



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

TEMA:

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN
DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO
DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTOR:

DARWIN GUSTAVO SANDOVAL CATUTO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019



TEMA:

CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.

AUTOR:

Darwin Gustavo Sandoval Catuto

TUTOR:

Ing. José Adrián Valencia Medranda, MBA

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el grado de satisfacción de los usuarios basándonos en el diagnóstico de la calidad de servicio que posee la compañía Salisel para la ejecución del transporte urbano en el cantón La Libertad, de acuerdo a los resultados se evidenció que la compañía dispone de un servicio que carece de características de eficacia por lo que ocasiona un bajo grado de satisfacción en sus usuarios debido a la ausencia de estrategias necesarias para generar calidad de servicio a lo que se consideró proponer estrategias de calidad de servicio en la compañía para generar la satisfacción del usuario. Para la realización de la investigación se consideró revisar fundamentos teóricos que fueron analizados debidamente para extraer criterios y definiciones que contribuyeron a la investigación respectiva. Así mismo para realizar el análisis de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel se utilizó las investigaciones metodológicas de tipo descriptiva, correlacional y exploratoria que a su vez se consideró utilizar las diferentes técnicas de recolección de información como las entrevistas, cuestionarios y fichas de observación con los enfoques cualitativos y cuantitativos, que aportaron a obtener información para la interpretación adecuada del problema de investigación.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción de los usuarios, estrategias, transporte urbano



TEMA:

CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017.

AUTOR:

Darwin Gustavo Sandoval Catuto

TUTOR:

Ing. José Adrián Valencia Medranda, MBA

Abstract

This research work aims to analyse the degree of satisfaction of users based on the diagnosis of the quality of service provided by the transport company, Salisel, for the implementation of urban transport in the canton of La Libertad, for the implementation of Urban transport. According to the results, it has been evidenced that the company has a service that lacks efficient features. However, it causes a low degree of satisfaction in its users due to the absence of necessary strategies to generate quality services to what is actually considered to propose quality service strategies in the company to generate user satisfaction. For the realization of the investigation, I have taken into consideration to review theoretical foundations that were analysed properly to extract criteria and definitions that contributed to the respective investigation. Likewise, to carry out the analysis of the quality of service and the satisfaction of the users of the Salisel transport company, the types of methodological investigations applied here are descriptive, correlational and exploratory respectively. At the same time, it has been taken into consideration to use different information gathering techniques such as interviews, questionnaires and observation cards with qualitative and quantitative approaches, which contributed to obtain information for the adequate interpretation of the research problem.

Keywords: Quality of Service, User Satisfaction, Strategies, Urban Transport

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

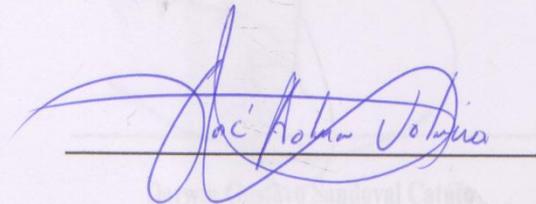
El presente Trabajo de Titulación con el título de "CALIDAD DE SERVICIO

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, "CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017", elaborado por el Sr. DARWIN GUSTAVO SANDOVAL CATUTO, egresado de la carrera de Administración de Empresas, Facultad 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 científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será permitida en cualquier instancia.

Atentamente,

Atentamente



Ing. José Adrián Valencia Medranda, MBA

PROFESOR GUÍA

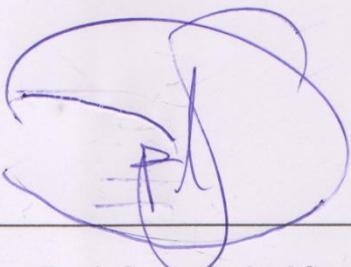
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el título de **“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **Sandoval Catuto Darwin Gustavo** declara la concepción, análisis y resultados originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos de autores

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

Atentamente,



Darwin Gustavo Sandoval Catuto

C.I. 2400209389

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por otorgarme cada día la oportunidad de seguir trabajando por este propósito tan anhelado que quería lograr, a nuestras familias, y en especial a mis padres por la comprensión y apoyo brindado durante todo el proceso profesional.

Un agradecimiento al Ing. José Valencia tutor de mi trabajo de titulación, por sus consejos y conocimientos compartidos durante el desarrollo del trabajo.

Y a mis amigos agradezco su amistad que me brindaron durante estos años fuera y dentro de las aulas de clases.

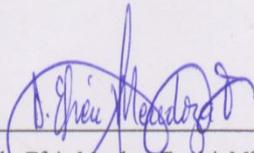
Darwin Gustavo

DEDICATORIA

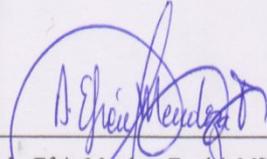
Dedico este trabajo a mis padres Gustavo Sandoval Santiana y Clara Catuto Catuto por el gran apoyo y desinteresado apoyo que me ofrecieron desde el primer día, durante el proceso y el final del mismo, a mi Abuela Agueda Santiana por haberme cuidado y enseñado valores y conocimientos únicos durante mi etapa de niñez y adolescencia, y en general a toda mi familia por haber estado pendiente y ofrecer su apoyo durante esta etapa tan larga de preparación profesional, todos los mencionados han sido la fortaleza para poder culminar mis estudios. A mis docentes, compañeros y amigos que han sido el apoyo y guía en mi periodo de estudio universitario.

Darwin Gustavo

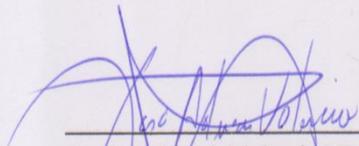
TRIBUNAL DE GRADO



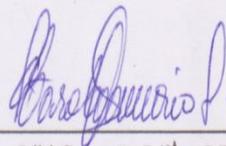
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DECANO (E) DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINSTRATIVAS.



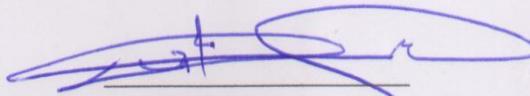
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



Ing. José Valencia Medranda, MBA
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINSTRATIVAS



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



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

CONTENIDO

Resumen	i
Abstract.....	ii
TRIBUNAL DE GRADO	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1 Revisión literaria.	8
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.	12
1.2.1 Calidad de servicios.	12
1.2.1.1 Calidad.	14
1.2.1.2 Servicio.	14
1.2.1.3 Elementos tangibles.....	15
1.2.1.3.1 Estado físico de buses.....	15
1.2.1.3.2 Accesibilidad.....	16
1.2.1.4 Capacidad de respuesta.	17
1.2.1.4.1 Capacitación.	18
1.2.1.4.2 Comunicación.	18
1.2.1.5 Fiabilidad.	19
1.2.1.5.1 Seguridad.	20
1.2.1.5.2 Profesionalidad.....	21
1.2.1.5.3 Puntualidad.....	21
1.2.2 Satisfacción de los usuarios.....	22
1.2.2.1 Satisfacción.	23
1.2.2.2 Usuarios.	24
1.2.2.3 Confianza.	24
1.2.2.3.1 Servicio eficaz.	25
1.2.2.3.2 Innovación para el desarrollo del servicio.	25
1.2.2.4 Expectativas.	26
1.2.2.4.1 Capacidad para cubrir necesidades.	27
1.2.2.4.2 Atención Presencial.	28
1.2.2.4.3 Atención al cliente.....	28

1.2.2.5 Servicios a los usuarios.	29
1.2.2.5.1 Calidad percibida por el usuario.	30
1.2.2.5.2 Consecuencias de un cliente insatisfecho.	30
1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales:	32
1.3.1 Sociales.	32
1.3.2 Psicológicos.	32
1.3.3 Filosóficos.....	33
1.3.4 Legales.	33
CAPÍTULO II	38
MATERIALES Y MÉTODOS	38
2.1 Tipos de investigación.....	38
2.2 Métodos de investigación.....	40
2.3 Diseño de muestreo.....	44
2.3.1 Población.....	44
2.4 Diseño de recolección de datos	46
CAPÍTULO III	50
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	50
3.1 Análisis de los resultados de la entrevista	50
3.2 Análisis de resultados de la encuesta.....	55
3.3 Análisis de los resultados de la observación.....	70
3.4 Limitaciones.....	72
3.5 Resultados	73
3.5.4 Verificación de Hipótesis	78
CAPÍTULO IV	83
4.1 Nombre de la propuesta.....	83
4.1.1 Introducción de la propuesta	83
4.1.2 Justificación de la propuesta.....	84
4.1.3 Objetivo de la propuesta.....	84
4.1.3.1 Objetivos Específicos	84
4.1.4 Análisis interno y externo de la compañía Salisel	84
4.1.4.1 FODA.....	85
4.1.4.2 Análisis de la matriz FODA	85
4.1.5 Estrategias de calidad de servicio.....	86

4.1.6 Plan de acción	96
Conclusiones	97
Recomendaciones	98
Bibliografía	99
Anexos	104
Anexo N.1 Matriz de consistencia	105
Anexo N.2 Matriz de Operacionalización – variable independiente.....	106
Anexo N.3 Matriz de Operacionalización – variable dependiente.....	107
Anexo N. 4 Entrevista al personal administrativo	108
Anexo N.5 Encuesta a los usuarios	110
Anexo N.6 Ficha de Observación.....	112
Anexo N.7 Personal de la compañía Salisel	113
Anexo N.8 Fotos de entrevista a personal administrativo	114
Anexo N.9 Fotos de encuesta a usuarios	115
Anexo N. 10 Detalles de los buses a adquirir	116
Anexo N. 11 Carta aval.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población.....	44
Tabla 2. Cálculo para el tamaño de la Muestra	45
Tabla 3. Género de los usuarios de la compañía Salisel	55
Tabla 4. Nivel de instrucción de los usuarios	56
Tabla 5. Estado físico de los buses de la compañía de transporte Salisel	57
Tabla 6. La accesibilidad del servicio al usuario en el cantón La Libertad	58
Tabla 7. Capacitaciones a choferes y colaboradores de la compañía Salisel.....	59
Tabla 8. La comunicación entre usuarios y la compañía Salisel.....	60
Tabla 9. Seguridad en el servicio para el usuario.....	61
Tabla 10. El nivel profesional de la compañía en el servicio.....	62
Tabla 11. La puntualidad en el servicio de transporte para el usuario	63
Tabla 12. Eficacia en el servicio de transporte	64
Tabla 13. Innovación en el servicio de transporte.....	65
Tabla 14. Calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios	66
Tabla 15. Atención personalizada en el servicio de transporte	67
Tabla 16. Percepción de calidad en el servicio	68
Tabla 17. Consecuencias del cliente insatisfecho para la compañía	69
Tabla 18. Resumen de los procedimientos de los casos.....	80
Tabla 19. Tabla de contingencia	81
Tabla 20. Pruebas de Chi- Cuadrado.....	82
Tabla 21. FODA.....	85
Tabla 22. Análisis FODA.....	86
Tabla 23. Buses de la compañía.....	87
Tabla 24. Descripción de los buses	89
Tabla 25 Calculo de renovación de los buses	91
Tabla 26. Cálculo de las capacitaciones.....	93
Tabla 27 Capacitación continua en idioma extranjero inglés	95
Tabla 28 Plan de acción	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	55
Gráfico 2. Nivel de instrucción	56
Gráfico 3. Estado físico de los buses de la compañía de transporte Salisel.....	57
Gráfico 4. La accesibilidad del servicio al usuario en el cantón La Libertad	58
Gráfico 5. Capacitaciones a choferes y colaboradores de la compañía Salisel.....	59
Gráfico 6. La comunicación entre usuarios y la compañía Salisel	60
Gráfico 7. Seguridad en el servicio para el usuario	61
Gráfico 8. El nivel profesional de los miembros de la compañía en el servicio ..	62
Gráfico 9. La puntualidad en el servicio de transporte para el usuario.....	63
Gráfico 10. Eficacia en el servicio de transporte	64
Gráfico 11. Innovación en el servicio de transporte	65
Gráfico 12. Calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios	66
Gráfico 13. Atención personalizada en el servicio de transporte.....	67
Gráfico 14. Percepción de calidad en el servicio	68
Gráfico 15. Consecuencias del cliente insatisfecho para la compañía.....	69

INTRODUCCIÓN

Los servicios de transporte de pasajeros establecen dentro de la sociedad una contribución significativa para su desarrollo tanto productivo como económico, actualmente existe mucha demanda en este tipo de servicio y las exigencias por parte de estas empresas se mantienen vigentes hacia los usuarios tales como: alza de precios en pasajes y solicitud de préstamos para la adquisición de buses. Pero las exigencias por parte de los usuarios también tienen importancia, y estas van relacionadas a que el servicio que contratan cuente con características de calidad para la satisfacción de sus necesidades de transportación.

La presente investigación denominada Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel, se realizó en base a la necesidad de explorar aquellas irregularidades que puedan estar ocasionados a la compañía, ofrecer un servicio eficaz y de calidad para beneficio de sus usuarios.

La compañía pertenece a la dirección municipal de tránsito del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Libertad desde el año 2016, y se establece como una de las dos organizaciones existentes en ofrecer el servicio de transporte urbano dentro de la provincia de Santa Elena.

