados ayudaron a comprobar la idea a defender, encontrando respuestas que se han propuestos en la investigación, promoviendo el logro de los objetivos en el tema de investigación. Además la información recolectada debe tener la información necesaria para que sea confiable, por este motivo fue necesario definir la fuente y la técnica de información adecuadas para la recolección de datos.

Los usos de los tipos de fuente de información son: las fuentes de recolección primaria y secundaria. Describiendo la fuente primaria hace referencia cuando se realizó la investigación de campo, aplicando la entrevista, cuestionario, ficha de observación a las personas que están vinculadas con el objeto de estudio. La información secundaria es aquellas que se obtuvo de los documentos escritos, las revistas, los libros, otros medios escritos y medios de información, en la investigación se permitieron utilizar estas herramientas mediante un procedimiento ordenado.

La justificación práctica, el brindar un servicio cómodo, es un recurso indispensable en la compañía, con la investigación se lograron definir problemas y establecer alternativas de solución que pueden mejorar la calidad de la actividad. El talento humano que brinda dicha labor debe tener el conocimiento al realizar el servicio tomando las mejores decisiones orientadas a la mejora continua.

Se justifica la investigación porque sin duda ayudará a resolver problemas, proponiendo que éstas pueden ser aplicadas y resuelvan inconvenientes incentivando el desarrollo de la compañía. También fue necesario conocer el entorno de estudio para saber cómo aplicar, en la investigación se conoce que entre mayor el número de respuestas positivas y satisfactorias será mayor la confianza para proponer estrategias en la mejora del servicio.

La puesta en marcha del tema investigado fue indispensable por razones en la utilidad para la aplicación del estudio, al conseguir fidelidad de sus usuarios, haciendo necesaria la importancia de analizar el entorno que le constituye, brindando la oportunidad de llegar a la obtención de resultados, siendo la finalidad de la investigación y poder brindar alguna solución a los problemas que se han encontrado.

Considerando que es una investigación de tipo correlacional la **hipótesis** que se plantea es la siguiente: La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “Verderiosa”, comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.

El mapeo del trabajo de investigación será: Capítulo I. Presenta el marco teórico, definiendo el tema, la revisión de la literatura, en el cual se realizó esta investigación, involucrando conceptos y definiciones de autores estudiosos del tema, detallando aspectos importantes que son factores fundamentales para la puesta en marcha de la propuesta.

En el capítulo II, se conoce respecto a la metodología de la investigación que se utilizó en el presente trabajo, estudiando los tipos de investigación, determinando la población que va ser estudiada, describiendo las técnicas e instrumentos utilizados, además de la fórmula que llegó a determinar el total del universo, incluyendo la muestra que permitió realizar el estudio del mercado.

En el capítulo III, se realizó la tabulación de los datos obtenidos tanto de las entrevistas realizadas al personal administrativo y encuestas efectuadas a la población de la zona sur-este de la provincia de Santa Elena, para luego proceder a desarrollar el respectivo análisis e interpretación de los resultados, los cuales permitieron detectar con precisión las falencias y necesidades requeridas de la compañía de transporte Verderiosa.

Además incluye las limitaciones, comprobación de hipótesis, conclusiones y recomendaciones que se consiguieron en los resultados a lo largo del presente trabajo investigativo, haciendo hincapié en responder a los objetivos generales y específicos planteados con anterioridad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1.1 Revisión de la literatura.

Al realizar la presente investigación se ha logrado encontrar temas similares al planteado en el trabajo, lo cual servirá como soporte investigativo para desarrollar de la manera más eficiente este trabajo de investigación.

Según Moreira (2013) en su investigación “Gestión administrativa y su incidencia en la calidad de los servicios a los usuarios de la cooperativa interprovincial de transporte de pasajeros La Maná, periodo 2013”, tuvo como finalidad mejorar la Gestión Administrativa de la Cooperativa Interprovincial de Pasajeros La Maná, para ello se diseñó un Manual de gestión administrativa.

Se elaboró un manual y procedimiento administrativo para mejorar la calidad de los servicios de la cooperativa interprovincial de la transportación de pasajeros La Maná del cantón La Maná, diagnosticando las fortalezas y debilidades de la situación de la cooperativa, diseñando misión visión y valores.

Aplicar el manual de funciones en la gestión administrativa de la cooperativa interprovincial de Transporte de Pasajeros La Maná, de la provincia de Cotopaxi ayudó a lograr un mejor funcionamiento de los procesos administrativos y de los servicios.

El trabajo se realizó basándose en la metodología no experimental, se utilizó una investigación aplicada, método deductivo y analítico.

El debido cambio de las acciones y en los criterios de los usuarios encuestados permitió corroborar la factibilidad del manual de las gestiones administrativas, como nuevas alternativas al proceso de la gestión administrativa de la cooperativa La Maná.

Se ejecutaron talleres y seminarios sobre relaciones humanas, manejo de inventarios, etc., para que se mejoren los resultados en calidad.

Según Pérez (2011), en su investigación “la Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transporte Flota Pelileo”, la Calidad del Servicio es uno de los principios que las cooperativas demandan con mayor interés, la opinión positiva respecto al servicio que prestan es algo que desean.

El personal que se encuentra dentro de la cooperativa, en algunas ocasiones no presta el servicio adecuado que el cliente demanda, esto se debe a que muchas veces desconocen las prácticas de calidad para brindar un servicio excelente.

Desarrollar estrategias de calidad del servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transporte Flota Pelileo, determinando la situación en cuanto a la calidad del servicio.

El trabajo se realizó en la ciudad de Pelileo, cooperativa de transporte Flota Pelileo provincia de Tungurahua, donde se utilizó un tipo de investigación descriptiva

correlacional y enfoque cualitativo; además de encuestas, se analizó la satisfacción del usuario utilizando una investigación de campo que permita detectar las necesidades de los usuarios, proponiendo estrategias para mejorar la calidad de servicio de los clientes.

Los usuarios dan a conocer que la cooperativa brinda seguridad, pero no en el cien por ciento, ya que no existe mucha diferencia con las unidades de otras cooperativas.

Se recomienda que se adquiera más frecuencias a otras ciudades, la cooperativa se encuentra empeñada en la renovación del servicio de transporte y atención en las oficinas, a fin de conservar la demanda de este servicio con excelente calidad; la calidad de atención que existe dentro de la cooperativa es buena pues los empleados hacen su mayor esfuerzo.

Según García (2015) en su trabajo “La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de transporte de pasajeros Flota Bolívar”, menciona que desenvolverse en el medio de transporte de pasajeros no es tarea fácil debido a la alta competencia que existe en el sector y la existencia de nuevas normas regulatorias que establecen disposiciones que implican exigencias y ordenamientos específicos al interior de la actividad del transporte.

La Cooperativa de Transporte “Bolívar”, al igual que toda organización requiere de una estructura funcional que le permita generar una adecuada administración, gestión y gerenciamiento planificado de las actividades para tomar decisiones

oportunas y acertadas en el uso y manejo de los medios y recursos, agregando valor al servicio.

Establecer de qué manera los procesos de la gestión administrativa inciden en la calidad del servicio de la cooperativa de transporte de pasajeros Flota Bolívar, al realizar un diagnóstico situacional (FODA) cómo se establecerán la estructura organizacional, manual de funciones y procedimientos para la empresa.

El trabajo fue realizado en Quevedo-Los Ríos en la empresa de transporte de pasajeros Flota Bolívar. Se utilizó el método deductivo, analítico, tipo de investigación descriptiva de campo, con la finalidad de aplicar la gestión administrativa para mejorar los servicios.

Los resultados indicaron que la empresa no cuenta con una herramienta administrativa, que determine planes proyectados con metas y objetivos preestablecidos y realizables en el presente y futuro; coincide en la necesidad de incorporar técnicas a través de la gestión administrativa para mejorar los servicios de traslado de pasajeros, el proceso de administración refleja inconsistencias en la planeación, organización, dirección y control de los servicios que presta a sus usuarios y clientes.

Se recomienda a los directivos de la cooperativa de transportes de pasajeros Flota Bolívar adoptar y aplicar el plan de gestión administrativa propuesto para superar las deficiencias en los servicios que ofrece a sus clientes y usuarios.

Con la guía de trabajos realizados se ayudó a dar un mejor entendimiento al tema de investigación y ofrecer mejor servicio, fortaleciendo a la compañía, al mismo tiempo en los trabajos con anterioridad ofrecieron nuevas alternativas para brindar un buen trato a los usuarios, contribuyendo al objetivo de tener un eficiente servicio. Las investigaciones realizadas fueron de gran importancia para el mejor entendimiento del tema de la calidad del servicio de la compañía, el trabajo utiliza información verídica o por lo contrario no se conseguirá excelentes resultados en el trabajo del tema.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.

1.2.1. Calidad y el Servicio.

1.2.1.1 Calidad.

En cambio, para Moya (2016), cuando se habla de calidad en servicio, inmediatamente se piensa en el cliente; esto se debe a que día a día los clientes buscan indiscutiblemente calidad en los servicios que se ofrecen, los mismos que deben satisfacer sus necesidades a través de una buena atención en términos de amabilidad. Lidar con clientes complicados no es una tarea fácil, debido a que estos siempre están interesados en el valor que le aportará el servicio ofertado, por tal razón las organizaciones tratan de implementar metodologías que les ayude a medir los niveles de satisfacción de sus clientes, ya que de esta manera aseguran que los clientes vuelvan y sobre todo que los recomienden con otros.

La calidad tomó un gran impulso después de la segunda guerra mundial, buscando no solo la satisfacción de las necesidades del cliente sino apuntando a ser un factor competitivo. Por lo tanto, debe ir más allá de un diseño perfecto y obligarse a estar presente en el servicio percibido del bien o producto en el momento de la entrega. (Vargas & Aldana, 2014).

No se debe olvidar que los avances más espectaculares en productividad, en los servicios y atención al cliente se basaran más en la gestión que realice el personal. El cliente cada día exige más y mejores productos, servicio y sobre todo una excelente atención personal y está es realizada por los empleados. (Cadena-Santana, 2016)

Al referirse a la calidad de servicio, que en la actualidad brinda la compañía. Se refiere a que entrega servicios correctos que cubren ciertas expectativas de los usuarios, pero no pueden evitar nuevas exigencias enfocadas a brindar lo mejor (Rocha A. Sergio, 2013). Sin embargo, tanto en el ámbito de las cooperativas como en el de compañías, existen diferentes criterios acerca de la calidad que suponen necesario comprender para el entendimiento entre quienes la exigen y los que deben saber brindarla, la compañía debe proceder a la implementación de un mejor servicio de calidad, para que los usuarios tengan mayor confianza.

1.2.1.2 Gestión de calidad.

Sin duda es un modelo de gestión eficaz para hacerlas competitivas y trata de enfocar a la calidad total, y la empresa hacia el cliente y la sociedad dotándola de una adaptación continua a los cambios y ofreciendo calidad y servicio.

Demostrando que de no aplicar todo o parte de la estructura del modelo que se define, puede ocasionar abrir una posibilidad de su desaparición, que a pequeños plazos puede conducir a serias inestabilidades en la oferta comercial. (Aymar, 2014).

El objetivo de la calidad, es ayudar a toda empresa del sector del comercio y los negocios y en este caso la compañía establece mejoras de gestión basadas en la calidad, la compañía puede encontrarse con la posibilidad de su desaparición en el mercado de transporte, y como consecuencia el cierre, al no tener gestión de calidad. (Arbos, 2014) Además que es necesario mencionar que la calidad para los usuarios significa conformidad con sus requerimientos que de otra manera no podrán satisfacer sus expectativas.

El usuario debe obtener beneficio cuando adquiere un servicio y se cumplan sus expectativas, él se convierte en el juez de la calidad del servicio de la organización determinando el nivel de exigencia.

1.2.1.3 Sistema de calidad.

En el contexto empresarial moderno, el sistema de calidad se convierte en herramientas de gestión importantes para el logro de los objetivos de las organizaciones, llegando a convertirse en una ventaja para lograr posiciones estratégicas en el mercado. Para el logro de esta calidad se incurre en un costo, conocido como costo de calidad. (Álvarez , 2015).

Un Sistema de Gestión de Calidad le permite a cualquier organización o en este caso la compañía, planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de sus actividades a través de la prestación de servicios (Alonso, 2013) Los altos estándares de calidad son medidos a través de los indicadores de satisfacción que se realiza a los usuarios para tener información.

1.2.1.4 Estrategias del servicio.

La estrategia de servicios es una misión, por lo tanto, tiene que estar dentro de cada persona de la organización, debe ser publicado, mostrado, constantemente que haga recordar su identidad, hacia dónde se quiere ir y por qué es fundamental dicha estrategia. (Moreno, 2015).

Una estrategia de servicio utilizada en la compañía es una misión, mediante el análisis de los factores importantes en el mercado de servicios, determinando las fortalezas y las debilidades de los competidores. (Prada & Tascón, 2017). En la compañía, se puede identificar una estrategia de servicio concreta, además encontrando un espacio en el mercado donde podrá tener concordancia entre lo que hace falta y lo que la compañía sabe hacer bien.

1.2.1.5 Calidad del servicio.

Conseguir tanto como productos y servicios de calidad requiere, no solamente implantar un sistema de gestión de calidad, si no que se deben aplicar esfuerzo y dedicación continuas con el tiempo y llevada a cabo por todo el personal de la empresa desde la gerencia hasta los empleados de menor calificación. Por todo ello

es posible afirmar que la calidad es un elemento imprescindible. Por otra parte, los factores que el cliente valora, y que contribuyen a generar sus percepciones acerca de la calidad del servicio, son los siguientes:

Tabla 1: Factores de calidad.

Factores	Descripción.
Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio de modo preciso y fiable.
Capacidad de respuesta	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
Seguridad	Conocimiento y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza.
Empatía	Capacidad de comprender los deseos de los clientes, mediante un proceso de atención individualizada.
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones, físicas, equipos, personal y medios de comunicación (folletos, carteles, etc.)

Fuente: (Rocha A. Sergio, 2013)

Adaptado por: González Galdea Oswaldo

Para lograr la calidad en el servicio se tiene que igualar las expectativas del cliente con sus percepciones. Por tanto, podemos establecer el nivel de calidad de acuerdo a su grado de satisfacción y la necesidad que cubre con el servicio prestado. (Carrasco, 2014).