Cabe recalcar que el objetivo de toda empresa que ofrece un servicio de calidad es satisfacer las necesidades de los usuarios, de igual forma obtener beneficios económicos, dar uso de los recursos con que cuenta y capacitar a todas las áreas pertenecientes a la compañía relacionada a la atención de cliente y servicios de

calidad, es importante señalar que actualmente las necesidades de los usuarios respecto al servicio de transporte se están exigiendo a gran medida. La competencia cada vez está evolucionando, y la forma de dar un servicio es cada vez mejor, el usuario al recibir este servicio de otras cooperativas se estará acostumbrando a recibir una atención propia y de calidad y por ende exigirá un servicio de iguales características.

El trabajo de investigación pretende analizar aquellas inconformidades que los usuarios estén presentando al momento adquirir el servicio, así mismo definir las deficiencias en calidad que permitan a la compañía prestar el servicio de transporte urbano con expectativas novedosas; las cuales son necesarias para mantenerse a la par con la competencia.

Planteamiento del problema

En el mundo la calidad de servicio ha tomado protagonismo desde la adopción de normas de certificación que posicionan a empresas que lo poseen en un nivel privilegiado, estas organizaciones han cambiado la manera de brindar un servicio, siendo productivas a nivel internacional. Las empresas que posean estas características estarán en disposición de mantener satisfechos a sus clientes.

Los clientes demandan calidad, y mientras más las empresas lo posean como misión, su popularidad será más aceptada por la sociedad, pero la calidad no se presenta por cuenta propia, sino que se desarrolla a base de estrategias y actividades que toda organización aplica desde el momento en que propone a mejorar.

A nivel nacional las empresas en lo relacionado al servicio de transporte, establecen las medidas necesarias presentadas actualmente en Ecuador, es decir para que una empresa pueda ofrecer un servicio a sus usuarios es necesario que cumpla los siguientes requerimientos:

Que todo bus de transporte interprovincial o urbano debe tener características mínimas de seguridad, como un sistema de tres tipos de frenos, que funcione de forma independiente o simultánea, según la necesidad. Además, que el motor esté en la parte posterior de la unidad, para que no obstaculice la circulación de los usuarios ni afecte al conductor, por el ruido y calor. (El Comercio, 2014)

Ahora bien, en nuestro país es muy difícil poder observar medios de transporte que cumplan estas disposiciones, no obstante existe el INEN que tiene como objetivo controlar el servicio de una empresa de transporte, mediante las normas de calidad y seguridad de buses dictadas por el instituto Ecuatoriano de Normalización.

Con respecto a la provincia de Santa Elena existen numerosas empresas que ofrecen este servicio Intercantonal y urbano, Las empresas que poseen más posicionamiento en la provincia son las que mejor servicio ofrecen, razón por la que es factible considerar que cumplen todos los requisitos, no obstante el servicio a pesar de todo no siempre será excelente debido a que el trato hacia el cliente en la forma de ofrecer el servicio es más importante. Con respecto a la atención al usuario la gran mayoría de empresas de transporte se ven afectadas dentro de la provincia.

En el cantón La Libertad por estar considerado como núcleo urbano mantiene a la compañía Salisel como empresa que brinda el servicio únicamente a este cantón, la calidad no necesariamente puede estar bien; es decir un nivel óptimo para competir con otras cooperativas generando una satisfacción adecuada a sus usuarios. Mediante la investigación se logrará indagar si la calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel considerando cada puntualización en normalización de servicios.

Formulación del problema

¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía Salisel en el año 2017?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar el grado de satisfacción de los usuarios basándonos en el diagnóstico de la calidad de servicio que posee la compañía Salisel para la ejecución del transporte urbano en el cantón La Libertad.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de la calidad de servicio en los usuarios que ocupan los buses, como medio de transporte para su movilización en el cantón La Libertad.
- Determinar los aspectos que afectan la satisfacción de los usuarios en el servicio de transporte que ofrece la compañía Salisel.

- Definir las estrategias relacionadas a la calidad de servicio para el mejoramiento en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

Justificación. Entre los trabajos de investigación o tesis que se han realizado en la Universidad Estatal Península de Santa Elena o en la provincia de Santa Elena, es apreciable notar que no existe información sobre la calidad de transporte que brinda la compañía Salisel a los ciudadanos del cantón La Libertad, siendo un tema de gran importancia porque permite no solamente evaluar a esta empresa, sino tomar como referencia esta compañía para evaluar de qué manera está funcionando el sistema de transporte urbano dentro de la provincia de Santa Elena, generando aperturas para futuras investigaciones de otras cooperativas.

La presente investigación se realizó con el propósito de identificar aquellas inconformidades y falencias que presenta el servicio que ofrece la compañía de transporte Salisel, colaborando en los intereses de la empresa a generar una solución a los problemas que actualmente existen y por consecuencia llegar a cumplir los objetivos propuestos, se estará identificando problemas que aquejan a la compañía en el servicio y a través del estudio definir las irregularidades que afectan al servicio.

El tipo de investigación que será descriptiva, correlacional y exploratoria, porque aún no se ha realizado algún estudio o investigación anteriormente en donde se involucre esta cooperativa, además de correlacionar las variables de la investigación para determinar si existe incidencia en el resultado, y poder demostrarlo mediante la utilización del chi cuadrado.

Cabe destacar que la intención de la elaboración de esta investigación es incentivar a que dentro de la provincia de Santa Elena existan estudios e investigaciones en las empresas de transporte relacionados a la calidad de servicio, debido a que se desconoce el estado actual, además de no poseer números reales del grado de satisfacción de la población peninsular que ocupa con mucha regularidad este tipo de servicio.

La investigación que se ha realizado, está estructurada en el siguiente mapeo:

CAPÍTULO I. En este capítulo se menciona la revisión literaria, esta parte se sustenta en trabajos realizados relacionados al análisis del tema de investigación, además del desarrollo de las teorías y conceptos incluyendo autores de textos importantes, y finalmente los respectivos fundamentos, sociales, psicológicos, filosóficos y legales.

CAPÍTULO II. Este capítulo abarca los tipos de investigación aplicados en el estudio, métodos de investigación, diseño de muestreo y diseño de recolección de datos. Además de los instrumentos de recolección de información, entrevistas, encuestas y fichas de observación.

CAPÍTULO III, Este capítulo se refiere al análisis de datos, limitaciones, resultados obtenidos de acuerdo a la investigación, verificación de hipótesis mediante el método estadístico chi cuadrado. Así mismo se detallan los análisis de las preguntas efectuadas de acuerdo a los instrumentos y técnicas siendo éstas la entrevista, encuesta y fichas de observación, donde se analizaran los resultados obtenidos en el campo de estudio.

CAPÍTULO IV, Hace referencia a la propuesta que argumenta todas las falencias encontradas en la investigación realizada mediante el uso de métodos de recolección de información. La propuesta intentara impulsar cada una de las estrategias presentadas, con el propósito de corregir los principales problemas y ofrecer calidad de servicio al usuario.

HIPÓTESIS

Hipótesis Alternativa

- La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel del cantón La Libertad.

Hipótesis Nula

- La calidad de servicio no incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel del cantón La Libertad.

VARIABLES	
INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
Calidad de Servicios	Satisfacción de los Usuarios

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión literaria.

A nivel nacional uno de las preocupaciones más importantes que presentan las empresas, cooperativas o compañías es la ausencia de calidad de servicios a sus usuarios. Los factores que pueden estar impidiendo ofrecer un excelente servicio pueden ser administrativos, sociales o económicos, siendo este último un factor determinante porque en ciertas ocasiones las empresas de transporte carecen de recursos económicos que les impiden innovar el servicio para sus usuarios.

De acuerdo al tema de investigación “La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel, se procedió a consultar distintos trabajos de investigación como antecedentes de investigaciones similares al objeto de estudio, donde se mencionan los casos efectuados por los siguientes autores:

Según Benavides (2016) en su trabajo de investigación “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios de la imprenta y encuadernación Selecta de la ciudadela de los choferes de la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos”, de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Educación, trabajo de titulación previo a la obtención de Licenciado en administración ejecutiva de la Universidad técnica de Babahoyo. El problema general de este estudio es ¿Cómo la calidad de servicios influye en la satisfacción de los usuarios de la imprenta y encuadernación Selecta de la ciudadela de choferes de la ciudad de Babahoyo,

provincia de Los Ríos?, cuyo objetivo general es: Analizar la influencia de la calidad de servicio para la satisfacción de la imprenta y encuadernación Selecta.

La metodología del trabajo de investigación tomó en consideración utilizar métodos y/o técnicas de corte cuantitativo, con la finalidad de tratar de medir la satisfacción de los usuarios tanto internos y externos en base a la calidad de servicio de la empresa INDUPAC.

La obtención de información relacionada a la calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de usuarios de la empresa INDUPAC, se efectuó mediante el uso de instrumentos de recolección de información como entrevistas y encuestas, proporcionando la obtención de datos importantes que permitió el avance del trabajo de investigación.

Según el trabajo de titulación citado se muestra la importancia de calidad de servicio mostrando los siguientes resultados:

- De acuerdo a la investigación realizada, se determinó que los usuarios de la empresa INDUPAC no perciben una buena atención en el trato al cliente por parte de los dueños de la organización, aspecto muy importante a mejorar porque está disminuyendo la clientela.
- No existe motivación de las autoridades de la empresa hacia sus trabajadores, además de la ausencia de capacitaciones sobre atención al cliente.
- Falta de preocupación por parte de los dueños de la organización en buscar soluciones a los problemas que están afectando el rendimiento adecuado de la empresa.

Según García (2015) en su trabajo de investigación “La Gestión administrativa y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa de transporte de pasajeros Flota Bolívar” de la Facultad de Ciencias Empresariales, carrera de Ingeniería en gestión empresarial, trabajo de titulación previo a la obtención de Título de Ingeniero en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. El problema general de este estudio es: ¿De qué manera la gestión administrativa incide en la calidad de servicio de la cooperativa de transportes de pasajeros Flota Bolívar?, cuyo objetivo general es: Establecer los procesos de Gestión Administrativa y su incidencia en la calidad de servicio de la cooperativa de transporte de pasajeros Flota Bolívar de la ciudad de Quevedo.

La metodología del trabajo de investigación se implementó en 3 fases:

Recabación de información.- En esta fase es importante hacer el uso de técnicas de investigación que permitan obtener información del objeto de estudio.

Investigación documental.- El uso de esta fase va de acuerdo al análisis de documentos que van relacionados a la actividad de la cooperativa, es decir intervienen aspectos jurídicos, objetivo institucional y antecedentes.

Investigación de campo.- Para esta fase es necesario hacer el uso de entrevistas personales y encuestas de manera directa, estas técnicas de recolección de información en el campo aportaran datos importantes sobre la calidad actual de los clientes y la descripción de la gestión administrativa.

Además para la obtención de información se efectuó a través del uso de encuestas, entrevistas y fichas de observación, lo que permitió obtener datos

necesarios para la elaboración del trabajo de investigación. Los resultados del estudio son los siguientes

- Los socios de la cooperativa transporte perciben que existe deficiencias en las funciones administrativas porque dentro de la empresa se desconoce la gestión administrativa.
- La gran mayoría de colaboradores de la cooperativa encuestados expresaron que la empresa debería mejorar la atención a sus usuarios, debido que el servicio actual no es considerado como calidad de servicio.
- Para el mejoramiento del servicio a los usuarios y fortalecer los beneficios de la cooperativa debe ser necesario aplicar los manuales respectivos y procedimientos administrativos.

Según Pérez (2011) en su trabajo de investigación “La Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de Transporte Flota Pelileo”, de la Facultad de Ciencias Administrativas, carrera Ingeniería de Empresas, trabajo de titulación previo a la obtención de título de Ingeniería de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato. El problema general de este estudio es ¿Cómo incide la deficiente calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transporte Flota Pelileo?, cuyo objetivo general es: Implementar calidad de Calidad de Servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transporte Flota Pelileo. La metodología utilizo un tipo de investigación descriptiva correlacional y también utiliza el tipo de enfoque

cualitativo y cuantitativo como encuestas, además se analizó la satisfacción del usuario utilizando la investigación de campo el cual detectara las exigencias y necesidades de los usuarios, proponiendo las estrategias para mejorar la calidad de servicio de los clientes.

Los resultados del estudio son los siguientes

- Los usuarios indicaron que no están muy satisfechos con el servicio, ya que algunos empleados son groseros al momento de vender el boleto, o cuando piden información acerca de los turnos y el horario, es decir la atención al cliente.
- La calidad de atención que existe dentro de la cooperativa es buena pues los empleados hacen su mayor esfuerzo ya que no han recibido curso de capacitación.
- La cooperativa se encuentra empeñada en la renovación del servicio de transporte y atención en las oficinas, a fin de conservar la creciente demanda de este servicio con excelente calidad.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.

1.2.1 Calidad de servicios.

Es la capacidad de dar satisfacción a las expectativas y requisitos de los clientes, teniendo en cuenta que dichas expectativas cambian continuamente. Además, la calidad de servicio es el grado en que un cliente percibe que el producto o servicio satisface sus expectativas (Laza, 2016).

Se refiere a aspectos tales como la rapidez, el costo, la competencia, la facilidad de reparación y la amabilidad del personal del servicio técnico. Se relaciona con los elementos de servicio pre-venta, durante la adquisición, instalación o post-venta de un producto o servicio. La forma en que una empresa maneja las devoluciones y reclamos influye en la percepción de calidad del cliente. Las características anteriores están interrelacionadas y facilitan una base para evaluar los elementos característicos de la calidad del producto/servicio. El peso de cada una de ellas variará de un producto a otro (Prado, 2015).

Una de las bases más importante que se necesita para poder tener una excelente calidad de servicios en alguna actividad que una empresa ofrezca, es poseer credibilidad, porque cuando se toma en cuenta un buen servicio se trata de verificar si es creíble o no y que este se encuentre de acuerdo a lo que se ha prometido. Según los autores que mencionaron el concepto de calidad de servicio, manifiestan que es prácticamente llenar las expectativas de los clientes, lograr satisfacer sus necesidades de una manera eficiente y lo más importante mantener la comunicación entre la empresa y sus clientes.

Por consiguiente cuando se utiliza un servicio solamente se puede apreciar algunas partes de la calidad, aunque también puede dejar en ausencia parte de las actividades del servicio. Puesto que garantizar la calidad no es simplemente satisfacer las necesidades de alguna persona, sino es proporcionarle valor agregado que muestre una ventaja ante la competencia. Actualmente debido al avance de las tecnologías de información y comunicación, se está produciendo un

desarrollo en la actividad de calidad de servicios, estas son a nivel de administración, control y organización.

1.2.1.1 Calidad.

Calidad es en realidad, entregar bienes o servicios que cumplan con todas las expectativas del cliente, y en su parte formal y procedimental es un conjunto de normas, que se han convertido en una cultura al interior de las empresas. (González, 2016).

Al hacer referencia a este término que la compañía ofrece a sus usuarios, se puede decir que el nivel de calidad mantiene un nivel apropiado pero no necesario para generar satisfacción, razón por la que no se llega a cumplir las expectativas del cliente; ocasionando que se sientan inconformes y esto afecta el servicio en general. La compañía debe proceder a brindar un alto nivel de calidad, para que sus usuarios muestren confianza con el servicio de transporte que es tan necesario para toda persona dentro de una sociedad.

1.2.1.2 Servicio.

“Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo” (Sandhusen, 2015).

El servicio que la compañía ofrece dentro un territorio urbano mantiene una aceptación muy grande por sus usuarios, debido a que logra satisfacer una necesidad, la cual es muy demandada; este servicio se ofrece a cambio de un pago entre la empresa y el usuario generando el resultado de transportarse por las

distintas vías designadas para la circulación de los diferentes buses en el cantón La Libertad.

1.2.1.3 Elementos tangibles.

Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura y equipos materiales, personal entre otros. Todo bien tangible es percibido, es decir que puede ser visto, y puede darse algún tipo de observación de acuerdo al estado que se presente, además todo bien tangible está previsto a necesitar algún tipo de mantenimiento. (Nishikawa, 2014).

La compañía dispone de una infraestructura adecuada para el control y la administración del servicio, además de un equipamiento óptimo en tecnología y materiales de oficina en la que trabajan personas con preparación y conocimientos acerca del servicio. Así mismo, posee una línea de flota de buses que son destinados para la circulación por el territorio urbano a la cual fueron asignados respectivamente, los buses con regularidad mantienen un control en su funcionamiento, debido a algunos suelen presentar problemas debido a que poseen un estado físico en condiciones deterioradas.

1.2.1.3.1 Estado físico de buses.

Toda empresa que brinde el servicio de transporte por obligación estará en disposición de verificar que sus unidades móviles se encuentren en excelentes condiciones tanto interna como externamente. Vale destacar que poseer o no poseer un buen estado físico dependerá de la despreocupación de los miembros de la empresa que no realizan mantenimientos periódicos (De Los Reyes, 2018).

La responsabilidad de mantener un buen estado de los buses de la compañía está a cargo de los operadores, y es de importancia ejecutarlo de forma correcta, porque si se encuentra el estado físico del bus esto asegura el buen funcionamiento del servicio y al final genera un excelente grado de satisfacción en el usuario brindando seguridad y tranquilidad al momento de transportarse.

1.2.1.3.2 Accesibilidad.

“Se refiere al nivel en que una persona es capaz de usar un objeto, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura sin tener en cuenta su condición física o sus facultades cognitivas” (Sanz, 2013, pág. 134).

El concepto de accesibilidad al medio físico recoge la necesidad y el derecho de que los distintos entornos en que se desenvuelven las personas permitan ser utilizados por todos con la máxima autonomía, independientemente de sus condiciones físicas o sensoriales (Puyuelo, 2014, pág. 15).

Al referirnos a la accesibilidad en el servicio de transporte de la compañía, está dirigida a todo usuario sin restricción alguna, hasta se toma en cuenta a personas sin capacidades de tomarlo por cuenta propia, ancianos entre otros, esto por consecuencia produce un excelente ejemplo a considerar por otras empresas, cooperativas o compañías de transporte. No obstante, para ejecutar este plan es necesario que los buses estén en excelentes condiciones físicas y que posean un amplio espacio el cual disponga de preferencias con cierto tipo de usuarios y seguridad respectivamente, es decir que se exista el denominado servicio universal para este tipo de usuarios.

1.2.1.4 Capacidad de respuesta.

Según Kohli & Jaworki (1990) quien definió como: La capacidad de respuesta de una organización se define como el conjunto de acciones que refleja la velocidad y coordinación con las acciones que se implementan y revisan periódicamente. También se refiere a la evaluación sobre el seguimiento de los objetivos y de las acciones correctivas posteriores.

La capacidad de respuesta organizacional mediante las 3 dimensiones como son la adquisición, la asimilación y explotación son componentes inseparables que les permiten a las empresas responder ante cambios en el medio ambiente con fines de innovación o de mejora de desempeño (Flores, 2018, págs. 69,73).

Según Higuchi & Troutt (2004) definió como: Es el medio por el cual se pretenden mitigar una de las principales preocupaciones en la gestión de una cadena de suministros, la demanda caprichosa del mercado, lo cual genera una distorsión en la información que a su vez provoca el efecto látigo.

Al considerarse a la capacidad de respuesta como una medida de flexibilidad, es necesario implementar factores que definan el punto de acople de la cadena, así como la adaptación que adquiera la cadena de suministro frente a cambios imprevistos en la demanda (Diana Alarcón Grisales, 2016, pág. 256).

Con respecto a la capacidad de respuesta en la compañía de transporte considera que los cambios e innovaciones que se realizan son beneficiosos debido a que cuentan con más opciones al momento de satisfacer las necesidades de los usuarios. Es decir, que el servicio debe estar en constante desarrollo para

contribuir ante las exigencias o reclamos de las personas mejorando el desempeño laboral dentro de la compañía.

1.2.1.4.1 Capacitación.

La capacitación se ha convertido en una pieza clave en el diseño de nuevas y mejores estrategias para la gestión y la orientación de las capacidades del talento humano de las empresas. Cuando a ello la tecnología en constante cambio, requieren que los colaboradores perfeccionen permanentemente competencias, a fin de mejorar su desempeño laboral y calidad de vida (Orosco, 2017, págs. 41, 42).

Este concepto trata de mencionar la importancia de un elemento necesario para el buen desarrollo y funcionamiento de una empresa, en la compañía se realizan varias capacitaciones que están ayudando en la orientación respecto a la seguridad, en el servicio y trato con los usuarios, pero los programas que se emplean para dar capacitaciones siguen siendo los mismos, esto ocasiona que las personas de la compañía no estén preparados ante cambios tecnológicos, sociales o psicológicos, puesto que en esta era moderna las personas procuran siempre exigir lo mejor y por consiguiente las compañías deben estar listas para poder cubrir las exigencias con capacidad y preparación.

1.2.1.4.2 Comunicación.

La comunicación es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas. Los pasos básicos de la

comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor (León, 2017).

En relación con este término, actualmente el servicio de transporte que ofrece la compañía cuenta con la comunicación interna en excelentes condiciones, es decir, que aplican diferentes estrategias que realizan en las actividades respecto al servicio. No obstante, la comunicación externa mantiene una imagen muy débil debido a que el usuario carece o desconoce los medios necesarios para la comunicación con la compañía, afectando en gran medida las expectativas y grado de satisfacción del usuario.

1.2.1.5 Fiabilidad.

Hace referencia a la probabilidad de funcionamiento sin fallos o daños por un determinado período de tiempo. Es decir, se trata del desempeño y las características esperadas de un producto o servicio durante un momento específico de su vida útil. Esta característica contribuye enormemente a la imagen de marca y es considerada por la mayoría de los usuarios finales como una dimensión fundamental (Castillo, 2016).

Se refiere a la posibilidad de que los resultados se repitiesen si se volviera a realizar el experimento. Si cuando se realizó una réplica (repetición de la investigación con idéntico procedimiento) no encontramos los mismos resultados tendremos que decir que el experimento no es fiable. Los experimentos son fiables

cuando al repetirse se obtienen los mismos resultados. Por ello, cuando en un estudio se obtiene resultados novedosos hay que esperar que se repitan en trabajos posteriores antes de considerar los resultados como realmente verdaderos (Bermúdez, 2017, pág. 98).

Vale destacar que esta palabra promueve la aceptación de una persona o una empresa con respecto a un servicio, en efecto, la fiabilidad es vista de una manera indispensable en la compañía, es decir que da prioridad a que el servicio cuente con características de calidad que por consecuencia evitan la presencia de problemas e inconvenientes, los cuales suelen incomodar al usuario, aunque en ocasiones es muy difícil lograr reducir los fallos debido a que este tipo de servicio muestra vulnerabilidades los cuales en ocasiones no son considerados.

1.2.1.5.1 Seguridad.

Es un concepto tridimensional. No se puede entender plenamente la situación de la seguridad, aunque puede estar siendo considerada como la ausencia de incertidumbre; es mirar al futuro con confianza, sin miedo, y contando con un entorno previsible y estable; para crear seguridad pueden utilizarse múltiples estrategias y tácticas, y focalizar las actuaciones en unos aspectos u otros. Hay que considerar que la seguridad depende de otros muchos factores, a veces aparentemente alejados (Torrente, 2015, págs. 15, 16).

En definitiva la seguridad mantiene un protagonismo importante en cualquier actividad, pero lo más importante es que actualmente la compañía lo considera dentro del servicio de transporte ocasionando la reducción de la preocupación de

personas, usuarios y personal administrativo. En definitiva produce afecto y fidelidad ante un servicio, la garantía de seguridad debe siempre estar presente en la misión de toda organización, es decir, mientras más seguridad más fidelización de los clientes y si más clientes están satisfechos reflejara que la organización aplica planes o estrategias que promueven un servicio de calidad.

1.2.1.5.2 Profesionalidad.

Conjunto de principios y compromisos para mejorar los resultados en el servicio del cliente y maximizar su autonomía, creando relaciones caracterizadas por la integridad, la practica ética, la justicia social y el trabajo en equipo. Esto establece un compromiso entre la persona que ofrece el servicio con el cliente o usuario (Sorensen, 2017, págs. 7, 8).

En cuanto a la profesionalidad, se destaca mucho que un servicio profesional posee características que deben siempre estar presentes para el adecuado funcionamiento de un servicio. De hecho la empresa tiene que poseer profesionalismo, preocupación y preparación tanto en el nivel gerencial, administrativo, operario, colaboradores y empleados; puesto que ser profesional no necesariamente necesita un título que lo establezca sino que mediante el buen trato y comportamiento se hace más significativa la presencia de la profesionalidad en toda organización.

1.2.1.5.3 Puntualidad.

Es la capacidad de completar con la tarea o satisfacer una obligación en un lapso de tiempo previamente acordado. En las sociedades modernas una de las

características más importantes es el tiempo, de esta manera la puntualidad es muy importante para una sociedad puesto que si una persona es puntual en temas de horario será más responsable que una persona que es impuntual (Quispe, 2013, pág. 17).

La puntualidad del servicio que ofrece la compañía, se menciona que ha ido mejorando respecto a otros periodos, debido a que actualmente se cuenta con un mayor número de buses que agilizan los recorridos beneficiando a sus usuarios. También mediante acuerdos se ejecutan nuevos recorridos por rutas en excelentes condiciones, lo cual hace fluir el recorrido ahorrándole tiempo al usuario en el momento de esperar en los diferentes paraderos e igualmente al llegar a su destino.

1.2.2 Satisfacción de los usuarios.

Es el resultado de la comparación que de forma inevitable que se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial (Rodríguez, 2016).

Es la percepción de éste acerca del grado con el cual sus necesidades o expectativas han sido cumplidas. En la satisfacción del cliente influyen los siguientes tres aspectos: la calidad del producto, el precio y la calidad del servicio, la calidad se relaciona ante todo con la satisfacción del cliente, que está ligada a las expectativas que éste tiene con respecto al producto o servicio (Púlido, 2013, págs. 5, 6).

El grado de satisfacción de un cliente no se puede medir objetivamente ya que suele presentar un componente subjetivo, es decir, lo que para un cliente puede ser satisfactorio, para otro puede ser deficiente. También hay que tener en cuenta que un cliente con un grado de satisfacción con los productos o servicios de la empresa estará dispuesto a ser más flexible con los errores recibidos en la atención (Díaz, 2014, pág. 66).

En cuanto a esta sección respecto a la variable satisfacción de los usuarios la compañía está presentando un grado menor de interés con sus clientes, debido a que la persona considera que el servicio no posee calidad ocasionando que no exista satisfacción. Los usuarios buscan satisfacer su necesidad de transporte y la labor de la compañía es siempre ofrecer un servicio de calidad y escuchar las demandas de los usuarios ya que son parte del servicio. Debido a esto se pretende llegar a estar a la par de las expectativas del usuario, puesto que sus exigencias cada vez más son mayores.