Las investigaciones sobre calidad, centradas en la propia naturaleza de los servicios, intentan proporcionar modelos conceptuales de la calidad de servicio, analizando

qué es y cómo esta puede medirse. Se refiere a la medición de la calidad del servicio si no analizar cómo éstas se relacionan con otros conceptos como la satisfacción del cliente y sus intenciones futuras de comportamiento en los que la calidad del servicio como concepto muy ligado al interior, y actualmente el énfasis se ha desplazado hacia la fidelidad o retención del cliente, haciendo que adquiera el servicio continuamente (Allez, 2012).

La calidad de servicio "Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio principal". (Larrea, 2015).

Las compañías generalmente se preocupan por ganar una mayor cantidad de usuarios, y no de mejorar su comunicación para hacerla efectiva, en ocasiones no ven que todos los días están perdiendo una cantidad de usuarios por falta de programa de fidelización.

Se debe cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre todo qué tan buen servicio brinda, qué satisface sus necesidades, y porqué juega un papel muy importante dentro de la compañía (Martínez & Campiña, 2013) Un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa, por lo contrario, si obtenemos un cliente satisfecho será leal a nuestro servicio y/o producto, además de una publicidad gratis por sus recomendaciones y mayores ingresos en la empresa.

1.2.2 Satisfacción de los usuarios.

1.2.2.1 Satisfacción.

1.2.2.1.1 Los clientes.

“El cliente es la persona que utiliza los servicios de otra, la clientela es el conjunto de clientes de una persona y la clientela clave es aquella que, por sus expectativas y necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar.” (Maldonado, 2016).

"Es una persona con necesidades y preocupaciones, que seguramente no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si un negocio quiere distinguirse por la calidad de su servicio". (Thomas, 2015).

Las personas o unidades organizacionales que forman la parte interna de la empresa buscan satisfacer necesidades. Es decir, el cliente es una persona o una organización que requiere satisfacer una necesidad adquiriendo un producto o servicio, por lo cual se debe tratar de cubrir esas necesidades y sobrepasar sus expectativas para conseguir clientes satisfechos, al tener en cuenta estos aspectos importantes en la presente investigación.

1.2.2.2 Satisfacción del Cliente.

También la definen como “Las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un servicio o producto con sus expectativas”, (Armstrong, 2015).

La satisfacción es la respuesta del cliente a la diferencia existente entre el resultado percibido del producto o servicio y el nivel de comparación, estando el nivel de comparación influenciado por tres factores: la experiencia del cliente con otros productos similares, la experiencia con otros clientes que actúan como referencia y las promesas creadas a través del proveedor. (PAZ, 2016).

La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales de los clientes, lo mismo que sus atribuciones y sus percepciones de equidad. (Zeithaml, 2015).

Los usuarios son las personas de las comunidades que buscan satisfacer sus necesidades de transportarse y el fin del servicio es que la compañía cubra dicha necesidad; el éxito de la compañía se basaría fundamentalmente en la demanda de sus usuarios, ellos tienen un papel el cual los convierte en el factor más importante que interviene en el juego de los negocios del servicio.

1.2.2.3 Servicio al cliente.

Es proporcionar asistencia a los clientes, se fundamenta en el servicio al cliente en la preocupación constante por la preferencia de los mismos. Es un conjunto de actividades que se realiza entre una persona que demanda un producto o servicio y el empleado de una institución, con el fin de satisfacer un deseo o necesidad. (Reyes, 2017).

Para definir el servicio al cliente se destaca estas actividades y podemos mencionar las siguientes:

- ✓ Las actividades necesarias para asegurar que el producto /servicio se entrega al cliente en tiempo, unidades y presentación adecuados.
- ✓ Las relaciones interpersonales establecidas entre la empresa y el cliente.
- ✓ El servicio de atención, información y reclamaciones de clientes.
- ✓ La recepción de pedidos de la empresa. (Causo, 2015).

Algo que implica más este asunto es el hecho de que la manera de crear servicios y proporcionarlos a los clientes no es fácil de comprender, pero mucho más si las entradas y salidas son intangibles. Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio. (Reynoso, 2014).

Para la compañía no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para su existencia y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso, el servicio al cliente es algo que se puede mejorar si se desea hacerlo, una definición amplia todas las actividades que ligan a la compañía con sus usuarios constituyen el servicio al cliente.

1.2.2.4 Usuario.

“Es quien usa generalmente algo, en relación a la persona que solicita algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público”. Se refiere a

las personas que se acercan a alguna entidad o empresa a solicitar un servicio, el cual debe ser entregado de manera pertinente. (Gárces, 2014).

Los usuarios, al referirse para la compañía son todas aquellas personas que demandan de servicios, sin importar a qué se dedique o diferentes gustos, se considera al usuario una persona que lleva a cabo actividades y que requiere de los servicios que ofrece la compañía.

1.2.2.5 Fidelidad de los usuarios.

Los impactos positivos de la fidelidad de los usuarios en beneficios de la empresa se producen a través de los procesos o de la comunicación boca-oído; es decir, a través de las recomendaciones de los usuarios que han utilizado el servicio o que han oído hablar bien de él y a su vez hacen otros usuarios potenciales. Por tanto, los propios usuarios se convierten en prescriptores de los productos y servicios de la empresa, generando nuevos usuarios para la misma. (Setó, 2015).

La compañía puede hacer que sus usuarios sean abiertos a interactuar con ella, creando así fidelidad en sus usuarios, en beneficio de la compañía que se dedica a esta actividad. Para hacer que el servicio funcione por más tiempo la compañía necesita de fidelización de sus usuarios (Guillen, 2013). También implica que debe estar integrada por un personal capacitado y ser capaz lograr un incremento en la satisfacción, con el fin de conseguir el objetivo propuesto en la organización para un beneficio.

1.2.2.6 Nivel de satisfacción.

Los niveles de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- ❖ **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- ❖ **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- ❖ **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Se define tres elementos para medir la satisfacción del cliente, en primer lugar, ubica el rendimiento percibido, que es el resultado que el cliente considera haber recibido cuando compra un bien o servicio. En segundo lugar, están las expectativas, que son aquellas que el cliente o usuario espera recibir; y por último sitúa el nivel de satisfacción, que puede definirse como insatisfacción, satisfacción, y complacencia. (Thomson, 2016).

De esta manera, dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor

porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional) (Junquera & Fernández, 2013) Por ese motivo, las empresas deben buscar complacer a sus clientes y prometiendo ofrecer solo lo que pueden entregar, y conceder después más de lo que prometieron.

1.3 Marco legal.

En la investigación tomó como marco legal la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, y su Reglamento, la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2-205 2010, la Ley de Economía Popular y Solidaria, y la Ley de Compañías.

Según la Constitución de la Republica del Ecuador (2008) en su artículo 11 señala que los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes, de manera que éstas garanticen su cumplimiento. Señala además que, las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades, por lo cual nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género o cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, condición socio-económica, entre otras.

El artículo 52 menciona que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores, además de las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Por su parte el artículo 53 de la Constitución de la República señala que, las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras.

El artículo 54 manifiesta que las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio.

El Plan Nacional del Buen Vivir (2017- 2021) específicamente en el objetivo 1. El estado ecuatoriano garantizará una vida digna para todos los ciudadanos, con iguales oportunidades para vivir en armonía y sobre todo para superarse en el ámbito laboral, haciendo prevalecer sus derechos, con el fin de promulgar el desarrollo económico del país.

El artículo 40 de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, Agencia Nacional de Tránsito (2014) manifiesta que el transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial que responde a las condiciones de responsabilidad, universalidad, accesibilidad, comodidad, continuidad, seguridad, calidad, estandarización, y medio ambiente

Otra condición fijada en el artículo 40 de esta Ley, es la calidad, que se entiende como el cumplimiento de los parámetros de servicios establecidos por los organismos competentes de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

En la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2205 (2010) respecto del servicio de carácter público, se contemplarán aspectos de prevención y seguridad de las unidades que prestan los servicios de transporte urbano, tales como: color, la obligatoriedad de contar con señales visuales adecuadas tales como distintivos, el número de placa en el techo del vehículo, accesos y espacios adecuados y el cumplimiento de normas de seguridad apropiadas respecto de los pasajeros.

En el artículo 60 de conformidad con la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, se definen los siguientes ámbitos de operación del transporte terrestre de pasajeros y/o bienes en vehículos automotores: servicio de transporte intra-cantonal, servicio de transporte intra-provincial (inter-cantonal), servicio de transporte intraregional, servicio de transporte inter-provincial, servicio de transporte internacional, y servicio de transporte transfronterizo.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) y el Reglamento a esta Ley.

El artículo 8 de la LOEPS (2011) menciona que las formas de organización de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador están dadas por sectores, de ahí que define los siguientes: Comunitario, Asociativo, Cooperativo y las Unidades Económicas Populares.

Los organismos que tienen a cargo el servicio de transporte urbano de buses en la ciudad son cooperativas de servicios, por lo cual se hizo necesario citar la Ley en relación.

En el artículo 20 de la Ley de Compañías (1999) Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y los organismo de fiscalización establecidos por la ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y.
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías

Art.146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el registro mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Fundamento Social.

El fundamento social incluyen la reducción de pobreza (por medio de la mejoría de acceso a trabajo, educación, salud, bienes y servicios), la reducción de accidentalidad (por medio de la reducción de situaciones de alto riesgo para peatones y otros usuarios de la vía, y en este caso la implementación de un sistema de transporte público eficiente y seguro), la mejoría de la salud de la población por su menor exposición a los problemas de contaminación al reducir las emisiones del transporte) y la mejoría de la calidad de vida general en la ciudad.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS.

2.1 Enfoque de investigación.

En la presente investigación se utilizó un enfoque cuali-cuantitativo para el desarrollo del trabajo.

2.1.1 La investigación Cualitativa.

Esta técnica es orientada hacia la observación, donde se analizó el propio campo, al observar los servicios y realizar las entrevistas ¿Cómo los usuarios son tratados por cada uno de los empleados dentro de la compañía?, se observó, si por parte de la compañía se brinda un buen servicio y una atención cortés, además si los usuarios conocen el derecho de recibir un buen trato.

2.1.2 La investigación Cuantitativa.

Permitió obtener información mediante el método estadístico, donde una vez realizadas la encuesta se comenzó la tabulación de datos recolectados, para luego proceder al análisis de los resultados ayudando a la investigación a buscar el problema y direccionarle al ámbito referente a la calidad del servicio.

En la investigación se identificó cuáles son las problemáticas que se derivan en cuanto al servicio que presta dicha compañía, lo cual está basado en la calidad, a su vez una vez culminado ayudó a dar las pautas o sugerencias para mejorar la atención de los usuarios, al lograr que se sienta satisfecho y por ende la compañía crecerá, y podrá ser una de las mejores a nivel de la provincia de Santa Elena.

2.2. Metodología de la investigación.

2.2.1 Tipo de investigación.

Para la realización del presente trabajo investigativo se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

2.2.1.1 La investigación exploratoria.

Este tipo de investigación ayudó a entender mejor el problema de la empresa en los servicios de la compañía VERDERIOSA, por lo que fue necesario tener una relación con la realidad de los problemas que le afectan en la actualidad, se le aplicó con el propósito que ayude dentro del estudio para resolver un problema que no ha tenido claridad y para la recolección de datos, se basa también en la investigación secundaria, como revisión de literatura disponible.

2.2.1.2 Investigación descriptiva.

El trabajo fue realizado haciendo un contacto cercano de las realidades y conociendo los aspectos fundamentales correspondientes con el propósito de la investigación descriptiva; el uso de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación aplicados, permitió profundizar mejor el tema investigado y luego las relaciones entre sus variables, se describió la investigación en forma detallada y entendible.

Se observó la situación tal como se han dado en la Compañía de Transporte Intraprovincial VERDERIOSA, se ha analizado la situación actual del servicio de transporte, identificando factores de satisfacción en mejora de sus usuarios.

La investigación a desarrollarse fue direccionada hacia el personal administrativo, socios y usuarios de la compañía Intraprovincial de Transporte VERDERIOSA, debido a que estos involucrados componen toda la unidad de estudio, por parte de los usuarios fueron escogidos aleatoriamente.

2.2.1.3 Investigación correlacional.

2.2.1.4 Otras fuentes de investigación.

2.2.1.4.1 Investigación bibliográfica o documental.

En la investigación bibliográfica se pudo evidenciar una amplia información lo que ayudó a fundamentar los aspectos teóricos relacionando la parte conceptual con la práctica, se recopiló y evaluó materiales como: sitios web, libros, tesis, revistas obteniendo información actualizada y especializada para el sustento de la investigación que permitió visualizar e investigar complementando la información.

Se recopiló investigación bibliográfica de trabajos anteriormente realizados en otras universidades relacionados al tema de investigación, que ayudaron a entender mejor la situación en lo referente a conceptos relacionados a la compañía, la calidad, el servicio, para dar criterios con base bibliográficas de fuente confiable.

2.2.1.4.2 Investigación de campo.

La investigación se realizó por medio de la técnica de encuesta, entrevista, ficha de observación; estos tipos de investigaciones fueron de mucha importancia, por medio de ella se logró registrar situaciones que al ser observadas en el campo investigado y realizar encuestas se obtuvo un resultado de mayor confiabilidad en base a información de tipo primario, del mismo modo se pudo acercar a la realidad

de las situaciones, haciendo las entrevistas a los socios, al personal administrativos y realizar una encuesta a los usuarios conociendo cómo influye el servicio que brinda la compañía en la mente de los usuarios, debido a que siempre usan el medio de transporte para movilizarse a varios lugares lejanos, al implementarlo se logró evidenciar qué inconvenientes se encuentren en la compañía VERDERIOSA con la finalidad que se pueda mejorar los servicios.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1 Método Deductivo.

Constituye el método que va de lo general a lo particular, esto implica que la deducción se fundamenta en teorías y situaciones generalizadas que conducen a través de una perspectiva lógica o de intuiciones deducibles para llegar a una situación, un hecho, un elemento particular específico que es parte de un conjunto de componentes, personas o comunidades con quienes se ha desarrollado el trabajo de investigación, o también objetos que están involucrados directa o indirectamente en el estudio, en el caso de la calidad del servicio se deduce que se aplican los procesos idóneos a la satisfacción del usuario, pero la realidad puede ser diferente.