1.2.2.1 Satisfacción.

Poseer satisfacción es poder sentir tranquilidad con alguna persona, acción o servicio. Estar rodeados de características de calidad conlleva a que el nivel de satisfacción este en un grado muy mayor, una empresa que brinde un ambiente cómodo y calidad al usuario posee grado de satisfacción mayor (Pérez Tenazoa & Rivera Cardozo, 2015).

El servicio de transporte como cualquier otro servicio que brinde una empresa estará sujeto a tener el grado de satisfacción de sus usuarios, el cual puede estar

siendo positivo o negativo. Y es que es tan importante poseer un alto grado de satisfacción como perjudicial no poseerlo, debido a que la compañía si lo posee suele verse beneficiada con sus principales usuarios y si no posee esta en consecuencia de originar reclamos o inconformidades que afectan a la compañía.

1.2.2.2 Usuarios.

Es la persona que adquiere un bien o un servicio para su uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean los productos o servicios en las distintas empresas del mercado (Bastos Boubeta, 2015).

Los usuarios buscan satisfacer la necesidad de transportarse y el objetivo de la compañía es lograr que lleguen a sus diferentes destinos. Dicho de otra manera, es el cliente quien da identificación a la compañía porque es quien compra y contrata de acuerdo a la necesidad que pueda presentar; por ultimo hay que mencionar que las necesidades de un cliente siempre se estarán innovando y por consecuencia toda organización debe estar al nivel de cubrir esas necesidades.

1.2.2.3 Confianza.

Es un elemento esencial para generar prospectiva colectiva y garantizar el desarrollo de la empresa. Su medición reflejara la importancia de ésta en los trabajadores, proporcionara herramientas para mejores prácticas en la dirección estratégica de empresas para poder generar estrategias para aumentarlas, para con esto, obtener más eficiencia en el trabajo y tener mejores resultados económicos (Saez, 2014, págs. 71, 72).

La intención de la confianza dentro en la compañía es establecer equilibrio entre la forma que el cliente tanto interno como externo confía en el servicio de transporte. Puesto que la ausencia de esta, produce inestabilidad organizacional y por consecuencia reducción del número de clientes, mientras que la presencia de confianza garantiza buena estabilidad organizacional y tranquilidad por parte de los clientes.

1.2.2.3.1 Servicio eficaz.

Todo servicio que ofrezcan las empresas debe estar siempre en constante control para beneficio del cliente, y es que un servicio eficaz se asocia a la calidad de servicio donde la intervención a largo plazo contribuirá a aumentar el grado de satisfacción de los usuarios para satisfacer sus necesidades con aquel servicio que poseerá características únicas y sofisticadas (Andraca, 2015).

Al hacer referencia de la eficacia que la compañía impone dentro del servicio, se puede destacar que ante la implementación de nuevos planes y estrategias de trabajo el servicio está mejorando y por consecuencia sube el nivel de satisfacción respecto a otros periodos o ante las competencias. Así mismo, se destaca que poseer eficacia dentro del servicio se origina la calidad, y es específicamente lo que todo usuario busca que le ofrezcan cuando quiere satisfacer una necesidad.

1.2.2.3.2 Innovación para el desarrollo del servicio.

Para la mayoría de las empresas, la innovación en servicios se presenta como una fuente inexplorada de generación de nuevos beneficios de incremento de márgenes y para lograr clientes más satisfechos; además, representa una

oportunidad para incrementar el crecimiento de las empresas y de creación de puestos de trabajo. Todos estos motivos hacen que la innovación en servicios sea un tema de especial intereses al que hay que prestar atención por la capacidad para promocionar el emprendimiento y por su notable influencia en la competitividad de las empresas (López, 2014, págs. 8, 9).

En relación con la innovación para el desarrollo del servicio, la compañía viene desarrollando la innovación dentro y fuera de sus instalaciones, buses, equipamientos y tecnología, puesto que aplicar innovación en las actividades de una organización trae beneficios que agrada a sus usuarios. Es decir, que la empresa es productiva, en otras palabras la organización llega a poseer un alto rendimiento empresarial y posee alta capacidad para competir con otras cooperativas de transporte.

1.2.2.4 Expectativas.

Las expectativas que presenta el usuario, tienen que ver con lo que espera recibir como servicio. De modo que si se acepta la existencia de una calidad técnica y otra asociada a elementos intangibles o del proceso de prestación, se puede hablar de expectativas tangibles y expectativas intangibles. Así también, es posible establecer la distinción entre expectativas cognitivas y expectativas afectivas, las primeras tendrían carácter más general asociadas a las creencias anticipadoras del servicio y su calidad, mientras las segundas, estarían directamente asociadas a la experiencia afectiva y su confirmación, que conlleva al sentimiento de satisfacción o insatisfacción (Peralta, 2015, pág. 203).

Con respecto a las expectativas, se establece que un usuario dependientemente del servicio que puede contratar, en este caso el servicio de transporte está en la capacidad de ofrecer información relacionada al tipo de expectativa que posee sobre los servicios. Además, es importante considerar que el grado de expectativa que posea el usuario, puede mostrar un índice positivo o negativo para la compañía, es decir que por medio de la percepción del servicio que tiene el usuario se puede llegar a solucionar problemas presentes en el servicio.

1.2.2.4.1 Capacidad para cubrir necesidades.

Para satisfacer las necesidades del consumidor en esta nueva era en la que el cliente domina, requiere de un enfoque holístico e integrado, y que las compañías puedan ahorrarse tiempo y dinero al no convertir este asunto en un problema de investigación y retroalimentación del cliente. Las empresas que no puedan encontrar la manera de cubrir las necesidades de los clientes a nivel que lo necesitan, haciendo uso de todos los canales actuales y proporcionando el tipo de experiencia que recordamos en los comercios de antaño no sobrevivirán (Price, 2015, págs. 13, 24).

La compañía se encuentra en capacidad para cubrir o solucionar las necesidades de un grupo de personas respecto al servicio de transporte, debido a que se encuentra en constante preparación y renovación de ciertos elementos que benefician al usuario. También aplica nuevas metodologías que son necesarias actualmente para no verse comprometido en disminuir su potencial y por consecuencia originar inestabilidad en el servicio, la compañía se destaca mucho por considerarse apta para cubrir necesidades de cualquier usuario.

1.2.2.4.2 Atención Presencial.

Permite un diálogo directo entre los clientes y las organizaciones que facilita la gestión de las reclamaciones. Es el canal que más satisface a los clientes, siempre que se puedan cumplir los criterios de proximidad, disponibilidad, agilidad, etc.; y que las personas que la atienden estén debidamente cualificadas, con actitudes, aptitudes, habilidades y destrezas que faciliten la asertividad en ambas partes (López-Fresno, 2014, pág. 47).

Para la compañía la atención presencial se considera importante porque logra establecer la comunicación entre ella y el usuario frente a frente, es decir que prácticamente es una atención personalizada. No obstante, no puede estar siendo aplicada y si está, puede mantener una pequeña proporción debido a que no consideran necesaria por el momento aplicarla al servicio de transporte.

1.2.2.4.3 Atención al cliente.

La atención al cliente es el centro neurálgico de la unidad formativa: analizamos al cliente, sus características socio-demográficas, psicosociales, sus preferencias, los procesos de compras de los bienes y servicios que demanda, y la atención comercial que debe recibir de manera óptima en sus relaciones de compra y venta con la empresa. El servicio de atención al cliente será el motor de toda actuación comercial de la empresa con sus clientes. El cliente es el centro neurálgico de la actividad comercial de la empresa (Domínguez, 2014, pág. 7).

En relación a la atención al cliente la compañía mantiene muchas maneras de atender a sus usuarios, pero actualmente no se utilizan para realizar algún reclamo

o inquietud que se encuentre en el servicio, las más utilizadas son las tradicionales que no aportan un gran efecto que necesita el usuario por parte de la compañía. El cliente como tal toma decisiones y siempre su fidelidad dependerá de la atención que brinde una empresa, por tal razón es sumamente importante que se esté ofreciendo al cliente calidad y asesoramiento del servicio.

1.2.2.5 Servicios a los usuarios.

Todos estamos familiarizados con los servicios en nuestra vida cotidiana. Utilizamos servicios bancarios, de telefonía, de educación, sanitarios, etc. En muy poco tiempo nuestra sociedad ha pasado de ser una sociedad industrial, que producía bienes tangibles, a una de servicios, donde los productos ya no son materiales ni visibles (Álvarez, 2016).

Los servicios son necesarios para las personas, en todo caso es necesario que todo servicio que ofrezca una empresa conste de cualidades y beneficios que favorezcan a los clientes. Los servicios son importantes, aunque sean intangibles pueden llegar a ser capaz de generar una satisfacción, deseos o necesidad de los consumidores. (Díaz, 2014, pág. 38).

El principal servicio de la compañía es ofrecer la movilidad terrestre a un grupo de personas que necesitan transportarse de un punto a otro dentro de una misma ciudad, el servicio viene evolucionando y actualmente posee gran acogida por los usuarios debido a que es el único sistema de transporte en la provincia. No obstante, el servicio aún necesita mejorar pero se está trabajando para conseguirlo, con la única intención de lograr la calidad.

1.2.2.5.1 Calidad percibida por el usuario.

“La calidad percibida es la impresión que se forma el cliente de un producto o servicio como consecuencia de la publicidad, promoción de la marca, comentarios realizados por otras personas y la propia experiencia en el uso” (Rodríguez, 2016).

Es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumplen con las necesidades y expectativas establecidas, implícitas u obligatorias. El hecho fundamental es que, desde este punto de vista, la calidad se mide en base a la satisfacción de las necesidades expresadas o no por el cliente (Sánchez, 2017).

El usuario de la compañía no percibe calidad dentro del servicio, a pesar de que se ha renovado ciertos elementos, este se concentra principalmente en la atención que puede llegar a tener como cliente. Por tal razón se considera que el servicio tiene que mejorar, para conseguir fidelidad en el usuario sino establecer impacto ante otras compañías, y las capacitaciones son los principales medios para llegar a poseer calidad en el servicio con el usuario.

1.2.2.5.2 Consecuencias de un cliente insatisfecho.

Los costes derivados de la insatisfacción de los clientes pueden ser directos, fácilmente cuantificables; e indirectos, de más fácil cuantificación. Ente los costes directos provocados por la insatisfacción del cliente se incluyen:

- Costes del tratamiento de las reclamaciones: salario de las personas implicadas en su gestión, gastos de teléfono, desplazamientos para inspeccionar los productos o para reunirse con los clientes, etc.

- Reembolsos monetarios que se deban realizar a los clientes.
- Coste de las acciones legales que pudiera derivarse en las reclamaciones, tanto si la asesoría jurídica e interna como externa.
- Costes derivados de la relación con las organizaciones de protección al consumidor o con otros organismos que fueran necesarios.

Los costes indirectos son más elevados. Estos pueden proceder de:

- Las pérdidas de servicios a los clientes directamente afectados.
- Las pérdidas de servicios a clientes potenciales que se hayan enterados de los fallos.
- Los costes de captación de nuevos clientes que sustituyan a los que se han perdido (Fresno, 2014).

Al hacer referencia a las consecuencias que trae, el no brindar un buen servicio al usuario tanto interno como externamente, la compañía está tratando de mejorar la calidad como única solución para evitar que existan inconformidades de los usuarios, los cuales suelen ser el principal origen debido a que no logran llenar las expectativas con el servicio. Además contribuye con la buena relación entre colaboradores implementando un clima organizacional acorde a los requerimientos y modernizaciones que aumentan el nivel de satisfacción de los usuarios, es importante considerar cada consecuencia debido a que pueden afectar en las actividades de la compañía de transporte.

1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales:

1.3.1 Sociales.

El transporte es un bien necesario para la sociedad, donde interviene el factor de calidad que las empresas pueden ofrecer a un determinado público, el transporte público es algo indispensable para que exista movilidad dentro de un territorio, es el más utilizado por las personas y la ausencia del servicio puede generar inconvenientes a nivel social, aunque no en todos los casos el servicio que se ofrece es el adecuado para tranquilidad de grupo sociales.

En la actualidad, no todas las empresas aseguran un servicio de calidad, quizás se deba a que no cuentan con una organización a nivel o la calidad de unidades de transporte no son las adecuadas para el confort del consumidor, y estos inconvenientes producen un problema social que pocas veces las empresas no están preocupadas en mejorarla; debido a la ausencia de factores como falta de presupuesto que permita invertir en mejorar el servicio y por ende solucionar el problema social que pueda afectar a la sociedad.

1.3.2 Psicológicos.

Desde el punto de vista psicológico, se puede destacar en la investigación que la falta de la excelente calidad de servicio de las empresas hacia las personas, produce un resentimiento en la forma que las personas pueden ver un servicio de transporte, basta que una empresa donde el cliente tenga una mala experiencia, esta persona ya podrá pensar que el servicio general de transporte sea igual en todas las demás compañías o empresas que brindan el servicio, adicionalmente desde lo psicológico es importante que todo usuario perciba calidad de servicio.

1.3.3 Filosóficos.

La siguiente investigación desde el fundamento filosófico, relacionado a la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios se pretende incluir dentro del trabajo de investigación, tal como se viene incluyendo dentro de otras investigaciones realizadas por otras personas, tomando de base los fundamentos de autores que especifican con detalles estas variables útiles para cualquier investigación, donde se pretende buscar información relevante para la toma de decisiones.