2.3.2 Método Inductivo.

Este método ayudó al investigador a considerar aspectos relevantes de cosas pequeñas, elementos específicos, o detalles importantes y hasta algunos exclusivos, para obtener cualidades o aspectos del universo examinado, es decir, este método consiguió de la investigación que se está sustentando en el estudio a entender la calidad de los servicios en la satisfacción de los usuarios.

Considerando que va de lo particular a lo general en el presente trabajo, es muy importante su utilidad ya que permitió la identificación de cada una de las dimensiones y sus respectivos indicadores en referencia al tema investigado, en el caso de la calidad de servicios, ayudo a entender la aplicación efectiva de la satisfacción a los usuarios en la compañía.

De igual forma proporcionó la identificación de la calidad del servicio en la compañía para proyectar una mejor satisfacción a los usuarios, fortaleciendo la calidad de servicio que se presta en esta empresa.

2.4 Diseño de muestreo.

2.4.1 Población.

Para poder identificar el total de la población y tener una muestra confiable se acudió a la dependencia de las oficinas del Consejo Nacional Electoral (CNE), provincia de Santa Elena, de acuerdo a sus bases de registro de información menciona que el estimado de la población de la zona Sur-Este, en lo referente al estudio se determinó que cuenta con un estimado de una población de 9.952, entre socios, choferes, directivos, personal administrativos y ciudadanos de 16 a 65 años de la población, con esa información obtenida se procedió a realizar un muestreo aleatorio simple para la aplicación de las respectivas entrevistas y encuestas.

La población para la entrevista de la presente investigación comprende 4 directivos, 36 socios y choferes y 3 personales administrativos de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA” del cantón Santa Elena.

Población para encuestas, se considera para el estudio tomar como referencia a la población de las comunidades con un total de 9.909 personas que hacen uso de los servicios de la compañía, que gracias a su aporte que facilitaron en base a su experiencia como usuarios a través de una encuesta que se realizó.

La población para la entrevista y la encuesta está conformada por:

Tabla 2: Población

Población	Cantidad	Técnica
Directiva de la cooperativa	4	Entrevista
Socios y choferes	36	Entrevista
Personal administrativo	3	Entrevista
Ciudadanía en general	9.909	Encuesta

Fuente: datos de CNE, compañía VERDERIOSA
Elaborado por: Autor: González Galdea Oswaldo

2.5 Tipo de muestreo.

Considerando que la muestra es aquella parte representativa de la población en la investigación, la muestra fue definida en base al total de la población de la zona Sur-Este, el método utilizado fue la muestra probabilística la misma que requirió del empleo de una fórmula que permitió obtener datos más confiables, de acuerdo con los datos obtenidos en la población.

2.5.1 Tamaño de la muestra.

En la muestra de la entrevista se consideró toda la población:

Población	Cantidad	Técnica
Directiva de la cooperativa	4	Entrevista
Socios	36	Entrevista
Personal administrativo	3	Entrevista
Total	43	

Fuente: datos de CNE, cooperativa VERDERIOSA
Elaborado por: Autor: González Galdea Oswaldo

Para la encuesta se utilizó a la población sacando una muestra representativa a personas de 16 a 65 años que por lo general son los usuarios de las comunidades que representa el universo y utilizan con frecuencia el transporte.

Se utilizó la fórmula estadística para determinar una muestra de la población debido a que supera las 9.909 personas que hacen uso del servicio de transporte que brinda la compañía VERDERIOSA.

De esta forma se determinó el tamaño de la muestra, y el resultado que se consiguió fue de 364 personas, calculada de la siguiente forma:

Esta fórmula se utilizó debido a que la población era finita.

Tabla 3: Fórmula para tamaño de la muestra.

	Descripción	
n=	Tamaño de muestra	364
N=	Población	9.909
Z=	Nivel de confiabilidad	95% (1.96)
P=	Probabilidad de ocurrencia	0.50
Q=	Probabilidad de no ocurrencia	0.50
E=	Error máximo	5% (0.05)

Fuente: datos de CNE, cooperativa VERDERIOSA
Elaborado por: Autor: González Galdea Oswaldo

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(9.909)}{(0.05)^2 (9,909 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{6635.4036}{17.27 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6,635.4036}{18,2304}$$

$$n = 364$$

Lo que significa que se realizaron 364 encuestas en los que no están incluidos, personal administrativo, socios y choferes, la muestra fue solo para los usuarios de la compañía a las que brinda el servicio.

2.6 Diseño de recolección de datos.

En la investigación se necesitó de datos verídicos y para recolectar la información de las variables del tema tratado, se aplicó las siguientes técnicas de recolección de datos que ayudaron a realizar una mejor investigación, dichas técnicas aplicadas fueron la observación, entrevista, encuesta.

2.7 Técnicas de investigación.

2.7.1 Observación.

Se utilizó la técnica de observación directa ya que permitió el contacto con las personas, se aplicó la observación de campo para llegar al lugar donde ocurren los

hechos, a través del cual se obtuvo una gran cantidad de información que resultan relevante para el respectivo análisis, verificando las actividades realizadas en la Compañía Intraprovincial de Transportes VERDERIOSA.

2.7.2 Encuesta.

La encuesta permitió obtener información verídica y fue aplicada al número de cantidad de personas que resultó de la fórmula de la muestra, siendo dirigida hacia los usuarios, tomando en cuenta que el encuestado debía de haber dado uso de los servicios que presta la Compañía VERDERIOSA, la cual fue aplicada para la investigación de la población.

2.7.3 Entrevista.

Tomando en cuenta que la entrevista es una conversación que se realiza entre dos o más personas en donde intervienen, el entrevistador, que es quién formula las preguntas y por otro lado está el entrevistado quien responde sus inquietudes, antes de comenzar a realizar la entrevista se elaboró una guía de preguntas que ayudaron, direccionando la conversación, buscando abarcar el tema sobre beneficios y la satisfacción ofrecidos por la compañía.

Se utilizó la entrevista para el personal que forma parte de la directiva, los socios y choferes de la compañía, quienes manifestaron sus inquietudes, ayudando a comprender en profundidad la realidad en cuanto al servicio que brindan.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y RESULTADOS.

3.1 Análisis de los resultados de la observación.

En la observación se pudo visualizar que la salida de cada línea de bus es cada 12 minutos; en lo referente al trato no existe un saludo cordial de los señores choferes y controladores, la ruta no cuentan con unidades nuevas, la mayoría de los buses tienen varios años circulando cumpliendo ya con su vida útil, pocas son las unidades que se puede observar que son vehículos adecuados, no hay control de las personas que suben a las unidades a ofrecer ventas de productos como son vendedores ambulantes y esto constituye inseguridad a los usuarios, la compañía cubre dos rutas: la línea 1 y 2, sus recorridos llegan hasta la comunidad de Olmedo. Las personas que viven en ciertas comunidades alejadas que dependiendo de la línea no llega, esperan por largos periodos ya que las líneas no hacen el mismo recorrido; el paradero ubicado en el mercado del cantón Santa Elena no cuenta con un lugar cómodo para que los pasajeros esperen el bus, el tiempo que transcurre para hacer cada uno de su recorrido es acorde porque los buses no circulan a exceso de velocidad respetando los limites, cuando se encuentran en las horas de mayor afluencia de pasajeros los buses no se abastecen para la cantidad de pasajeros que solicitan el servicio, además que existen buses con poca capacidad de pasajeros.

Los colaboradores de la compañía poseen bajo conocimiento de cómo ofrecer un buen servicio, en su mayoría son personas con una educación básica y con alto grado de desconocimiento en lo referente al servicio que presta la compañía.

3.2 Análisis de los resultados de la entrevista al PERSONAL ADMINISTRATIVO.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la compañía?

La mayor parte de los trabajadores de la compañía tiene varios años laborando, son trabajadores fijos y los directivos solo cambian de autoridad de acuerdo a sus reglamentos internos, la rotación es muy poco cambiante de las personas porque se encuentran satisfechos en el lugar que laboran.

2. ¿Qué beneficios la Compañía brinda a los trabajadores?

Los beneficios que brinda la compañía a sus trabajadoras son todos los exigidos por el Código de Trabajo ecuatoriano, como vacaciones, horas extras, entre otros.

3. ¿Cuenta con la seguridad necesaria en su lugar de trabajo?

Cuentan con la seguridad que necesita en su sitio de trabajo, la compañía trata de que sus trabajadores se encuentren bien en el área y en cada trabajo que realiza, su actividad no necesariamente es un sitio donde surjan peligros laborales. Cuentan con los recursos necesarios para su labor.

4. ¿Cómo considera la calidad de los servicios de los buses que se brindan la compañía?

Si consideran que es buena la calidad que brindan a los usuarios, tratan que los choferes respeten las señales de tránsito y que los ayudantes no tengan problemas

con los pasajeros, que cobren el pasaje con lo establecido por la compañía y que el personal siempre lleve puesto el uniforme que los identifique.

5. ¿La compañía presenta deficiencias en los buses al momento de brindar el servicio?

Es de conocimiento que los buses en su mayoría no son unidades nuevas y que el espacio de cada bus es reducido en los momentos donde hay mucha afluencia de personas, los pasajeros viajan por periodos cortos en los pasillos.

6. ¿Considera que el servicio otorgado es seguro y cumple con los objetivos establecidos?

Por parte de los choferes todos tienen experiencia en el manejo de buses, los socios tratan de que sus unidades estén en continuo mantenimiento y cuando hay reuniones la compañía motiva para que cada persona cumpla y sea responsable con su trabajo logrando así que la compañía brinde un servicio adecuado.

7. ¿Cada que tiempo reciben capacitaciones o cursos sobre temas relacionados al servicio que ustedes brindan?

El personal recibe capacitaciones aproximadamente dos veces al año, pero no son relacionados al tema de calidad. Por parte de la compañía brindan capacitaciones, pero no son constantes, y también por parte de la Agencia Nacional de Tránsito brindan capacitación en relaciones humanas, leyes y reglamentos de tránsito.

8.-¿Cuáles son las quejas más recurrentes que presentan los usuarios?

El reclamo de los usuarios es que en ciertas ocasiones los choferes no los dejan en las paradas habituales y llevan sus compras que realizan en la ciudad, además que los buses se han dañado en la mitad del camino y se ven obligados a esperar por la solución del problema.

9.- ¿La compañía de transporte planifica capacitaciones para el personal?

Sí planifica capacitaciones, pero no son muy constantes a las que se deberían realizar a sus trabajadores, consideraron que el limitante porque de las capacitaciones es el recurso económico con el que cuenta la compañía.

10. - ¿Considera que la calidad del servicio que presta la compañía satisface necesidades de los usuarios?

Sí satisface las necesidades porque ellos logran trasladarse a sus sitios de trabajo, a la ciudad a realizar compras, aunque no son unidades nuevas, siempre tratan de brindar un buen servicio.

11. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted considera, debe mejorar la compañía para brindar un mejor servicio?

Sería brindar más capacitaciones por que los ayudantes no son trabajadores permanentes, laboran por periodos cortos, se los contrata y debido al poco recurso que obtienen los buses no se los puede seguir contratando. Se podría aumentar capacitaciones sobre el trato a los usuarios, y dar un mejor servicio.

3.3. Análisis de los resultados de la entrevista CHOFERES Y SOCIOS.

1.-¿Cuántos pasajeros promedio al día se movilizan en su bus?

Los socios y choferes de la compañía mencionaron que ellos realizan 4 recorridos (turnos) al día, entre la salida y el regreso serian 8 veces, por lo general en las horas de mayor influencia sí cuentan con muchos pasajeros , pero una vez que se termina la horas de mayor influencia es poco las personas que necesitan del servicio, ellos transportan entre 10 a 25 personas en cada recorrido y que en un día normal ellos trasladan un promedio de 150- 120 personal al día, en los fines de semana y los feriados ellos aumentan de usuarios.

2.-¿Qué beneficios brinda la compañía (unidades de buses) al momento de utilizar el servicio de transporte?

El mayor beneficio que se le puede brindar a los clientes es dar seguridad al momento de viajar, ya que en su compañía los incidentes no son usuales, otro beneficio que ellos brindan la posibilidad de trasladarles desde su comunidad hasta el terminal terrestre Amantes de Sumpa de la ciudad de Santa Elena, porque las comunidades no cuentan con otro compañía que realice dicho servicio, ellos son personas que estiman al usuario y respetan al pasajero, hacen el recorrido en la horas establecidas por parte de la compañía, se tiene la responsabilidad que establece la compañía, o por lo contrario existirían sanciones o multas, se trata de cumplir para evitar inconvenientes.

3.-¿Considera que el servicio otorgado es, seguro, accesible y cumple con la ruta y frecuencias establecidas?

En la organización cada socio cumple con los requerimientos establecido por la compañía y la agencia de tránsito, en cuanto a los requisitos que se deben cumplir siempre se está verificando las llantas, se revisa los motores para no tener inconveniente en cuanto a daños mecánicos, las unidades no son nuevas pero tratan que sean cómodas, la compañía cumple con las rutas establecidas.

4 .- ¿Cómo considera usted la calidad de los servicios de transporte de buses que se brindan la compañía?

En las reuniones siempre se establece que se trate bien al usuario, por ende, los choferes y los ayudantes tratan de brindar un buen servicio dando comodidad al momento en que los usuarios hacen uso del transporte, cuando las personas se bajan del bus, por parte de ellos describen que brindan un buen servicio a sus usuarios.

5.-¿Cuáles son las debilidades que tienen la compañía de buses al momento de brindar el servicio?

Una de las mayores debilidades al momento de brindar el servicio es que las unidades de transporte no son nuevas y en ocasiones los buses quedan muy pequeños para la cantidad de usuarios que requieren el transporte, las unidades hacen recorrido en un tiempo de 12 minutos cada línea, y las personas se sienten incómodas esperando por mucho tiempo las salidas de buses.

6.-¿Cada que tiempo reciben capacitaciones o cursos sobre temas relacionados al servicio que ustedes brindan?