Según varios autores citados mencionan que para toda estabilidad general de una empresa, siempre es necesario tener en consideración el diagnóstico de la calidad de servicio y por consecuencia ver el grado de satisfacción de sus clientes de acuerdo al servicio, debido a que actualmente otras organizaciones mantienen un alto índice de preocupación por estas variables, puesto que consideran importante entender a profundidad el impacto y beneficio.

Teniendo en cuenta la importancia de estas variables, surge la necesidad de establecer el desarrollo de una investigación, de una compañía que ofrece un servicio de transporte y quisiera registrar el nivel de calidad de servicio de sus clientes actualmente, y según los datos recolectados, información analizada y propuesta presentada pueden dar solución a problemas que pueden ocasionar distorsión a una empresa en sus actividades.

1.3.4 Legales.

Para el estudio de calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios se tomó como referencia las siguientes leyes:

(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 11 El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.

2. Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, entre otras.

Art. 52 Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

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

Art. 394 El estado garantizara la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas

diferenciadas de transporte serán prioritarias. El estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

(Ley de cooperativas)

Art. 67 Cooperativas de servicios son las que se organizan con el fin de llenar diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad.

Art. 70 Además de la actividad fundamental a que se dedique cada cooperativa, de acuerdo a su clase o línea, se podrá establecer en ella diferentes servicios adicionales que beneficien a los socios.

(Ley orgánica de transporte terrestre del Ecuador 2016)

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

Art. 47 El transporte terrestre de personas o bienes responderá a las condiciones de responsabilidad, universalidad, accesibilidad, comodidad, continuidad, seguridad, y tarifas equitativas.

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

- La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, adolescentes, niñas y niños
- La eficiencia en la prestación del servicio

- La prevalencia del interés general por sobre el particular

(Ley Órgánica de defensa del consumidor, 2011)

Art 4 Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil:

Numeral 2.- Derecho a que proveedores públicos y privados ofrecen bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

Numeral 5.- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Art 18 Entrega del bien o prestación de servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna eficientemente el bien o el servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición y otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017)

Movilidad Sostenible

Es necesario fortalecer la planificación urbana para la seguridad vial y la promoción de transporte público digno y de medios de movilidad no motorizada.

Las ciudades han concentrado en zonas centrales la infraestructura educativa, hospitalaria, institucional, y administrativa, los espacios culturales, las universidades y los centros comerciales, con lo cual se genera un constante flujo de gran cantidad de personas que cotidianamente se ven obligadas a recorrer grandes distancias. Por esto es necesario fortalecer la generación de nuevas centralidades que garanticen el acceso a servicios, espacios públicos y productivos.

Intervenciones emblemáticas para el Eje 3

Calidad y calidez en los servicios

El estado debe garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia y eficacia, y de buen trato, cuyas propiedades y características garanticen el cumplimiento de los derechos, así como las necesidades y expectativas ciudadanas. En este periodo se preocupara no solo a la ampliación, sino a la mejora de la calidad y la calidez de los servicios que presta el Estado en todos sus niveles, con énfasis en los grupos de atención prioritaria y poblaciones en situación de vulnerabilidad, en corresponsabilidad con la sociedad civil.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

En cuanto a este capítulo se destacó los tipos de investigación que serán utilizados durante el presente trabajo, además de la obtención de la muestra mediante el uso de métodos extraídos de una población establecida, y asimismo se mostrara los procedimientos utilizados para establecer la obtención de información y correspondientes resultados a analizar.

2.1 Tipos de investigación.

Para el siguiente trabajo de investigación se aplicaron los siguientes tipos de investigación: de orden descriptivo, correlacional y exploratorio teniendo en cuenta también aspectos cualitativos y cuantitativos.

2.1.1 Investigación Descriptiva.

En la investigación de orden descriptivo, se trabajó sobre una aproximación con la realidad del campo de estudio, además que se realizó la investigación sobre hechos y características elementales del servicio que ofrece la compañía de transporte Salisel. En el caso de las características van relacionadas a la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. En otras palabras, se describió cada factor importante que intervienen en la compañía. Así pues, es necesario considerar el actual nivel de satisfacción de los usuarios de la compañía, a través de la obtención de datos que se lograra mediante el uso de instrumentos de recolección de información, el cual describirá los elementos presentes en la variable y por consecuencia aportará para el desarrollo de la investigación.

2.1.2 Investigación Correlacional.

Por lo que se refiere a la investigación correlacional, según las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del trabajo de investigación realizada en la compañía de transporte Salisel, se pretende relacionar ambas variables y determinar si existió o no relación entre ambas. Considerando que la relación o no relación de las variables puede hacer uso de toma de decisiones respectivas en la compañía Salisel.

Además, esta investigación se determina el problema a mayor escala, es decir, se analizó el impacto que tiene la variable dependiente con la independiente y el efecto que pueda alcanzar su interrelación en la investigación. Para establecer esta investigación fue recomendable utilizar el método chi cuadrado.

2.1.3 Investigación Exploratoria.

Con respecto a la investigación exploratoria de igual manera que los otros estudios implementados en el trabajo, se realizó con la finalidad de examinar el campo de estudio de nuestra investigación, realizando un diagnóstico del servicio actual de transporte urbano de pasajeros que ofrece la compañía de transporte Salisel, considerando cada factor que interviene en el servicio como la puntualidad, eficacia seguridad y satisfacción. Además para una mejor obtención de información sobre la investigación se utilizó encuestas hacia los usuarios con la finalidad de poseer datos relevantes que permitan determinar los problemas que estén existiendo en el servicio; contribuyendo así con una parte de la investigación.

2.1.4 Investigación Cualitativa.

El objetivo principal de este estudio permitió dentro de la investigación, la obtención de información más amplia y útil para determinar resultados sobre alguna hipótesis que se plantea, es decir que se alcanzan datos más relevantes para el estudio del caso. La técnica más utilizada para recolectar información es la entrevista que tiene como función realizar los respectivos análisis de los criterios y opiniones mencionados de un grupo de personas entrevistadas, llegando a ser estos las autoridades, dirigentes y colaboradores que representan a la compañía.

2.1.5 Investigación Cuantitativa.

De acuerdo a este tipo de investigación, se logró recolectar información haciendo uso de la encuesta a la población dirigida, conformada por los ciudadanos del cantón La Libertad; usuarios de la compañía de transporte Salisel. La opinión de los usuarios respecto a las preguntas del instrumento de recolección de datos debidamente evaluadas de acuerdo al método empleado aportara información importante, que se presentara mediante el análisis de los resultados y por consecuencia se aceptará o rechazará la hipótesis de acuerdo a las variables de la investigación,

2.2 Métodos de investigación.

Por lo que se refiere al proceso de investigación se procedió a utilizar estos tipos de métodos en los cuales destacan los siguientes: el analítico, deductivo, inductivo y empírico. Estos métodos aportan una solución a los problemas de investigación y de igual manera proceden a encontrar el origen de los mismos. Para la

comprensión más a fondo de estos métodos se procedió a la consulta de varios autores que mencionan el significado de cada uno.

2.2.1 Método Analítico.

El uso de este método aportó en el análisis de las diferentes fuentes de información documentales, con el propósito de extender la investigación relacionado a la calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

El método analítico es la descomposición de objeto de investigación en partes, es decir, que en la investigación se procedió al análisis de los factores que intervienen en las variables de la investigación, de la misma manera con los fundamentos que tienen relación con la compañía y finalmente con políticas de funcionamiento del servicio, en particular esto se realizara con la finalidad de expresar y entender de manera más explicativa el problema planteado.

2.2.1.1 Método Deductivo.

El método deductivo va de lo general a lo particular, proporcionan al investigador verificar dentro del campo de estudio porque la calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

Se aplicó el método deductivo el cual proporcionó la obtención de datos de interés acerca del transporte urbano a nivel local de otras investigaciones existentes, lo que permitió identificar los beneficios y perjuicios de cualquier proyecto que la cooperativa esté dispuesta a implementar para el mejoramiento del

servicio a sus usuarios. Los resultados de este tipo de investigación generaran evidencias reales y definirán los factores que serán evaluados y mejorados para garantizar un buen servicio en el transporte urbano.

2.2.1.2 Método Inductivo.

La utilización de este método proporcionó al investigador considerar aspectos importantes de elementos comunes, puntos sustanciales y objetos pequeños hasta entes representativos para consecutivamente obtener cualidades del universo examinado, en otras palabras, este método aportara a la hipótesis que estará inmerso en el estudio y comprender la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios.

Teniendo en cuenta que este método va de lo particular a lo general, en el trabajo de investigación es muy importante su utilización debido a que proporcionara identificar las dimensiones con sus respectivos indicadores de acuerdo al tema investigado, considerando que se lograra entender la satisfacción de los usuarios con la calidad de servicio de la compañía de transporte Salisel. Permitirá diagnosticar las falencias que tiene el servicio de transporte para así generar resultados y conclusiones que lleven a la cooperativa a mejorar su servicio de acuerdo a las leyes o normas que rigen en la actualidad.

2.2.2 Método Empírico.

Con respecto al método empírico se define como fase previa para el trabajo del investigador, es decir, es la parte introductoria al desarrollo de la investigación;

por un lado al aplicar este método dentro del proceso de investigación se va obteniendo conocimientos y por consecuencia se logra la recolección de información. Esta información se obtendrá haciendo uso de técnicas de recolección de datos, el cual se centrara en el campo del estudio del problema por parte del investigador.

2.2.2.1 Observación.

Medio a efectuar la observación.- En relación a la técnica de observación, se consideró los buses de las líneas 1, 2, 5 y 6 de la compañía Salisel. Estas unidades son las que todo usuario utiliza el usuario para sus respectivas movilizaciones dentro del cantón La Libertad.

2.2.2.2 Encuesta.

Población para encuestas.- Se considera igualmente, como población de estudio a estudiantes de colegios donde las líneas de la cooperativa circulan como su recorrido habitual, además se considerara también como población a los distintos usuarios de diferentes barrios que toman estas líneas para su transporte diario. La cantidad a considerar es de 70.738 personas distribuidas en una edad de 15 a 69 años de edad.

2.2.2.3 Entrevista.

Población para entrevistas.- La población para las entrevistas estará conformada por 3 directivos, 51 accionistas y 3 colaboradores. Cabe destacar que actualmente solamente 31 socios están laborando en los distintos buses de la compañía de transporte Salisel.

2.3 Diseño de muestreo.

2.3.1 Población.

La población del Cantón La Libertad de acuerdo a la proyección del INEC en el año 2017 es de 112.282 habitantes el cual está dividido en género como es masculino con 57.112 y femenino con 55.170. (Sistema de planificación y Desarrollo, 2017).

Fue necesario segmentarla debido a que cierto grupo de personas no están consideradas para el levantamiento de información, esta cantidad de población corresponde el 37%. Entonces la población a considerar será de 70.738 personas cuyo rango esta entre 15 a 69 años que corresponde al 63% de la población total.

Tabla 1. Población

Población	Cantidad	Técnicas
Directivos	2	Entrevistas
Accionistas	31	Entrevistas
Colaboradores	3	Entrevistas
Usuarios	70.738	Encuestas
TOTAL	70.774	

Fuente: Datos obtenidos de la compañía Salisel e INEC

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

2.3.2 Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se escogió para realizar el cálculo de la muestra es el no probabilístico, por conveniencia, debido a que se escogió a los ciudadanos cuya

encuesta está dirigida, y su residencia está en distintos barrios del cantón La Libertad, se considerara elegir aquellos barrios donde la circulación del bus es más necesaria siendo estos escuelas, colegios y barrios donde la compañía Salisel es la única en brindar el servicio de transporte.

2.3.4 Tamaño de la muestra

Para la recolección de información, mediante encuestas y conocer la cantidad de elementos donde se pondrá a ejecución este instrumento, se procederá a escoger a las personas que son capaces de contribuir con información necesaria para el estudio de investigación. Para el cálculo de la cantidad a ejecutarse la encuesta se utilizó sacar la fórmula de nuestro aleatorio simple.

Tabla 2. Cálculo para el tamaño de la Muestra

	Descripción	
n=	Tamaño de la muestra	?
N=	Población	70.738
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 INEC, compañía Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Se consideró ejecutar esta fórmula debido a que la población es limitada.

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50) (70.738)}{(0,05)^2 (70.738 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0,25)(70.738)}{(0,0025) (70.737) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{67.936,7752}{(176,8425 + 0,9604)}$$

$$n = \frac{67.936,7752}{177,8029}$$

$$n = 382,0903664$$

$$n = 382$$

El número de encuestas a realizarse será 382 usuarios en general del cantón La Libertad entre 15 y 69 años de edad.

2.4 Diseño de recolección de datos

Para la obtención de información según las variables que se presentaron en el trabajo de investigación, se empleó las siguientes técnicas de recolección de información, en las que se mencionan la ficha de observación, entrevistas y encuestas. Las cuales a través de su ejecución en el campo de estudio se obtuvieron datos importantes, que fueron debidamente analizadas y discutidas en para establecer las debilidades que posee la compañía Salisel.

2.5 Técnicas investigación

2.5.1 Entrevista.

El beneficio que se obtuvo al aplicar una entrevista fue mantener el acercamiento con las autoridades que están a cargo para que los usuarios del cantón la Libertad posean un excelente servicio de transporte urbano. La técnica fue ejecutada a 2 socios y 2 dirigentes que componen la estructura organizacional de la compañía, estas personas son preparadas y su conocimiento es amplio en este tipo de servicio.

Estas autoridades serán beneficiadas con la información que se recolecte para mejorar la calidad de servicio que pueda necesitar la compañía. El objetivo de esta entrevista será obtener datos de las actividades que se realizan dentro de la organización, su opinión sobre la situación actual del servicio que ofrecen, sus necesidades, entre otros aspectos que intervienen con el asunto.

2.5.2 Encuesta.

La encuesta, es una técnica muy utilizada para recolectar información a través de preguntas bien desarrolladas que tienen relación con las variables y objetivos del tema de investigación. Su ventaja es tan beneficiosa para el investigador porque le permite la obtención de información extendida de una muestra ya establecida sobre algún hecho o problema a investigar, y además permite mantener una cercanía con grupos u organizaciones con el propósito de poder recopilar datos, sean estos conocimientos, ideas u opiniones. La información facilitada se

analizara a través de métodos cualitativos y cuantitativos que darán un resultado para poder establecer decisiones en base al objetivo del estudio.

En la investigación, se utilizó la encuesta para argumentar el análisis de las falencias que pueden estar existiendo actualmente en el servicio de transporte urbano de la Compañía Salisel y determinar si existe la aceptación por parte de los usuarios del cantón La Libertad hacia el servicio que la empresa ofrece. El investigador avalara a la compañía con información importante mediante preguntas en un cuestionario que permitirán averiguar las opiniones de los usuarios sobre su satisfacción en la calidad del servicio de transporte, y evidenciar la información a través de gráficos estadísticos que muestren a la compañía sus debilidades para mejorarlas, con el único objetivo de poder beneficiar a la población que está involucrada en el servicio antes mencionado.

2.5.3 Observación.

Como una técnica de investigación, la observación es importante para realizar un levantamiento de información sobre algún tema que se requiera investigar. En el estudio de investigación del servicio de transporte urbano de la compañía Salisel, se evidencio principalmente los aspectos de las unidades de transporte que circulan por distintos barrios del cantón La Libertad identificando el estado de infraestructura actual de 3 buses de las líneas aprobadas para ejercer el transporte.

La información adquirida constituye una ventaja amplia para el tema de investigación, porque a través de la observación de estas unidades se podrá dar un resultado, el cual puede estar siendo la principal causa del servicio ineficaz.

2.6 Instrumentos de investigación

Guía de entrevista: Es importante que al aplicar una entrevista a una organización, sea necesario mencionar antes el contenido que contendrá el documento, las cuales pueden ser la intención de la entrevista, sus objetivos, su tema y su alcance que pretende la investigación, destacando aquellos puntos indispensables para tratar en la entrevista. Se dispondrán de preguntas abiertas teniendo en cuenta la población existente, en la que vincule los principales aspectos acerca del servicio de transporte urbano y su calidad a los usuarios del cantón La Libertad.

Cuestionario: Estará compuesto de preguntas que van de acuerdo a las variables establecidas en el estudio de investigación, el formato de las preguntas será cerrado con varias alternativas de respuesta, que han sido desarrolladas de manera clara, para que el encuestado que son estudiantes de colegios y usuarios de diferentes barrios del cantón La Libertad respondan de acuerdo a su criterio, además el diseño de encuesta dispondrá solamente de preguntas importantes y de fácil interpretación.

Ficha de Observación: Las fichas de observación permitieron conocer aquellas debilidades que mantiene las unidades de transporte que posee la compañía para transportar a los usuarios por los barrios del cantón La Libertad. Para aplicar esta técnica se realizó una guía que contiene puntos importantes basados en temas como el estado de la infraestructura de las unidades, las paradas, la subida y bajada de pasajeros entre otros. Todos estos temas serán de acuerdo al objetivo y variable del estudio de investigación de la calidad del servicio.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los resultados de la entrevista a representantes de la compañía Salisel.

La entrevista fue dirigida a representantes de la compañía Salisel como directivos (Presidente y Gerente), socios y colaboradores.

1. ¿Cuál es el estado actual de los buses que pertenecen a la compañía Salisel para ofrecer el servicio a sus usuarios?

De acuerdo a la información facilitada por los miembros pertenecientes a la compañía de transporte Salisel, el estado físico de los buses que circulan por las distintas calles del cantón La Libertad se encuentra en excelentes condiciones, no obstante, la totalidad de flota de buses no ha sido renovada, por consecuencia algunas de esos buses se mantienen con alguna irregularidad que no afecta al servicio en general pero en si en la comodidad del pasajero. Según los proyectos que están en desarrollo la compañía plantea ejecutar una renovación total de la flota de buses para beneficiar a la población de La Libertad ofreciendo un servicio de calidad y confort. La compañía cuenta actualmente con 31 buses para el servicio de transporte.

2. ¿El servicio que ofrece la compañía Salisel es accesible para todo tipo de usuario?

Las autoridades manifestaron que generalmente el servicio de transporte es dirigido a todo público sin restricción alguna, aunque en ciertas ocasiones existen

usuarios que están incapacitados de poder tomar el servicio; actualmente la compañía de transporte Salisel está preparada para ese tipo de usuarios porque siempre se da prioridad y se tiene paciencia con personas embarazadas o adultos mayores. En la mayoría de buses está señalizado este tipo de preferencias especialmente de asientos reservados y descuento en el pasaje en personas de tercera de edad. Aunque en casos especiales, haciendo referencia en personas discapacitadas, sería difícil poder brindarle el servicio de la manera que ellos se merecen porque actualmente los buses no poseen subidas adecuadas para ellos, pero la intención de la compañía en un futuro es brindar el servicio a todo tipo de usuarios mediante el servicio inclusivo.

3. ¿Considera que es necesario para la compañía que todo su personal participe en capacitaciones de atención al cliente y calidad de servicio?

En consideración a esta pregunta los miembros de la compañía en su mayoría respondieron que si se establecen capacitaciones que van de 2 a 3 veces por cada año, es decir que consideran que estar capacitados es sumamente importante para el buen servicio con sus clientes. En el caso de las capacitaciones que se implementan en la compañía son sobre atención al cliente y ley de reglamento de tránsito, a estas capacitaciones asisten el total de sus miembros porque ha favorecido en la atención y servicio en los últimos tiempos. No se establecen capacitaciones más regulares debido a que en la planificación y ejecución de las mismas se invierte una gran cantidad de recursos de la compañía. Finalmente consideran que la capacitación es muy indispensable para la organización.

4. ¿Qué tipo de comunicación posee la compañía Salisel con sus usuarios para la obtención de información relacionada al servicio que brinda?

Respecto a esta interrogante los miembros de la compañía expresaron que se mantiene el sistema tradicional, donde el usuario muestra su inconformidad a través de un escrito incluyendo su información personal donde manifiesta estar satisfecho o insatisfecho con el servicio que le ofrecen. Las autoridades de la compañía Salisel no consideran que las redes sociales sean una manera efectiva en comunicación, debido a que los usuarios no mantienen prudencia y control a la hora de comentar. Si se plantean ejecutar nuevas formas de comunicación en un determinado momento porque la intención es saber lo que el usuario actualmente está necesitando en el servicio.

5. ¿Considera usted que el servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios es seguro para ellos?

Según la información que se obtuvo de los miembros entrevistados manifestaron que el servicio se encuentra en condiciones muy seguras, debido a que se toman muchas precauciones principalmente en capacitaciones a los choferes de los buses, además que los buses están monitoreados a través de GPS y su estado físico en su mayoría está en buenas condiciones. No obstante algunos buses por estar renovados carecen de equipamiento de seguridad internamente, es decir no poseen cámaras de seguridad aunque esa instalación corresponde únicamente a la agencia nacional de tránsito, el cual está en sus respectivos procedimientos para la instalación dentro de los buses.

6. ¿La compañía Salisel está en capacidad de innovar a gran escala su servicio de transporte en los próximos años?

En lo que se refiere a la innovación principalmente las autoridades de la compañía opinaron que actualmente se ha innovado en gran parte los buses, la infraestructura de las oficinas, el equipamiento satelital y la organización de los puestos de trabajo. El interés de toda empresa que brinda un servicio es siempre innovar en gran magnitud, pero se necesita mucho presupuesto; según lo expuesto por los socios entrevistados manifestaron que es muy necesario equipar a la compañía con buses grandes y modernos, pero la accesibilidad a créditos para inversión es complicada, y estar afiliado a la empresa actualmente es contar con un bus que brinde un servicio de calidad y comodidad para todo tipo de usuario. Finalmente la compañía está desarrollando proyectos muy ambiciosos, que renovaran el servicio en los próximos años, para alcanzar un grado alto de satisfacción en los usuarios dentro del cantón La Libertad.

7. ¿Existe o ha existido atención presencial al usuario de la compañía Salisel en los últimos tiempos?

En cuanto a esta pregunta, los entrevistados principalmente; el gerente y socios coincidieron comentar que la compañía no posee este tipo de atención con el cliente, de acuerdo a las capacitaciones que se realizan de atención al cliente, este programa fortalece el conocimiento y trato que tiene el chofer del bus o personal en las oficinas con los usuarios, por consecuencia no consideran necesario este tipo de atención, sin embargo tenerlo en cuenta en el servicio es sumamente

importante ya que la atención de este tipo favorece en gran medida la fidelidad con el usuario y logra llenar sus expectativas con un trato acorde a lo que el cliente demande.

8. ¿Cuáles han sido las consecuencias de un cliente insatisfecho con el servicio de transporte que brinda la compañía Salisel?

Mediante el comentario del presidente de la compañía, manifestó que la empresa siempre pretende poseer usuarios que de acuerdo al servicio que se le ofrece mantengan un nivel alto en satisfacción con el servicio. Sin embargo, por diferentes motivos existen inconformidades que afectan al usuario y los mismos tienen un efecto que afligen a la organización. Según los entrevistados manifestaron que se presentan consecuencias como mal imagen de empresa, bajo nivel de reputación por parte de la ciudadanía y demandas por parte de los usuarios; así mismos se han identificado inconformidades del usuario en base a situaciones como costo del pasaje, paradas irregulares, manera imprudente de conducir del chofer y exceso de velocidad. En conclusión, según todos los aportes obtenidos se considera que un usuario insatisfecho si afecta en gran medida a la compañía, y se ha preocupado ir cambiando esta situación mediante implementación de programas de mejoramiento para reducir todas las inconformidades presente.

El colaborador entrevistado manifestó que en toda organización existen inconformidades de los usuarios, y no es únicamente la compañía de transporte Salisel; puesto que la misma trata de ir mejorando el servicio.

3.2 Análisis de resultados de la encuesta dirigida a los usuarios de la compañía de transporte Salisel perteneciente al cantón La Libertad.

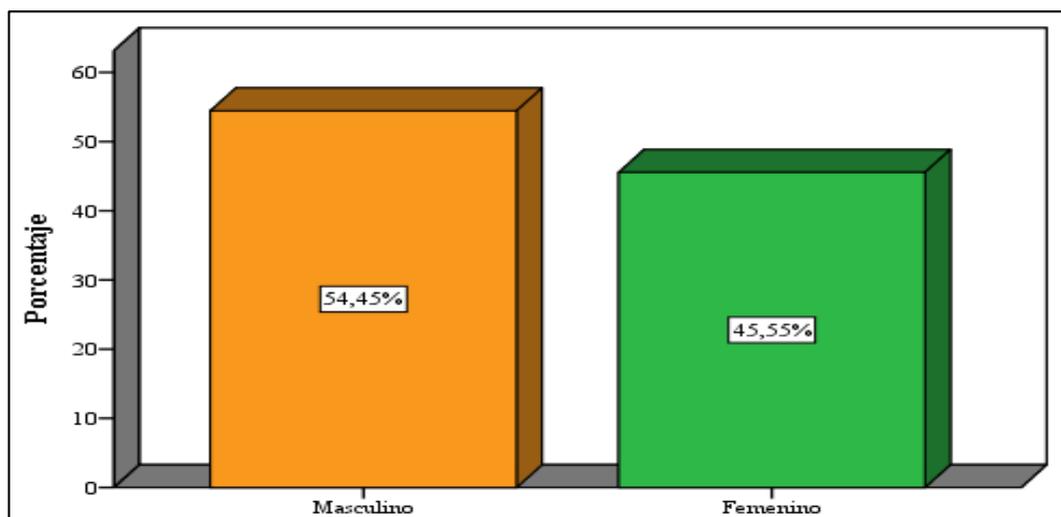
Tabla 3. Género de los usuarios de la compañía Salisel

Género				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	208	54,5%	54,5%
	Femenino	174	45,5%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 1. Género



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

De los usuarios encuestados, un total de 382 personas ocupan el servicio de la compañía de transporte Salisel, se observa que existió un mayor número de personas que pertenecen al género masculino respecto al género femenino. Concluyendo que la mayoría de usuarios que ocupan el servicio de todos los encuestados son masculinos.