Por parte de la compañía ofrece capacitaciones relacionadas a este tema, una o dos veces al año, una por parte de la compañía y otro por parte de Agencia Nacional de Transito. Además, se reúnen los socios cuando existen asuntos de importancia y se convocan para tratar puntos relacionados a la compañía.

7.-¿Qué haría usted para que el cliente se encuentre satisfecho a la hora de hacer uso del transporte?

Los socios y choferes supieron manifestar que, a la hora de comenzar su trabajo en el bus observan que esté limpio, que la música este con un volumen moderado, que por parte del chofer reciba un buen trato al momento interactuar con los usuarios y cobrar el pasaje establecido.

8.-¿Cuáles son las recomendaciones que usted considera debe mejorar la compañía para brindar un mejor servicio a la ciudadanía?

Debe haber más coordinación en la administración para que agilice la compra de nuevos vehículos porque en cuanto se refiere a los usuarios ellos desearían buses modernos, eso han manifestado, existe un excelente trabajo al momento que los buses necesitan mantenimiento, y la compañía busque un proveedor para que se abarate los costos de su mantenimiento.

3.4 Resultados de las encuestas a los usuarios de la compañía VERDERIOSA.

3.4.1 Género de los usuarios de la compañía VERDERIOSA

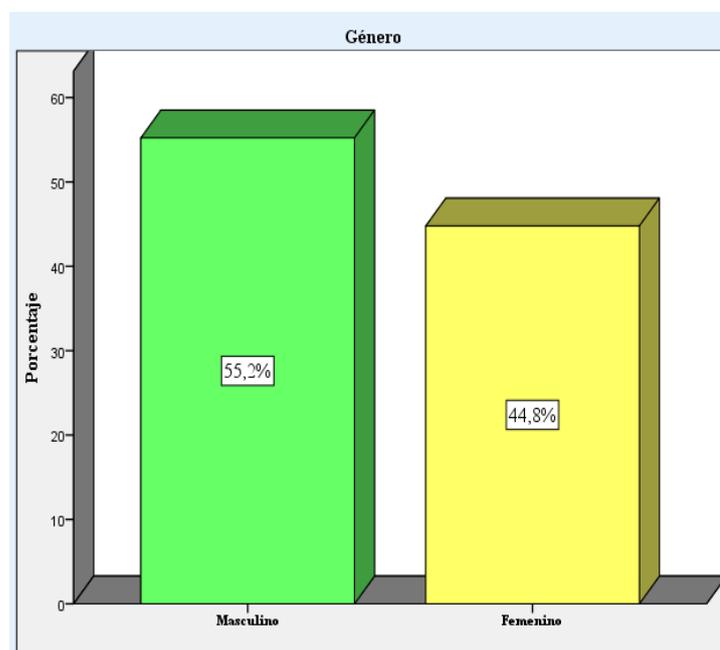
Tabla 4: Género de los usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Género				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	201	55,2%	55,2%
	Femenino	163	44,8%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 1: Género de los usuarios de la compañía VERDERIOSA.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Del total de los encuestados, el 55,2% corresponde al género masculino, mientras que el restante 44,8% pertenece al género femenino. Esto indica que la mayoría de los usuarios que utilizan los servicios de la compañía son masculinos mayores de edad, por lo que la información que dieron fue veraz.

3.4.2. Motivos por los que viajan los usuarios

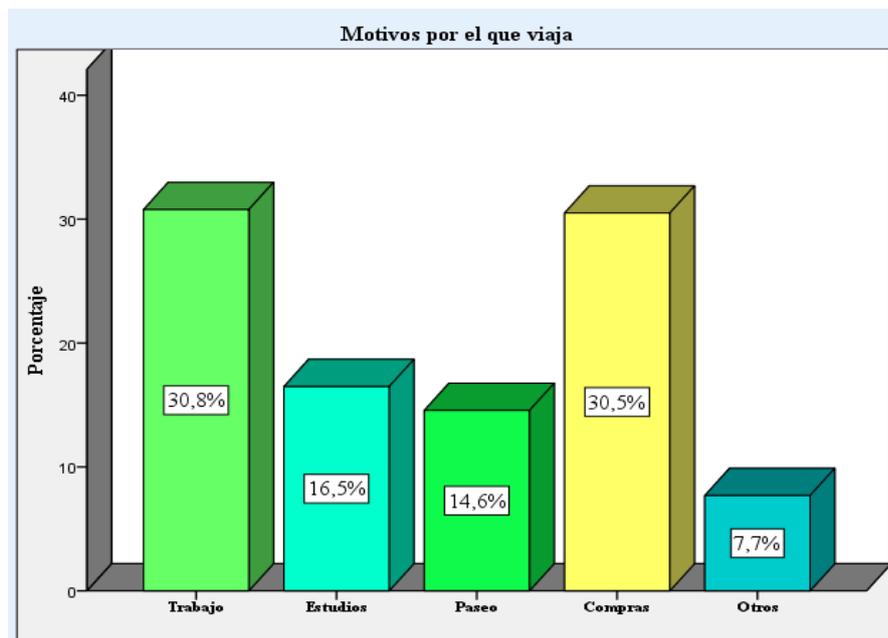
Tabla 5: Motivos por los que viajan los usuarios.

Motivos por el que viaja				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabajo	112	30,8%	30,8%
	Estudios	60	16,5%	47,3%
	Paseo	53	14,6%	61,8%
	Compras	111	30,5%	92,3%
	Otros	28	7,7%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 2: Motivos por los que viajan los usuarios.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

De los usuarios encuestados, la mayor parte utiliza el servicio de transporte por motivos de trabajo y por diversas compras que deben realizar, seguido por el tema estudio y finalmente, los usuarios eligieron la opción de paseos.

3.4.3 Con qué frecuencia viajan los usuarios.

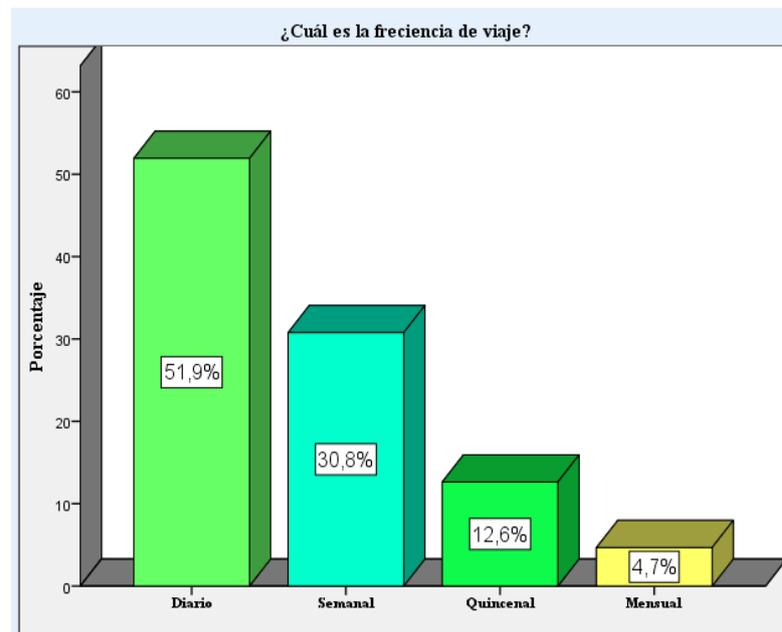
Tabla 6: Con qué frecuencia viajan los usuarios.

Cuál es la frecuencia de viaje				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Diario	189	51,9%	51,9%
	Semanal	112	30,8%	82,7%
	Quincenal	46	12,6%	95,3%
	Mensual	17	4,7%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 3: Con qué frecuencia viajan los usuarios.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

La mayoría de los usuarios encuestados utilizan el servicio de la compañía diariamente, de igual forma en un número significativo viaja semanalmente, seguido de un bajo porcentaje de personas que usan quincenal y mensualmente.

3.4.4. ¿Los colaboradores y ayudantes, responden de manera adecuada a los pasajeros y usuarios, a sus preguntas o interrogantes?

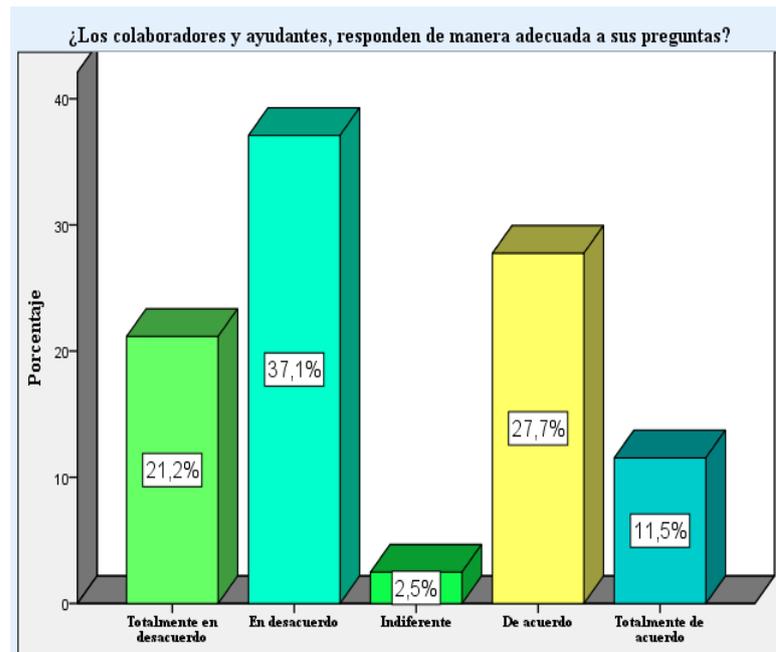
Tabla 7: Respuestas a preguntas o interrogantes.

¿Los colaboradores y ayudantes, responden de manera adecuada a sus preguntas?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	77	21,2%	21,2%
	En desacuerdo	135	37,1%	58,2%
	Indiferente	9	2,5%	60,7%
	De acuerdo	101	27,7%	88,5%
	Totalmente de acuerdo	42	11,5%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 4: Respuestas a preguntas o interrogantes.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Los usuarios encuestados manifestaron que los colaboradores y ayudantes no responden adecuadamente a sus preguntas y por lo general se quedan con las dudas.

3.4.5 - ¿El personal de la compañía de transporte muestra cortesía y amabilidad al pasajero o usuario cuando expresa algún reclamo?

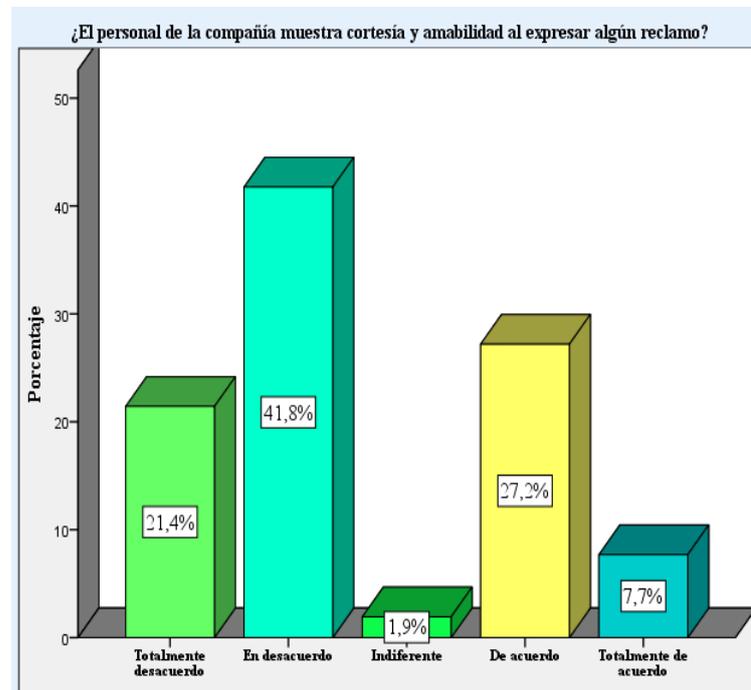
Tabla 8: Cortesía y amabilidad por parte del personal.

¿El personal de la compañía muestra cortesía y amabilidad al expresar algún reclamo?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	78	21,4%	21,4%
	En desacuerdo	152	41,8%	63,2%
	Indiferente	7	1,9%	65,1%
	De acuerdo	99	27,2%	92,3%
	Totalmente de acuerdo	28	7,7%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 5: Cortesía y amabilidad por parte del personal.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Los usuarios encuestados respondieron que el personal de la compañía de transporte no demuestra cortesía y amabilidad cuando se presenta algún reclamo a la compañía, generando malestar al usar el servicio.

3.4.6 ¿Cuándo surge un problema, los choferes y ayudantes tienen interés en atenderlo y solucionarlo?

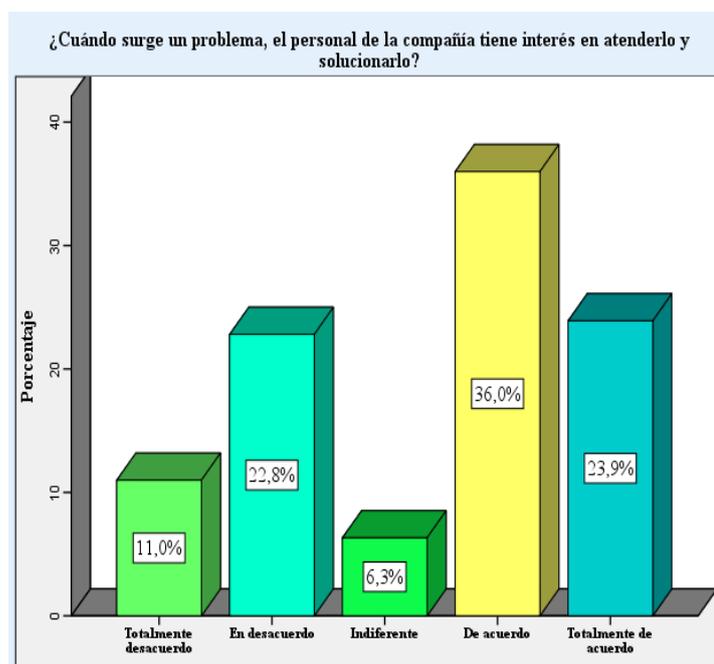
Tabla 9: Solución de problemas.

¿Cuándo surge un problema, el personal de la compañía tiene interés en atenderlo y solucionarlo?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	40	11,0%	11,0%
	En desacuerdo	83	22,8%	33,8%
	Indiferente	23	6,3%	40,1%
	De acuerdo	131	36,0%	76,1%
	Totalmente de acuerdo	87	23,9%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 6: Solución de problemas.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

La mayor parte de los ciudadanos encuestados respondieron que existe interés de parte de los choferes y ayudantes en atender y solucionar sus reclamos, pero recalcan que la petición debe ser de forma insistente y repetitiva.

3.4.7 ¿La compañía, los choferes y ayudantes tienen buena comunicación con los pasajeros y usuario?

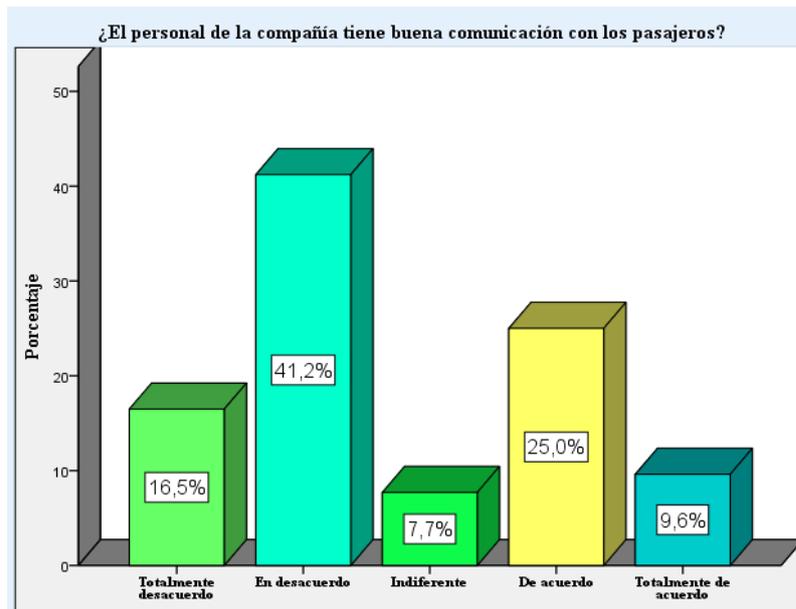
Tabla 10: Comunicación con pasajeros y usuarios.

¿El personal de la compañía tiene buena comunicación con los pasajeros?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	60	16,5%	16,5%
	En desacuerdo	150	41,2%	57,7%
	Indiferente	28	7,7%	65,4%
	De acuerdo	91	25,0%	90,4%
	Totalmente de acuerdo	35	9,6%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 7: Comunicación con pasajeros y usuarios.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Del total de los usuarios encuestados, la mayor parte afirmó que no existe una buena comunicación entre colaboradores de la compañía y los usuarios, ya que en estos casos indican que no existe cordialidad al momento de comunicarse.

3.4.8 ¿Los colaboradores de los buses le brindan seguridad en el transcurso del viaje y al momento de subir y bajar de los buses?

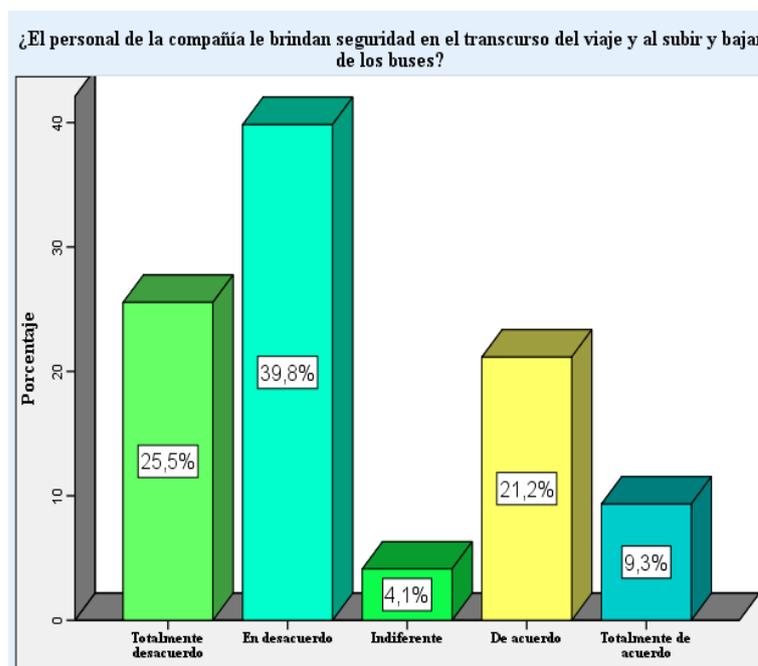
Tabla 11: Seguridad en el viaje.

¿Le brindan seguridad en el transcurso del viaje y al subir y bajar de los buses?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	93	25,5%	25,5%
	En desacuerdo	145	39,8%	65,4%
	Indiferente	15	4,1%	69,5%
	De acuerdo	77	21,2%	90,7%
	Totalmente de acuerdo	34	9,3%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 8: Seguridad en el viaje.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Los encuestados respondieron, en gran porcentaje, que los colaboradores no le brindan seguridad necesaria tanto en el transcurso del viaje, debido a los vendedores ambulantes, ni al momento de subir y bajar de los buses.

3.4.9 ¿La implementación de estrategias (capacitación, buena atención) mejoraría la calidad del servicio?

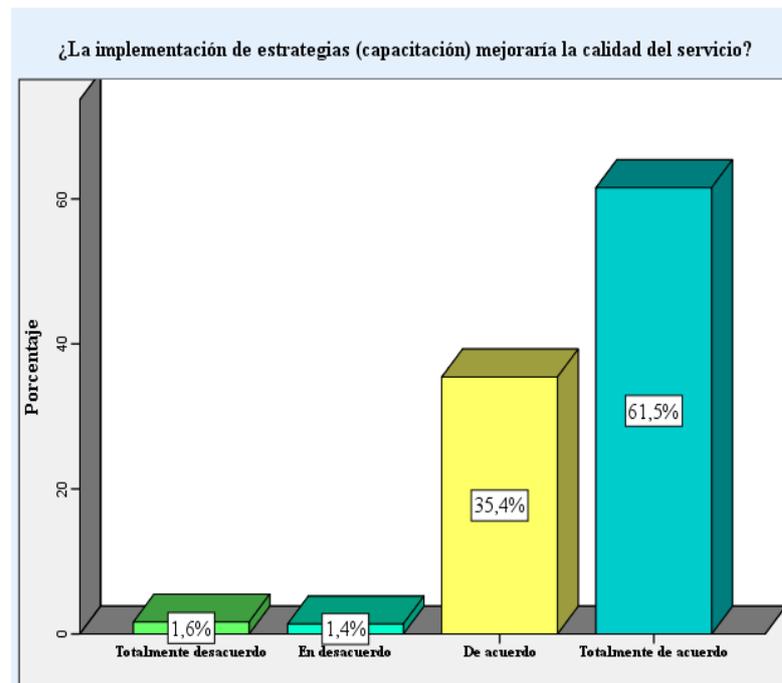
Tabla 12: Implementación de estrategias.

¿La implementación de estrategias (capacitación) mejoraría la calidad del servicio?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	6	1,6%	1,6%
	En desacuerdo	5	1,4%	3,0%
	De acuerdo	129	35,4%	38,5%
	Totalmente de acuerdo	224	61,5%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 9: Implementación de estrategias.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

La mayoría de los usuarios encuestados manifestaron que están de acuerdo en que se apliquen las estrategias adecuadas a la calidad del servicio prestado por la compañía, ésta mejorará notablemente.

3.4.10 ¿Cuándo usa el transporte de la compañía, observa que los buses están limpios?

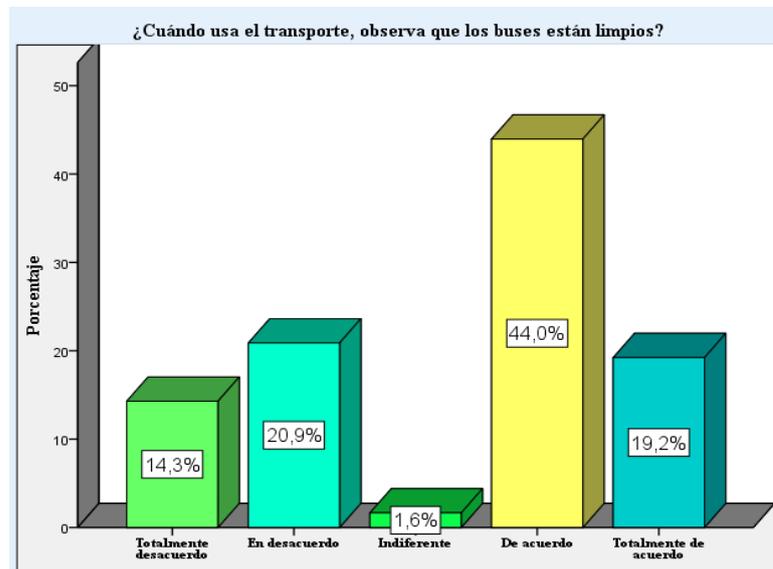
Tabla 13: Buses limpios.

¿Cuándo usa el transporte, observa que los buses están limpios?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	52	14,3%	14,3%
	En desacuerdo	76	20,9%	35,2%
	Indiferente	6	1,6%	36,8%
	De acuerdo	160	44,0%	80,8%
	Totalmente de acuerdo	70	19,2%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 10: Buses limpios.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gran porcentaje de los usuarios encuestados afirmaron que los buses de la compañía se encuentran limpios al hacer uso del servicio, mientras que el restante manifestó su incomodidad ya que por lo general, la limpieza la realizan de forma rápida dejando residuos en ciertos lugares de las unidades de bus.

3.4.11 ¿El tiempo de salida y rotación de cada uno de las líneas de los buses es acorde a su requerimiento?

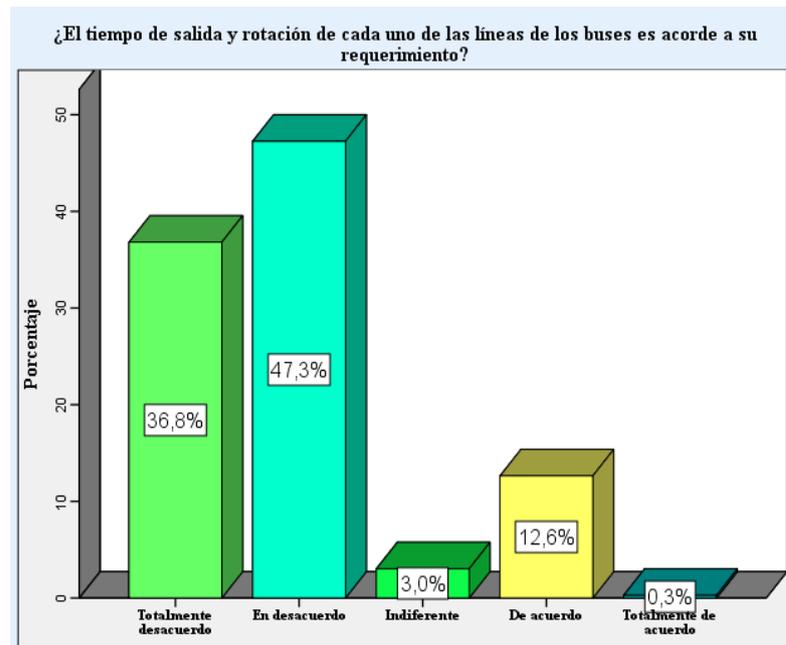
Tabla 14: Tiempo de salida y rotación de cada línea de buses.

¿El tiempo de salida y rotación de cada uno de las líneas de los buses es acorde a su requerimiento?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	134	36,8%	36,8%
	En desacuerdo	172	47,3%	84,1%
	Indiferente	11	3,0%	87,1%
	De acuerdo	46	12,6%	99,7%
	Totalmente de acuerdo	1	0,3%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 11: Tiempo de salida y rotación de cada línea de buses.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

La mayor parte de los encuestados manifestaron que el tiempo estimado de salida y la rotación de cada unidad de buses de la compañía no es acorde a su requerimiento lo que causa inconvenientes a diario en los usuarios.

3.4.12 ¿Los buses de la compañía son las adecuadas (unidades nuevas, espacio acorde) para brindar un buen servicio?

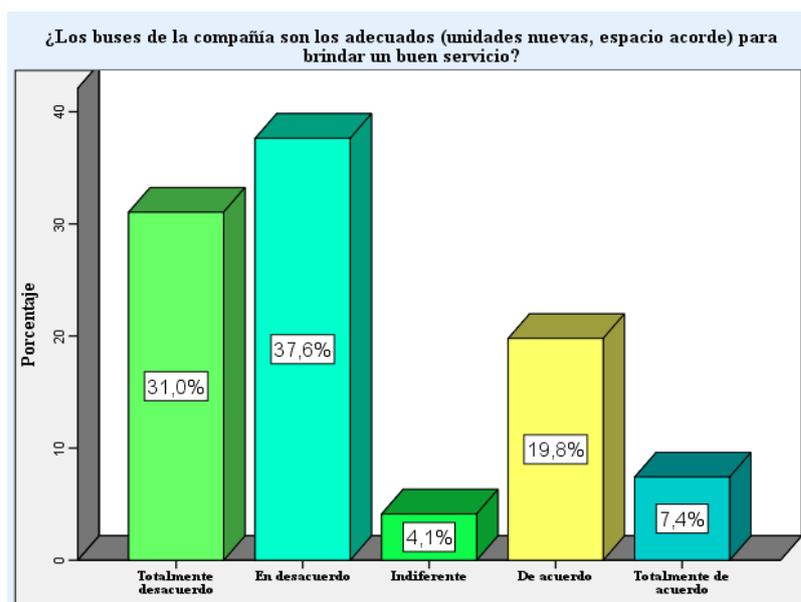
Tabla 15: Adecuación de unidades.