Nivel de instrucción de los usuarios

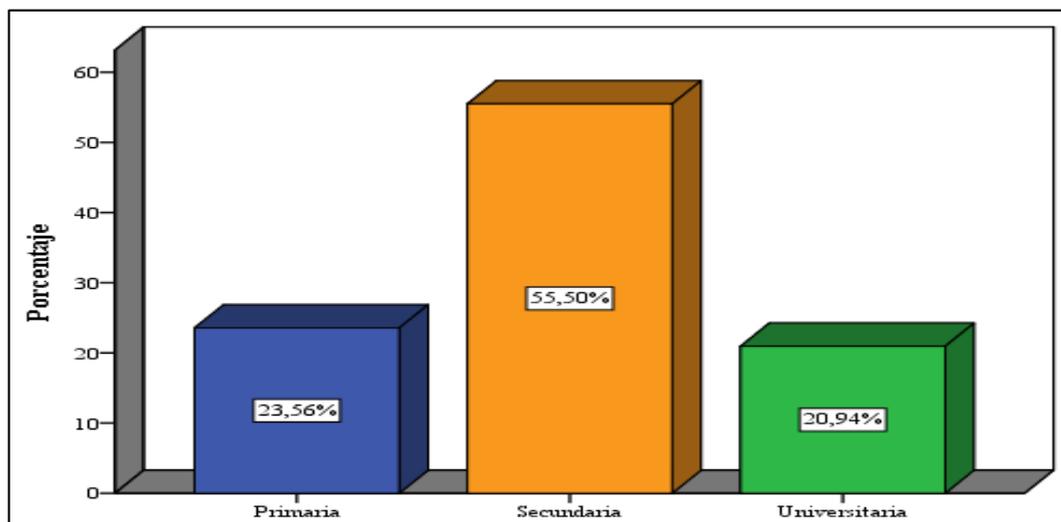
Tabla 4. Nivel de instrucción de los usuarios

Nivel de Instrucción				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	90	23,6%	23,6%
	Secundaria	212	55,5%	79,1%
	Universitaria	80	20,9%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 2. Nivel de instrucción



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

De los resultados obtenidos en los usuarios de la compañía Salisel se observa una mayor proporción de personas que tienen una instrucción secundaria, seguido quienes poseen estudios primarios y finalmente con porcentaje inferior la formación universitaria. La obtención de información se desarrolló en distintos barrios, centros escolares y domicilios donde se puede evidenciar que la instrucción secundaria existe mayor número de usuarios que mantienen dicha instrucción académica.

Pregunta 1. ¿Considera usted que la compañía de transporte Salisel posee buses que mantienen el estado físico adecuado tanto en el interior como el exterior de la unidad?

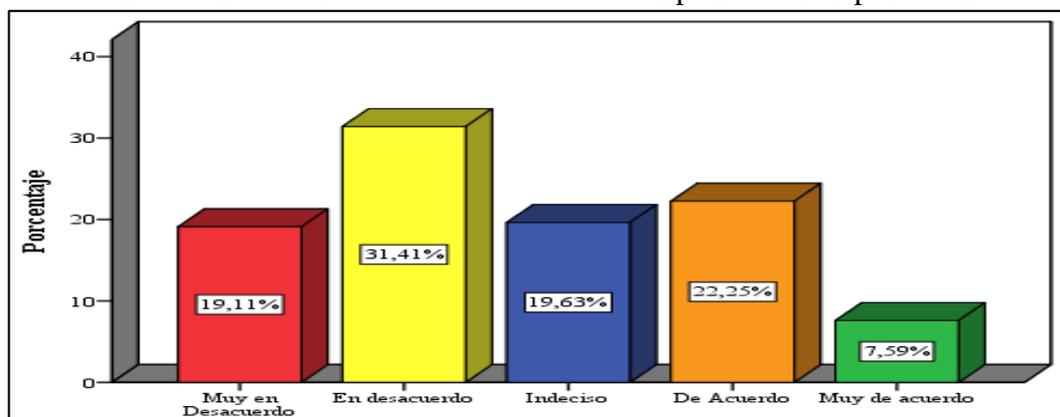
Tabla 5. Estado físico de los buses de la compañía de transporte Salisel

¿Considera usted que la compañía de transporte Salisel posee buses que mantienen el estado físico adecuado tanto en el interior como el exterior de la unidad?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en Desacuerdo	73	19,1%	19,1%
	En desacuerdo	120	31,4%	50,5%
	Indeciso	75	19,6%	70,2%
	De Acuerdo	85	22,3%	92,4%
	Muy de acuerdo	29	7,6%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 3. Estado físico de los buses de la compañía de transporte Salisel



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

En cuanto a los resultados obtenidos de la encuesta realizada, se observa que existe un mayor porcentaje de usuarios que manifiestan que la compañía de transporte Salisel no posee buses en buen estado físico lo que genera inconformidad al usuario cuando toma el bus para transportarse, mientras que lo contrario un porcentaje menciona que ciertos buses sin mantienen un buen estado físico.

Pregunta 2. ¿Cree usted que la accesibilidad al servicio de transporte es considerada para todo usuario dentro del cantón La Libertad?

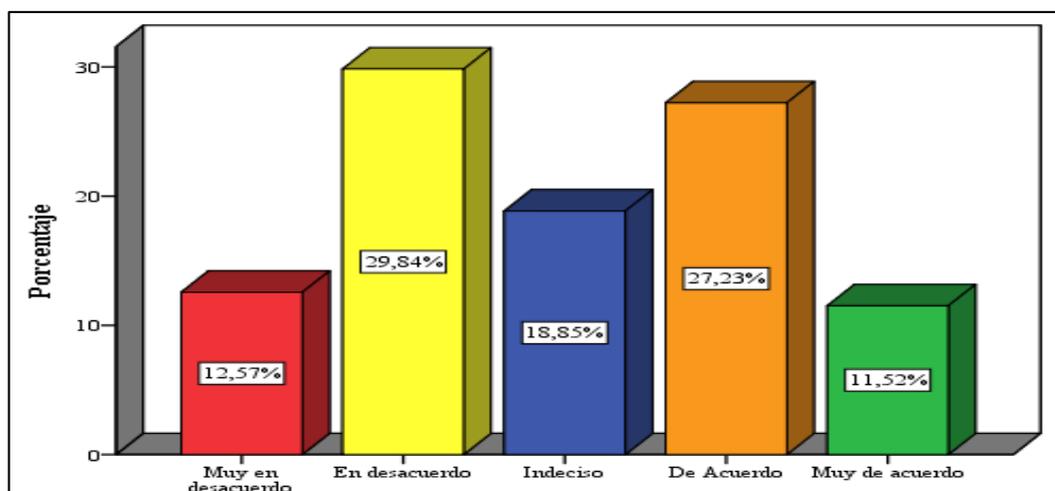
Tabla 6. La accesibilidad del servicio al usuario en el cantón La Libertad
¿Cree usted que la accesibilidad al servicio de transporte es accesible para todo usuario dentro del cantón La Libertad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	48	12,6%	12,6%
	En desacuerdo	114	29,8%	42,4%
	Indeciso	72	18,8%	61,3%
	De Acuerdo	104	27,2%	88,5%
	Muy de acuerdo	44	11,5%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 4. La accesibilidad del servicio al usuario en el cantón La Libertad



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Según los resultados obtenidos, se evidencia que dentro de la accesibilidad al servicio de transporte, los usuarios no perciben que el servicio sea para todo público, debido a que un porcentaje está en desacuerdo que la compañía este en capacidad de dar accesibilidad a todo tipo de usuarios los cuales son personas discapacitadas, menores de edad y adultos mayores.

Pregunta 3. ¿Considera usted que los choferes y colaboradores de la compañía Salisel necesitan capacitaciones sobre calidad de servicio y atención al cliente?

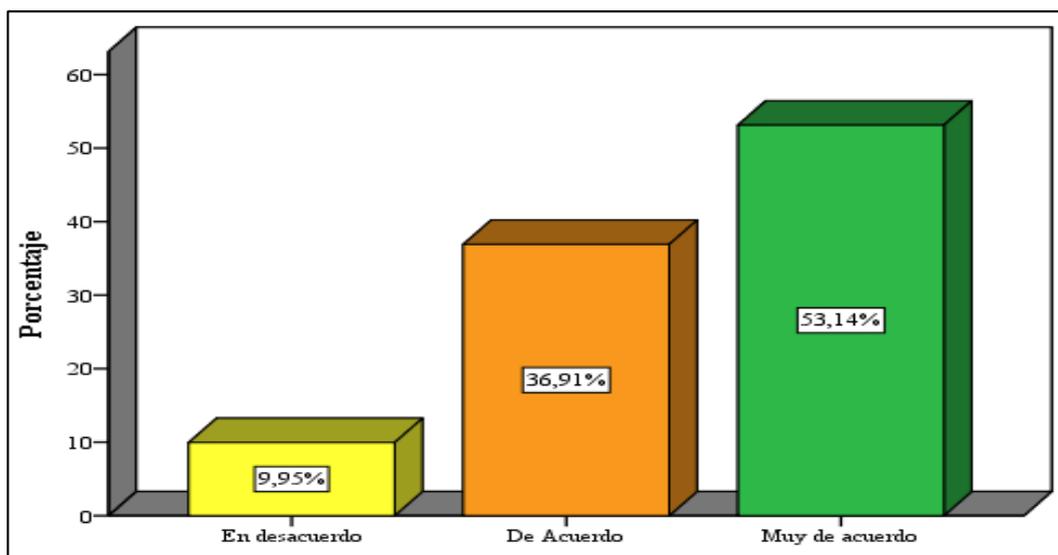
Tabla 7. Capacitaciones a choferes y colaboradores de la compañía Salisel

¿Considera usted que los choferes y colaboradores de la compañía Salisel necesitan capacitaciones sobre calidad de servicio y atención al cliente?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	38	9,9%	9,9%
	De Acuerdo	141	36,9%	46,9%
	Muy de acuerdo	203	53,1%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 5. Capacitaciones a choferes y colaboradores de la compañía Salisel



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Según los resultados obtenidos se observa que en su mayoría de personas encuestadas considera que los choferes de la compañía necesitan capacitaciones sobre atención al cliente y calidad de servicio para mejorar el servicio que ofrece actualmente, estas capacitaciones deben ser dirigidas a los choferes debido a que el usuario no recibe en buen trato cuando toma el servicio.

Pregunta 4. ¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?

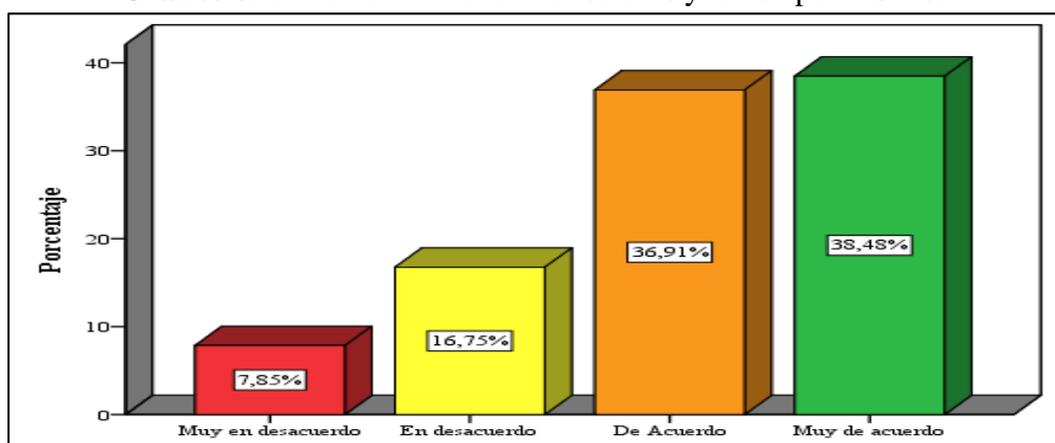
Tabla 8. La comunicación entre usuarios y la compañía Salisel

¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	30	7,9%	7,9%
	En desacuerdo	64	16,8%	24,6%
	De Acuerdo	141	36,9%	61,5%
	Muy de acuerdo	147	38,5%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 6. La comunicación entre usuarios y la compañía Salisel



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

En esta pregunta se obtuvo respuestas en un margen mayor de los encuestados que consideran que la comunicación respecto al servicio de transporte si proporcionara el mejoramiento del transporte, el criterio de la mayoría de los usuarios de la compañía de transporte Salisel coincide que la empresa no establece comunicación con ellos y desconocen las formas de hacer un reclamo o presentar alguna queja.

Pregunta 5. ¿Considera usted que el servicio de transporte está equipado con cámaras, salida de emergencia y botón de pánico para la seguridad del usuario?

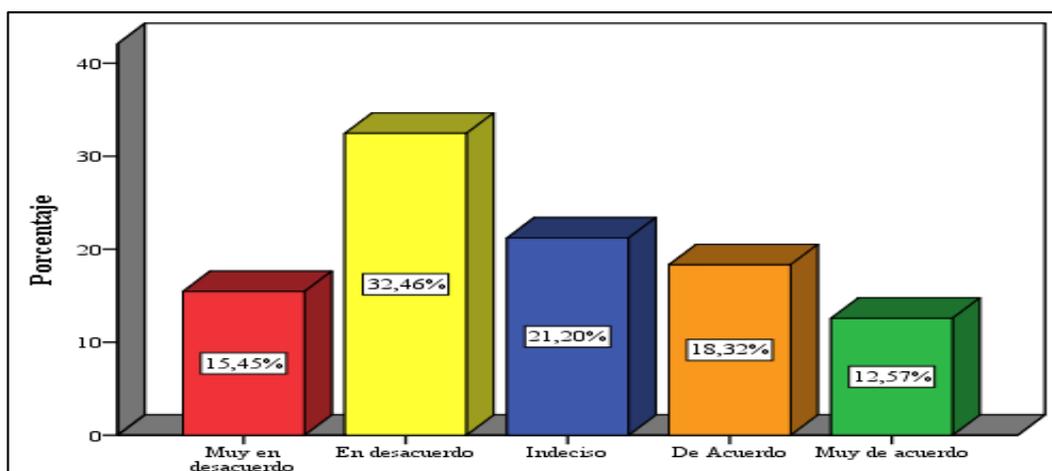
Tabla 9. Seguridad en el servicio para el usuario

¿Considera usted que el servicio de transporte está equipado con cámaras, salida de emergencia y botón de pánico para la seguridad del usuario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	59	15,4%	15,4%
	En desacuerdo	124	32,5%	47,9%
	Indeciso	81	21,2%	69,1%
	De Acuerdo	70	18,3%	87,4%
	Muy de acuerdo	48	12,6%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 7. Seguridad en el servicio para el usuario



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

En relación a la seguridad en el servicio, existe un alto porcentaje de usuarios que manifiestan que los buses no están equipados con la seguridad necesaria para brindar a los pasajeros tranquilidad al viajar, es decir, que solamente un 50% de la flota vehicular posee seguridad para el servicio a sus usuarios en cámaras, salidas de emergencias y botón de pánico, la ausencia de estos equipos genera inconformidad al usuario cuando utiliza los buses de la compañía.