¿Los buses de la compañía son los adecuados (unidades nuevas, espacio acorde) para brindar un buen servicio?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	113	31,0%	31,0%
	En desacuerdo	137	37,6%	68,7%
	Indiferente	15	4,1%	72,8%
	De acuerdo	72	19,8%	92,6%
	Totalmente de acuerdo	27	7,4%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 12: Adecuación de unidades.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Del total de los usuarios encuestados, gran porcentaje indicó que los buses de la compañía no son los adecuados para poder brindar un buen servicio, se recalca que los espacios generan incomodidad al viajar en las unidades de transporte.

3.4.13 ¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?

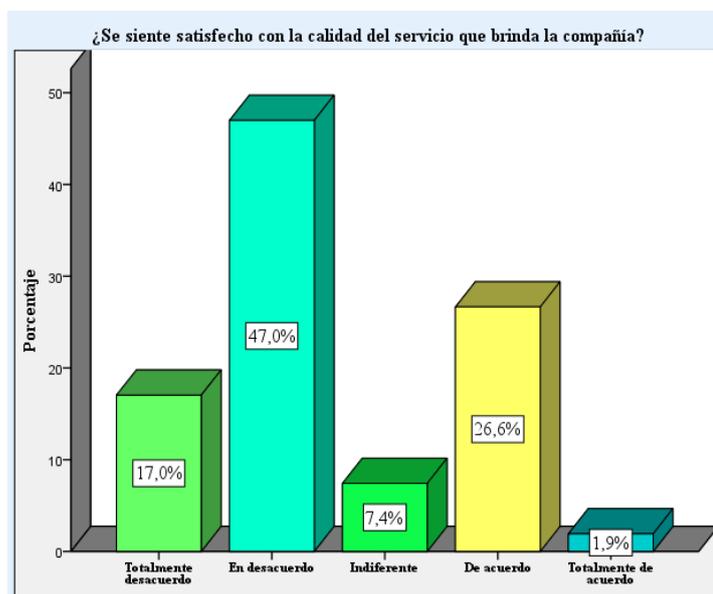
Tabla 16: Satisfacción de la calidad del servicio brindado.

¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	62	17,0%	17,0%
	En desacuerdo	171	47,0%	64,0%
	Indiferente	27	7,4%	71,4%
	De acuerdo	97	26,6%	98,1%
	Totalmente de acuerdo	7	1,9%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 13: Satisfacción de la calidad del servicio brindado.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gran parte de los encuestados manifestó no estar satisfecho con la calidad del servicio ofrecido por la compañía, ya que indicaron que se deben mejorar ciertos aspectos tales como atención al usuario, adecuación de las unidades y adquisición de nuevos buses.

3.4.14 ¿El personal de la compañía (Los choferes y ayudantes) son responsables con el trabajo que realizan?

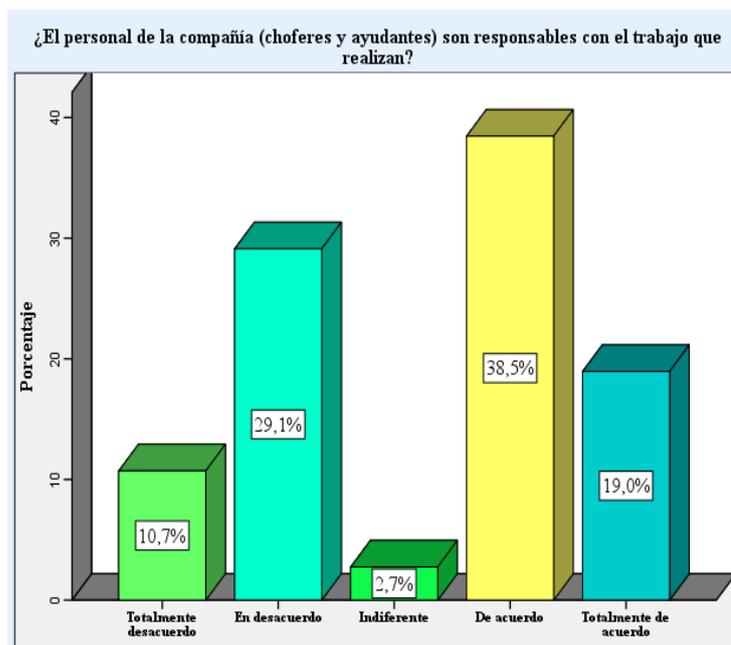
Tabla 17: Responsabilidad en el trabajo.

¿El personal de la compañía son responsables con el trabajo que realizan?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	39	10,7%	10,7%
	En desacuerdo	106	29,1%	39,8%
	Indiferente	10	2,7%	42,6%
	De acuerdo	140	38,5%	81,0%
	Totalmente de acuerdo	69	19,0%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 14: Responsabilidad en el trabajo.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Los usuarios encuestados afirmaron que los colaboradores son responsables con el trabajo que realizan, en contraste a un menor porcentaje quienes indicaron que deben ser algo más cuidadoso en su lugar de trabajo.

3.4.15 ¿Los choferes y ayudantes poseen los conocimientos suficientes para brindar un buen servicio a los usuarios?

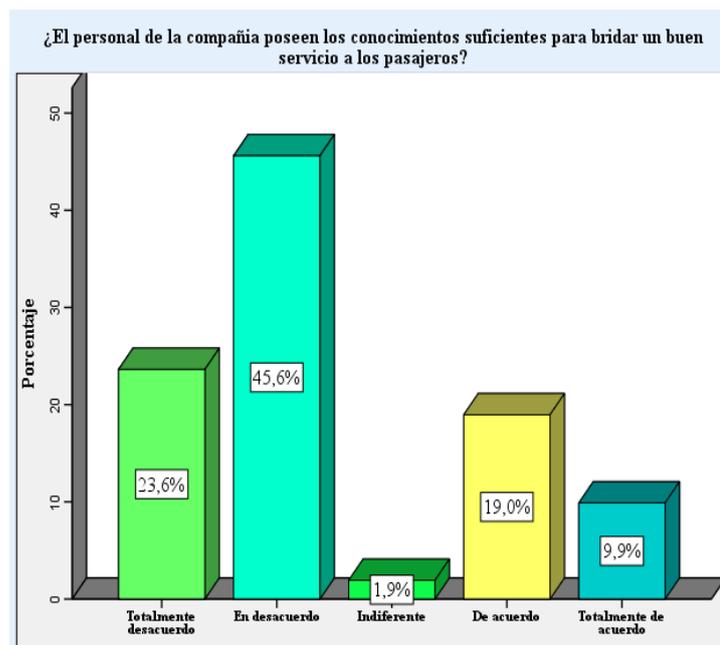
Tabla 18: Conocimientos para brindar un buen servicio.

¿El personal de la compañía poseen los conocimientos suficientes para brindar un buen servicio a los pasajeros?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	86	23,6%	23,6%
	En desacuerdo	166	45,6%	69,2%
	Indiferente	7	1,9%	71,2%
	De acuerdo	69	19,0%	90,1%
	Totalmente de acuerdo	36	9,9%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 15: Conocimientos para brindar un buen servicio.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Del total de los encuestados, la mayoría indicó que los choferes y ayudantes de las unidades de transporte no poseen los conocimientos adecuados para brindar un buen servicio a los usuarios.

3.4.16 ¿Considera que el personal está capacitado para brindar una buena atención en el servicio?

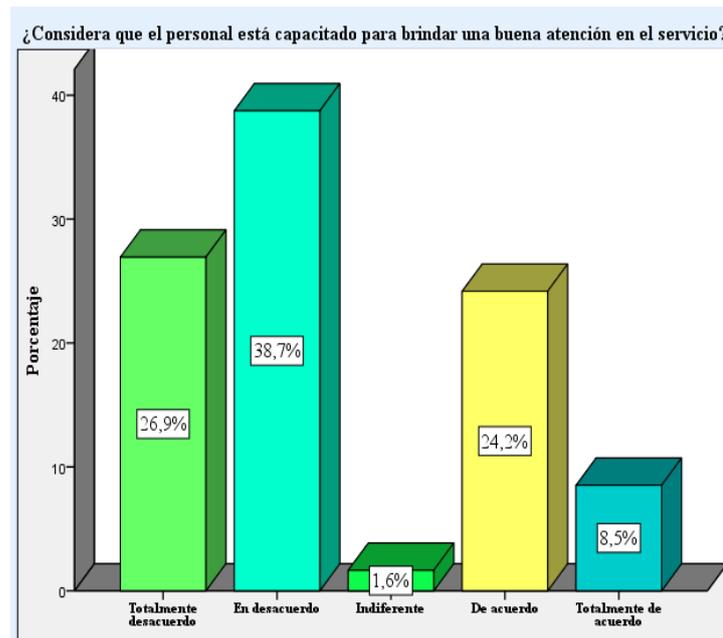
Tabla 19: Personal capacitado.

¿Considera que el personal está capacitado para brindar una buena atención en el servicio?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente desacuerdo	98	26,9%	26,9%
	En desacuerdo	141	38,7%	65,7%
	Indiferente	6	1,6%	67,3%
	De acuerdo	88	24,2%	91,5%
	Totalmente de acuerdo	31	8,5%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 16: Personal capacitado.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Un número significativo de encuestados respondió que parte de los colaboradores de la compañía no están totalmente capacitados para brindar un servicio de calidad, indicando que se deben tomar acciones de mejora para el servicio.

3.4.17 ¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?

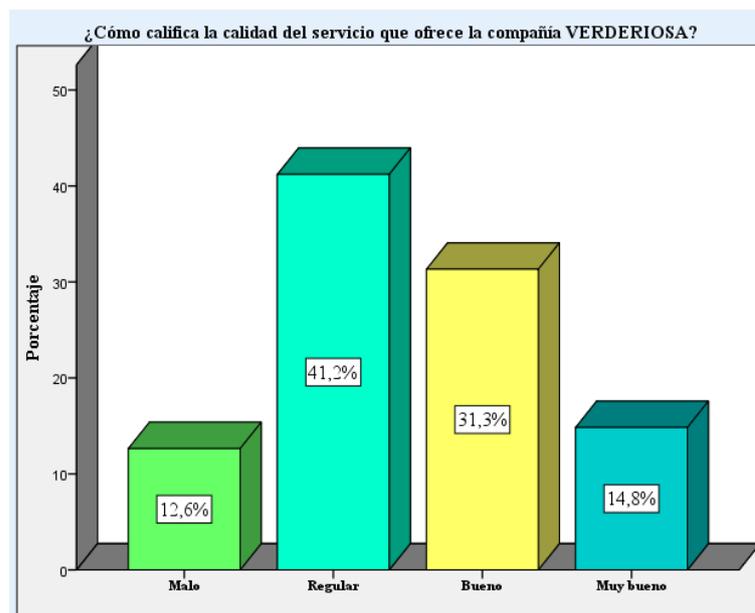
Tabla 20: Calidad del servicio ofrecido.

¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	46	12,6%	12,6%
	Regular	150	41,2%	53,8%
	Bueno	114	31,3%	85,2%
	Muy bueno	54	14,8%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 17: Calidad del servicio ofrecido.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

La mayor parte de los encuestados considera que la calidad del servicio brindado por la compañía de transporte es regular, pero que puede mejorar si aplican las estrategias adecuadas, mientras que sí existe un porcentaje que le agrada el servicio puesto que es el único que les permite llegar a su lugar de trabajo.

3.4.18 ¿Cómo valora el servicio que presta la compañía en cuanto a calidad de servicio?

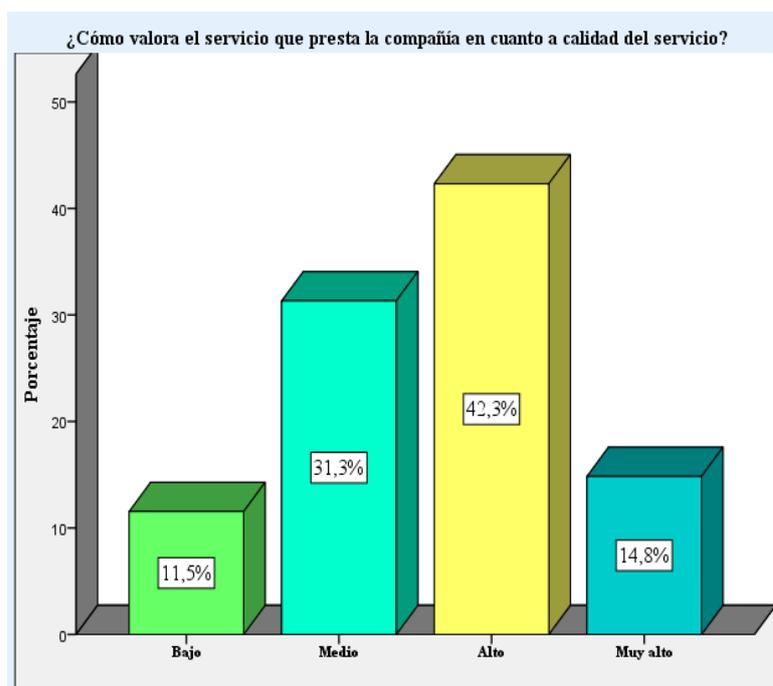
Tabla 21: Valoración del servicio prestado.

¿Cómo valora el servicio que presta la compañía en cuanto a calidad del servicio?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	42	11,5%	11,5%
	Medio	114	31,3%	42,9%
	Alto	154	42,3%	85,2%
	Muy alto	54	14,8%	100%
	Total	364	100%	

Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

Gráfico 18: Valoración del servicio prestado.



Fuente: usuarios de la compañía VERDERIOSA.

Elaborado por: González G. Oswaldo

En cuanto a calidad del servicio, la mayor parte de los encuestados dio una alta valoración a la compañía de transporte, sin embargo, hay un pequeño número de usuarios que manifestaron que la calidad del servicio brindado es media – baja.

3.5. Limitaciones.

En el desarrollo del trabajo de la investigación se presentaron algunas limitaciones que no permitieron llevar a cabo en la totalidad lo establecido.

Por ser una población grande y la falta de presupuesto no se realizó la encuesta a toda la población de los clientes de la compañía debido a que para realizar la encuesta se necesitaba de tiempo y recursos económicos, por lo tanto, solo se realizó en esta ocasión una pequeña parte de la encuesta en la investigación.

En el tema de la observación se realizó, pero se necesita un mayor periodo de tiempo, para seguir descubriendo falencias de la compañía, al seguir realizando la observación de campo se encontrarán otras debilidades que no se logró evidenciar con precisión en corto tiempo.

La limitación que se presentaría podría ser la fidelidad y veracidad de los datos que se recolectan, por tratarse de un trabajo que no están incluido toda población en lo referente al tema.

La poca información que las empresas brindan con respecto a la organización en su administración interna, además, a las personas que se le realizó las entrevistas eran personas sumamente ocupadas para poder tratar de entablar la entrevista, se tomó gran parte de tiempo en coordinar y organizar en qué momento se realizaría la entrevista, por lo que cabe resaltar no fue a toda la población prevista en la investigación.

3.6. Resultados.

Luego de haber aplicado los instrumentos de recolección de datos y su respectiva tabulación y análisis, se destaca la siguiente información:

En cuanto a la observación se resalta:

- ✓ Las unidades de transporte no son las adecuadas para la afluencia de usuarios en los ciertos horarios, no cuentan con un control para el comercio informal dentro de las mismas.
- ✓ No existe un trato cordial completo de parte de choferes y oficial hacia los usuarios respectivamente, y el tiempo de espera de cada bus puede prolongarse generando incomodidad ya que no hay un lugar cómodo para la espera.
- ✓ Se evidencia la escasa capacitación de los colaboradores, choferes y ayudantes de la compañía de transporte en cuanto al servicio que se ofrece.

En las entrevistas se destaca lo siguiente:

- ✓ Los trabajadores llevan varios años laborando en la compañía y se reconocen los beneficios contemplados en la ley.
- ✓ Los colaboradores indican brindar un servicio de calidad, contando con la seguridad necesaria en el lugar de trabajo, los choferes no poseen título profesional académico, pero cuentan con la experiencia necesaria, todo esto buscando la satisfacción del cliente.

✓ El personal recibe capacitaciones, aunque estas no son recurrentes, pero se busca implementar para mejorar el servicio.

✓ Las unidades de transporte cuentan con itinerarios en los que controlan la hora de salida y retorno de las unidades, llevando a los usuarios desde las comunidades hasta el terminal terrestre Sumpa.

En cuanto a la encuesta se destaca:

✓ Los usuarios utilizan este medio de transporte a diario para llegar a su lugar de trabajo, realizar compras, estudio o paseo.

✓ Se manifiesta la falta de cortesía en cuanto a reclamos por parte de los usuarios, aunque se llegan a solucionar las peticiones éstas deben ser de forma insistente, evidenciando problemas de comunicación entre usuarios y colaboradores.

✓ De igual forma, los usuarios indican la falta de seguridad y en ocasiones falta de aseo en las unidades de transporte, ya que también comentan que estas unidades deben ser reemplazadas por nuevas.

✓ El tiempo de rotación de los buses no satisface las necesidades de los usuarios, se resalta la falta de conocimientos adecuados para ofrecer un buen servicio y la falta de capacitación en temas de servicio para los colaboradores de la compañía de transporte, lo cual podría mejorar la calidad del servicio que ofrecen.

3.7. Comprobación De Hipótesis.

La hipótesis que se verifica es: La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “Verderiosa”, comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.

3.8. Métodos estadísticos.

Para la verificación de la hipótesis de este trabajo investigativo, al igual que la correlación de las variables se empleó la técnica del Chi-Cuadrado, para lo cual se escoge como referencia dos preguntas importantes de la encuesta, las mismas que proceden de la variable independiente y dependiente, respectivamente:

Hipótesis nula:

H_0 : La calidad de servicio no incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “Verderiosa”, comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.

Hipótesis alternativa o de investigación:

H_1 : La calidad de servicio sí incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “Verderiosa”, comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.

3.9. Determinación del nivel de significancia

Para este trabajo de investigación se consideró un nivel de confianza de 0,95 (95%), provocando un nivel de riesgo del 0,05 (5%).

3.10. Tabla de contingencia.

Para determinar la correlación de las variables y establecer el valor del estadístico Chi-Cuadrado para comprobar la hipótesis, se muestra la tabla de contingencia, donde se utiliza datos de la encuesta realizada a la ciudadanía que hace uso del servicio que brinda la compañía “Verderiosa”, de la comuna Río Verde, tomando como referencia a las preguntas:

Pregunta N°10 **¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?**

Y la pregunta

Pregunta N°14 **¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?**

A continuación, se resume el procesamiento de casos válidos y excluidos, con una escala del 100%.

Tabla 22: Resumen del procesamiento de los casos.

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?	364	100,0%	0	0,0%	364	100,0%
¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?						

Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA

Elaborado por: González G. Oswaldo

Tabla 23: Tabla de contingencia con frecuencias observadas y esperadas.

Tabla de contingencia ¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA? * ¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?

			¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?					Total
			Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?	Malo	Recuento	12	23	1	10	0	46
		Frecuencia esperada	7,8	21,6	3,4	12,3	,9	46,0
	Regular	Recuento	32	75	13	25	5	150
		Frecuencia esperada	25,5	70,5	11,1	40,0	2,9	150,0
	Bueno	Recuento	11	53	7	41	2	114
		Frecuencia esperada	19,4	53,6	8,5	30,4	2,2	114,0
	Muy bueno	Recuento	7	20	6	21	0	54
		Frecuencia esperada	9,2	25,4	4,0	14,4	1,0	54,0
	TOTAL	Recuento	62	171	27	97	7	364
		Frecuencia esperada	62,0	171,0	27,0	97,0	7,0	364,0

Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA

Elaborado por: González G. Oswaldo

Tabla 24: Pruebas de Chi-Cuadrado.

Pruebas de chi-cuadrado

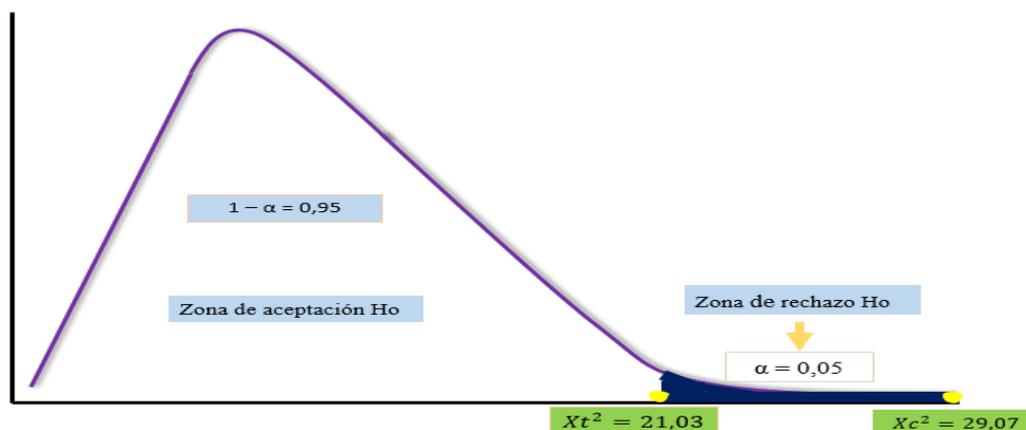
	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,069 ^a	12	,004
Razón de verosimilitudes	31,769	12	,002
Asociación lineal por lineal	13,545	1	,000
N de casos válidos	364		

a. 6 casillas (30,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,88.

Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA
Elaborado por: González G. Oswaldo

Con la prueba del Chi-Cuadrado de Pearson, se puede constatar que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa ya que la significancia asintótica bilateral tiene una frecuencia esperada inferior a 5, con 12 grados de libertad (gl) y un valor de 29,069, por lo que, sí existe relación demostrativa entre las variables de estudio, en otras palabras, la calidad de servicio sí incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “Verderiosa”, comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia Santa Elena.

Gráfico 19: Representación grafica del Chi-Cuadrado.



Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA
Elaborado por: González G. Oswaldo

CONCLUSIONES.

- Los resultados obtenidos en la presente investigación realizada a la compañía de transporte “VERDERIOSA” con respecto a las estrategias de servicio que utilizan para atender a los usuarios, los datos recolectados reflejan que los clientes consideran, que la atención brindada en este medio de transporte no les satisface, por lo que es necesario realizar un análisis de las estrategias de calidad para mejorar la prestación de este servicio, de tal manera que el usuario se sienta satisfecho de viajar en este transporte.
- El personal de la compañía posee limitados conocimientos sobre los conceptos de atención al cliente o a los usuarios, por lo que se buscó la opinión de diversos autores para que la compañía de transporte “VERDERIOSA” pueda aplicarlos en el servicio que ofrece a la comunidad, consiguiendo diferenciarse de la competencia y así mejorar la calidad para lograr la satisfacción de los usuarios.
- Para diagnosticar la satisfacción de los usuarios que utilizan el servicio que brinda la compañía “VERDERIOSA”, fue necesario la aplicación de varios instrumentos de recolección de datos que permitieron obtener resultados desfavorables para la compañía porque los clientes manifestaron que no se cumple con las expectativas con este servicio.
- La escasa implementación de estrategias de calidad de servicio en la compañía de transporte “VERDERIOSA”, inciden notablemente de manera negativa en los usuarios, por lo que la compañía no logra la satisfacción de los mismos con el servicio que están brindando a la comunidad.

RECOMENDACIONES

- La compañía de transporte “VERDERIOSA” debe tener en cuenta que los resultados obtenidos no son favorables, por este motivo se debe implementar estrategias de atención al cliente que le permita a la compañía brindar un servicio de calidad, para que el usuario se sienta satisfecho del servicio ofrecido por parte de la compañía.

- Es necesario que la compañía tenga en claro que la atención al usuario es un tema de suma importancia que ayudará a la institución a que se diferencie de las demás, por esta razón es necesario investigar toda la información adecuada sobre la atención al cliente para aplicarla, realizar cursos online y así satisfacer las necesidades del cliente.

- Según los resultados obtenidos, se debe tomar en cuenta la capacitación hacia los colaboradores de la compañía con temas de estrategias de calidad de servicio, para poder contar con personal sumamente capacitado y capaz de brindar un servicio diferente de las demás compañías.

- De tal manera que no incida de manera negativa la escasa implementación de estrategias de calidad de servicio dentro de la compañía, los dirigentes deben considerar las sugerencias implementadas en este trabajo para mejorar la calidad de su servicio y que los usuarios se sienten a gusto por optar los servicios de esta compañía.

Bibliografía

- Allez, M. (2012). Dirección de Estrategias de Recursos Humanos Gestión por Competencia . Monte Video- uruguay: Editorial Granica.
- Alonso, M. (2013). El Manual de la Estrategia. Barcelona: Gestión 2000.
- Álvarez , Y. M. (2015). Gestión de los costos de calidad. EAE.
- Arbos, L. (2014). Gestion de la calidad total. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Armstrong, P. (2015). Satisfacción al cliente. México.
- Aymar, J. D. (2014). Gestión de Calidad en el Retail. Canarias -España: Pirámide.
- Cadena-Santana, J. (2016). La administración del talento humano en las empresas del sector público. Ecuador. Dominio de las Ciencias, 2(4), 448-460.
- Carrasco, S. (2014). Procesos de Gestión de Calidad en Hotelería y Turismo. España: Parainfo S.A.
- Causo, R. P. (2015). La Comunicación y la Calidad del Servicio en la Atención al Cliente. España: Ideaspropias.
- Gárces, W. G. (2014). Evaluación de la calidad del servicio y atencion. España: Iberoamericana.
- García, M. (2015). la gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de transporte de pasajeros Flota Bolívar. Tesis, Quevedo -Ecuador.

- Guillen, C. M. (2013). *La Gestión Empresarial Equilibrando Objetivos y Valores*. Madrid: Días de Santo.
- Junquera, B., & Fernández, E. (2013). *Iniciación a los Recursos Humanos*. España: Ediciones Septem.
- Larrea, P. (2015). *Calidad de Servicio: Del Marketing a la Estrategia*. Díaz de Santos.
- Maldonado, E. (2016). *Control Interno para Administradores Principiantes*. México D.F.
- Martines Guillén, C. (2016). *Calidad Total y Marketing*. Madrid, España: Díaz del Santo.
- Martínez, J., & Campiña, G. (2013). *Empresa y administración*. Madrid : Editex .S.A.
- Moreira, T. R. (2013). *El servicio al cliente y su incidencia en el volumen de ventas de la empresa textil "Paredzur" de la ciudad de pelileo*. Tesis, La Maná - Ecuador. Recuperado el Octubre de 2017
- Moreno, P. (2015). *Fundamentos de Control iInterno*. México D.F: IMPC A.C.
- Moya, M. V. (2016). *Estrategia: calidad de servicio*. Logiste.
- PAZ, R. (2016). *Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente (Vol. 1ed.)*. España.

- Pérez, G. A. (2011). la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transporte Flota Pelileo. Tesis, Ambato-Ecuador.
- Prada, M., & Tascón, M. (2017). El gestor deportivo en la organización del deporte de la sociedad actual (Vol. 2da. Edición). España: WANCEULEN S.L.
- Reyes, A. (2017). Administración de Empresas Teórica y Práctica (1era ed.). México: Limusa.
- Reynoso, J. (2014). Administración de servicios; Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos (1 ed ed.). México.
- Rocha A. Sergio. (2013). Factores de la calidad de servicio que determinan la satisfacción del cliente en un centro de atención técnica remota. México.
- Setó, D. (2015). De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente. Madrid-España: ESIC.
- Thomas, B. (2015). Cómo gerenciar la transformación hacia la Calidad Total. Colombia: ditorial McGraw- Hill.
- Thomson, I. (2016). Impacto de las tendencias sociales, económicas y tecnológicas sobre el transporte público: investigación preliminar en ciudades de América latina. Santiago de Chile: Cepal.
- Vargas, M. E., & Aldana, L. (2014). Calidad y servicio, concepto y herramientas. Bogota- Colombia: ECOE Ediciones.

Zeithaml, V. (2015). Marketing de servicios; un enfoque de integración del cliente a la empresa (2 ed ed.). México.

Webgrafía

Agencia Nacional de Tránsito. (2014). Ley organica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial. Quito.

Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Ley de Compañías. (1999). Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Ley Organica de Transporte. (s.f.). Obtenido de <http://www.derecho-ambiental.org:http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Transporte-Terrestre-Tránsito-Seguridad-Vial>

LOEPS. (2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Obtenido de http://www.seps.gob.ec/interna-npe?760_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf

Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2205. (2010). Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Obtenido de

<https://www.ant.gob.ec/index.php/regulacion/normas-y-reglamentos-inen/seguridad/file/167-norma-tecnica-ecuatoriana-nte-inen-2-205-2010>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2017- 2021). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Transporte Terrestre y Seguridad Vial. (Enero de 2015). Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/>: <http://www.ant.gob.ec/index.php/ant/base-legal/ley-organica-reformatoria-a-la-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial>

ANEXOS

Anexo N°1: Matriz de consistencia.

Tema	Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>La Calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Compañía “VERDERIOSA” comuna Rio Verde, cantón Sana Elena, Provincia Santa Elena.</p>	<p>Formulación del problema</p> <p>¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de sus usuarios la compañía de transporte “VERDERIOSA” de la Comunidad Rio Verde cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?</p> <p>Sistematización del problema</p> <p>- ¿Cuáles son los motivos de que exista una deficiencia en la calidad del servicio de la Compañía “VERDERIOSA”?</p> <p>- ¿Cuál sería el método adecuado para realizar un diagnóstico y brindar las opciones de solución que podrían mejorar la satisfacción de los usuarios?</p> <p>- ¿Cuáles serán las estrategias pertinentes a la calidad del servicio que pueden ayudar a mejorar la satisfacción en los usuarios de la Compañía?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las estrategias de calidad del servicio mediante un análisis con la finalidad de mejorar la satisfacción de los usuarios de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA”.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Fundamentar teóricamente en qué manera la calidad del servicio permite mejorar la atención a los usuarios de la compañía.</p> <p>Diagnosticar la satisfacción de los usuarios de la compañía “VERDERIOSA” mediante metodologías apropiadas</p> <p>Determinar la incidencia de la estrategia de calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Compañía de Transporte “VERDERIOSA”</p>	<p>La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “VERDERIOSA”, comuna rio verde, cantón Sana Elena, provincia Santa Elena.</p>	<p>Variable independiente.</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Variable dependiente.</p> <p>Satisfacción de los usuarios.</p>	<p>Trato recibido.</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Relaciones y seguridad</p> <p>Competencias personales</p> <p>Confianza en el servicio</p> <p>Capacidad de respuesta</p>	<p>Trato del personal</p> <p>Amabilidad</p> <p>Estrategias.</p> <p>Aceptación del servicio</p> <p>Comunicación</p> <p>Seguridad.</p> <p>Satisfacción</p> <p>Cortesía</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Valoración del servicio.</p> <p>Buen servicio</p> <p>Percepción</p>

Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA

Elaborado por: Carlos González Galdea

Anexo N°2. Matriz de operacionalización de variables – independiente.

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem
La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía “VERDERIOSA”, comuna rio verde, cantón Sana Elena, provincia Santa Elena.	<p>Variable independiente.</p> <p>Calidad del servicio</p>	Es aquel grado en el que el servicio ofrecido satisface las necesidades o expectativas del consumidor y si es necesario excederlos, lo cual implica que los dirigentes de las empresas hagan las cosas necesariamente bien y a la primera, siempre con actitud positiva y espíritu de servicio.	<p>Trato recibido.</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Relaciones y seguridad</p>	<p>Trato del personal</p> <p>Amabilidad</p> <p>Estrategias.</p> <p>Aceptación del servicio</p> <p>Comunicación</p> <p>Seguridad</p>	<p>¿Los colaboradores y ayudantes, responden de manera adecuada a los pasajeros y usuarios, a sus preguntas o interrogantes?</p> <p>¿El personal de la compañía de transporte muestra cortesía y amabilidad al pasajeros o usuario cuando expresa algún reclamo?</p> <p>¿La implementación de estrategias (capacitación, buena atención) mejoraría la calidad del servicio?</p> <p>¿Cuándo surge un problema, los choferes y ayudantes tienen interés en atenderlo y solucionarlo?</p> <p>¿La compañía, los choferes y ayudantes tienen buena comunicación con los pasajeros y usuario?</p> <p>¿Los colaboradores de los buses le brindan seguridad en el transcurso del viaje y al momento de subir y bajar de los buses?</p>

Fuente: Usuarios de la compañía VERDERIOSA

Elaborado por: Carlos González Galdea

Anexo N°4: Encuesta.



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

Encuesta dirigida a los usuarios de la compañía “VERDERIOSA”.

Objetivo:

Determinar las estrategias de la calidad del servicio mediante un análisis con la finalidad de mejorar la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte VERDERIOSA

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 viaja:

Trabajo Estudios Paseo Compras otros

¿Cuál es su frecuencia de viaje?

Diario Semanal Quincenal Mensual

Utilice la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ASPECTOS	1	2	3	4	5
V. I. La calidad del servicio (X)						
1	¿Los colaboradores y ayudantes, responden de manera adecuada a los pasajeros y usuarios, a sus preguntas o interrogantes?					
2	¿El personal de la compañía de transporte muestra cortesía y amabilidad al pasajeros o usuario cuando expresa algún reclamo?					
3	¿Cuándo surge un problema, los choferes y ayudantes tienen interés en atenderlo y solucionarlo?					
4	¿La compañía, los choferes y ayudantes tienen buena comunicación con los pasajeros y usuario?					

5	¿Los colaboradores de los buses le brindan seguridad en el transcurso del viaje y al momento de subir y bajar de los buses?					
6	¿La implementación de estrategias (capacitación, buena atención) mejoraría la calidad del servicio?					
VARIABLE DEPENDIENTE (Y)						
7	¿Cuándo usa el transporte de la compañía, observa que los buses están limpios?					
8	¿El tiempo de salida y rotación de cada uno de las líneas de los buses es acorde a su requerimiento?					
9	¿Los buses de la compañía son las adecuadas (unidades nuevas, espacio acorde) para brindar un buen servicio?					
10	¿Se siente satisfecho con la calidad del servicio que brinda la compañía?					
11	¿El personal de la compañía (Los choferes y ayudantes) son responsables con el trabajo que realizan?					
12	¿Los choferes y ayudantes poseen los conocimientos suficientes para brindar un buen servicio a los usuarios?					
13	¿Considera que el personal está capacitado para brindar una buena atención en el servicio?					

14.- ¿Cómo califica la calidad del servicio que ofrece la compañía VERDERIOSA?

5: muy bueno 4: bueno 3: regular 2: malo

1: muy malo

15.- ¿Cómo valora el servicio que presta la compañía en cuanto a calidad de servicio?

5: Muy Alto 4: alto 3: medio 2: bajo

1: muy bajo

Muchas gracias por su colaboración

Anexo N°5: Ficha de observación.



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

Ficha de Observación

Calidad del Servicio y la satisfacción de los clientes en la Compañía de transporte “VERDERIOSA” de la comunidad Rio Verde, Cantón Sana Elena, provincia Santa Elena.

Lugar de observación: Cantón Santa Elena

Fecha de la observación: 29, septiembre, 2018

Objetivo de estudio: Identificar como es el servicio que brinda al usuario la compañía VERDERIOSA, por parte de los choferes y colaboradores de buses.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Aspectos	1	2	3	4	5
Tiempo de frecuencia acorde a lo requerido por el usuario.					
Adecuado trato por parte de los choferes hacia los usuarios.					
El servicio que prestan las unidades de la cooperativa es seguro (frente a la delincuencia)					
El tiempo estimado, que la ruta hace su recorrido es el establecido (cada parada del bus).					
Ventajas frente a otras las unidades de buses de otras compañías.					
Las unidades de los buses son adecuadas para brindar un servicio de calidad.					
Los colaboradores tienen el conocimiento suficiente para brindar buen servicio					

Anexo N°6: Entrevista al personal Administrativos.



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

ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVOS

Objetivo: Recabar información relevante relacionada con la calidad de los servicios de transporte que brinda la Compañía VERDERIOSA.

Le solicito de la mejor manera me ayude respondiendo las siguientes preguntas.

CARGO: _____

1 ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la compañía?

2. ¿Qué beneficios la Compañía brinda a los trabajadores?

3. ¿Cuenta con la seguridad necesaria en su lugar de trabajo?

4. ¿Cómo considera la calidad de los servicios de los buses que se brindan la compañía?

5. ¿La compañía presenta deficiencias en los buses al momento de brindar el servicio?

6. ¿Considera que el servicio otorgado es, seguro y cumple con los objetivos establecidas?

7. ¿Cada que tiempo reciben capacitaciones o cursos sobre temas relacionados al servicio que ustedes brindan?

8.-¿Cuáles son las quejas más recurrentes que presentan los usuarios?

9.- ¿La compañía de transporte planifica capacitaciones para el personal?

10. - ¿Considera que la calidad del servicio que presta la compañía satisface necesidades de los usuarios?

11. ¿Cuáles serían las recomendaciones que usted considera, debe mejorar la compañía para brindar un mejor servicio?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo N°7: Entrevista a los choferes.



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

ENTREVISTA A LOS CHOFERES

Objetivos: Recabar información relevante relacionada con la calidad de los servicios de transporte que brinda la Compañía VERDERIOSA.

Entrevista aplicada a colaboradores de la compañía de transporte de buses VERDERIOSA

Le solicito de la mejor manera me ayude respondiendo las siguientes preguntas.

1. ¿Cuántos pasajeros promedio al día se movilizan en su bus?

2. ¿Qué beneficios brinda la Compañía a los usuarios (unidades de buses) al momento de utilizar el servicio de transporte?

3. ¿Considera que el servicio otorgado es, seguro, y cumple con las frecuencias establecidas?

4. ¿Cómo considera la calidad de los servicios de los buses que se brindan la compañía?

5. ¿Cuáles son las debilidades que tiene la compañía en los buses al momento de brindar el servicio?

6. ¿Cada que tiempo reciben capacitaciones o cursos sobre temas relacionados al servicio que ustedes brindan?

7. ¿Qué haría usted para que el usuario se encuentre satisfecho a la hora de hacer uso del transporte?

8. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted considera debe mejorar la compañía para brindar un mejor servicio?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo N°8: Distributivo de recintos electorales.



DIRECCIÓN NACIONAL DE REGISTRO ELECTORAL

DISTRIBUTIVO DE RECINTOS ELECTORALES

PROVINCIA: SANTA ELENA

PROVINCIA	CANTON	COMUNA	ZONA	ELECTORES
SANTA ELENA	SANTA ELENA	ATAHUALPA		2503
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	CHANDUY	8104
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	ZAPOTAL	2300
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	BAJADA DE CHANDUY	783
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	TUGADUAJA / ENGUNGA	1197
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	BUENOS AIRES	300
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	OLMEDO	480
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	SAN RAFAEL	3018
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	SUCRE	300
SANTA ELENA	SANTA ELENA	CHANDUY	VILLINGOTA	240
SANTA ELENA	SANTA ELENA	SANTA ELENA	EL AZUCAR	500
SANTA ELENA	SANTA ELENA	SANTA ELENA	RIO VERDE	3000
SANTA ELENA	SANTA ELENA	SANTA ELENA	BUENA FUENTE	680
COMUNIDADES DE SANTA ELENA				

Anexo N°9: Galería de fotos.

Galería de fotos.



Boletería en el terminal SUMPA, la compañía VERDERIOSA

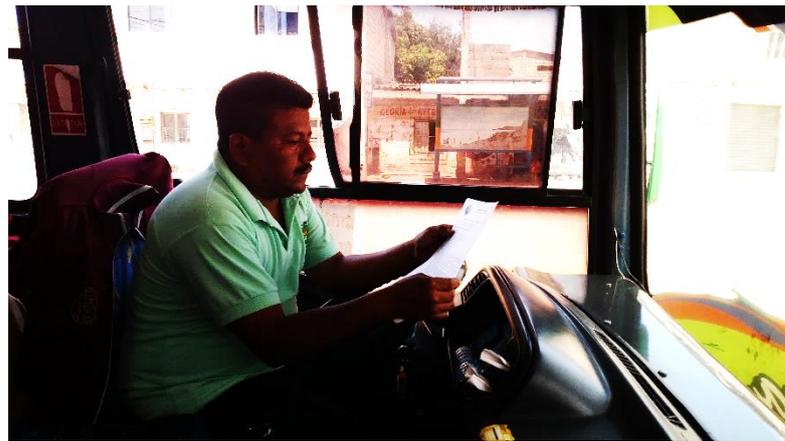


Bus de la compañía VERDERIOSA

Entrevista



Socio y chofer de la compañía en la entrevista



Socio de la compañía en la entrevista

Encuestas



Encuesta realizada a usuario



Encuesta realizada a usuario

Anexo N°10: Los Materiales.

Entre los principales materiales utilizados en el trabajo de investigación se describen:

- Equipo de cómputo
- Impresora
- Instrumento de entrevista
- Cuestionario de encuesta
- Energía eléctrica
- Internet
- Hojas de papel
- Lápices y Esferos
- Grapadora y Perforadora
- Clips y Grapas
- Borrador, entre otros.

Anexo N°11: Carta Aval



CIA. DE TRANSPORTE INTRA PROVINCIAL RIO VERDE S.A.
"VERDERIOSA"
CREADA EL 06-11-12
R.U.C. 0992789673001
COMUNA RIO VERDE-S.TA. ELENA-S.TA. ELENA

Santa Elena, 05 de julio del 2018

CARTA AVAL

En consideración al pedido del Sr OSWALDO CARLOS GONZÁLEZ GALDEA con C.I. 0927838532, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, y una vez analizado la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema **"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS, EN LA COMPAÑIA "VERDERIOSA COMUNIDAD RIO VERDE, CANTON SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA AÑO 2017,** procede a la aprobación de la solicitud, comprometiéndose a brindar la apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo respectivo tema de investigación.

Atentamente,




Prog. Sist. Eder Ramírez R.
GERENTE GENERAL
C.I.: 0922557293
CEL.L.: 0999743253
e-mail: efabito@hotmail.com

Comuna Río Verde-Santa Elena-Provincia Santa Elena
verderiosa@hotmail.com
Teléfono de oficina: CLARO: 0982575896 – MOVISTAR: 0992929751