Pregunta 6. ¿Cree que el nivel profesional de los miembros de la compañía Salisel es suficiente para el servicio actual?

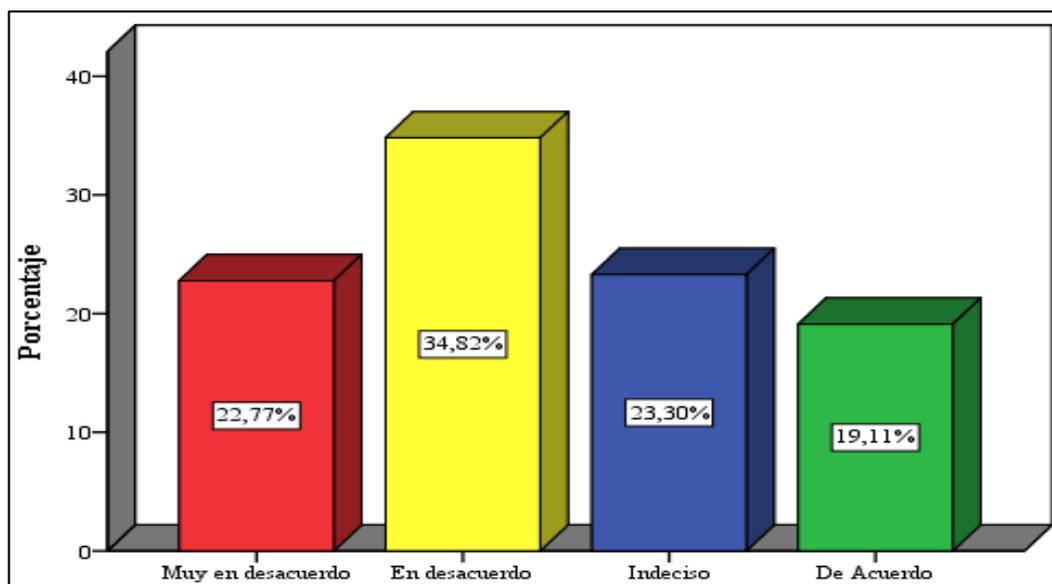
Tabla 10. El nivel profesional de la compañía en el servicio

¿Cree usted que el nivel profesional de la compañía Salisel es suficiente para el servicio actual?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	87	22,8%	22,8%
	En desacuerdo	133	34,8%	57,6%
	Indeciso	89	23,3%	80,9%
	De Acuerdo	73	19,1%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 8. El nivel profesional de los miembros de la compañía en el servicio



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

De los resultados obtenidos, se muestra que existe un porcentaje mayor que considero que el nivel profesional de los miembros de la compañía al servicio de transporte no es suficiente, por lo que los usuarios consideran que los miembros de la compañía Salisel necesitan más preparación y conocimientos principalmente en el trato con el cliente y preparación académica.

Pregunta 7. ¿Considera usted que la puntualidad en el servicio de transporte es la adecuada para el usuario?

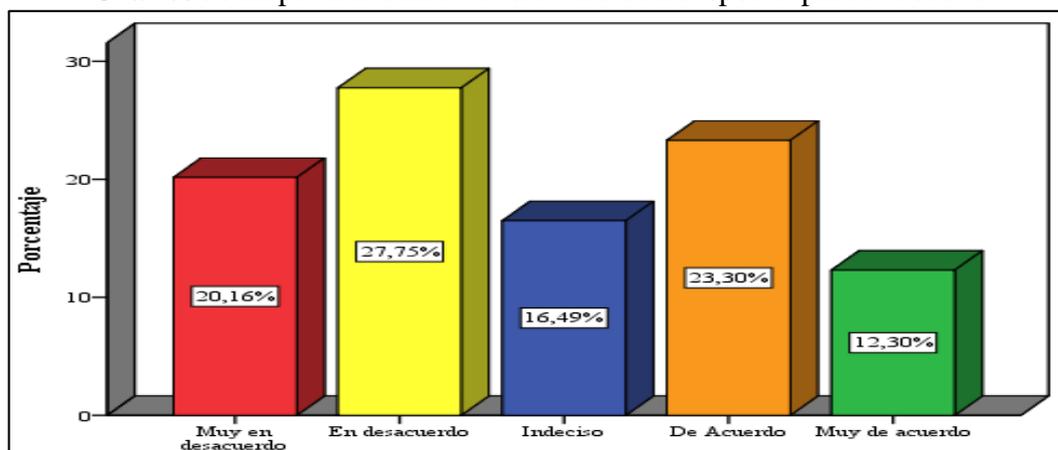
Tabla 11. La puntualidad en el servicio de transporte para el usuario

¿Considera usted que la puntualidad en el servicio de transporte es la adecuada para el usuario?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	77	20,2%	20,2%
	En desacuerdo	106	27,7%	47,9%
	Indeciso	63	16,5%	64,4%
	De Acuerdo	89	23,3%	87,7%
	Muy de acuerdo	47	12,3%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 9. La puntualidad en el servicio de transporte para el usuario



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Según los encuestados respecto a la puntualidad en el servicio de transporte mencionan que el servicio de la compañía Salisel no es puntual en sus recorridos generando inconvenientes a los usuarios al transportarse a sus destinos, y finalmente un porcentaje significativo manifiesta que la puntualidad en el servicio es la adecuada para el usuario debido a que ciertos buses si mantienen el recorrido de manera rápida y organizada.

Pregunta 8. ¿Actualmente considera que la compañía Salisel es eficaz en el servicio que ofrece a sus usuarios?

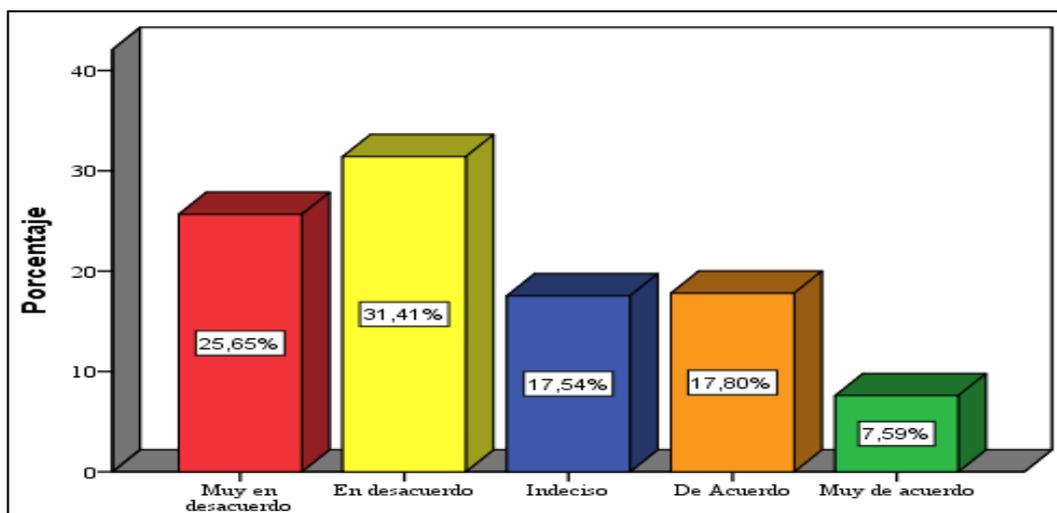
Tabla 12. Eficacia en el servicio de transporte

¿Actualmente considera que la compañía Salisel es eficaz en el servicio que ofrece a sus usuarios?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	98	25,7%	25,7%
	En desacuerdo	120	31,4%	57,1%
	Indeciso	67	17,5%	74,6%
	De Acuerdo	68	17,8%	92,4%
	Muy de acuerdo	29	7,6%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 10. Eficacia en el servicio de transporte



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Según los usuarios encuestados, se ilustra que existe un gran porcentaje que menciona que el servicio que ofrece la compañía de transporte Salisel no es eficaz para los usuarios, el criterio de los pasajeros coincide que al servicio carece de características de calidad en los buses o el trato del chofer, el cual genera que se vean inconformes por las ausencias que presentan al momento de viajar.

Pregunta 9. ¿Considera que el servicio de transporte actualmente que ofrece la compañía Salisel posee características de innovación?

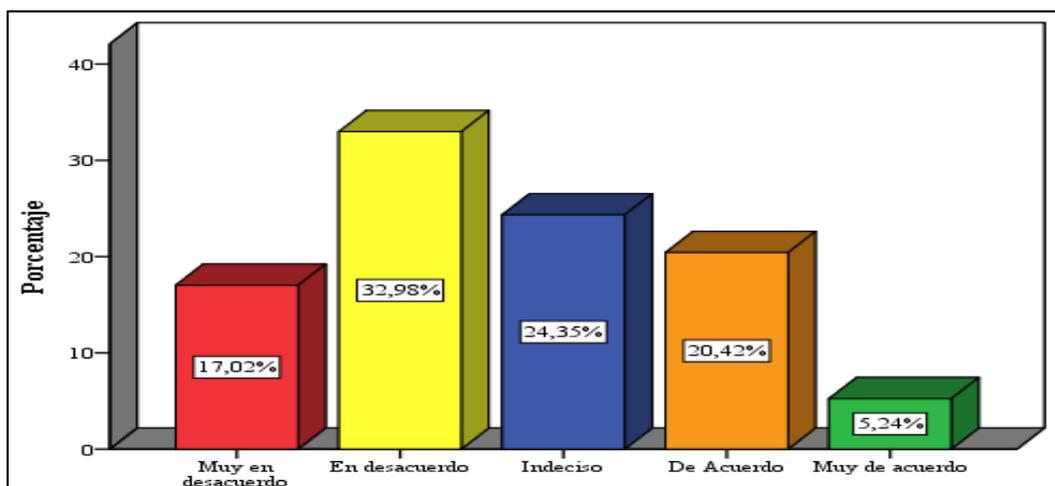
Tabla 13. Innovación en el servicio de transporte

¿Considera que el servicio actualmente de la compañía Salisel posee características de innovación?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	65	17,0%	17,0%
	En desacuerdo	126	33,0%	50,0%
	Indeciso	93	24,3%	74,3%
	De Acuerdo	78	20,4%	94,8%
	Muy de acuerdo	20	5,2%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 11. Innovación en el servicio de transporte



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

De los resultados alcanzados en las encuestas aplicadas a los usuarios, se observa que existe un alto porcentaje que manifiesta que la compañía no ha implementado innovación al servicio en los últimos tiempos, debido a que no se ven renovaciones de buses en comparación con la competencia, aunque por otra parte un porcentaje muy importante expresa que la compañía cuenta con características de innovación en el servicio de transporte que se ven evidenciados actualmente.

Pregunta 10. ¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?

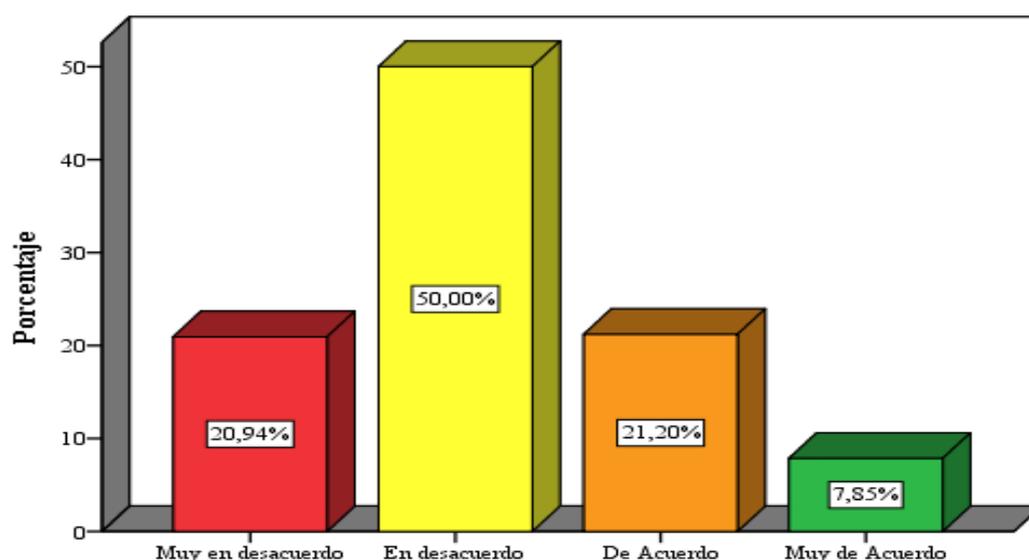
Tabla 14. Calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios

¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	80	20,9%	20,9%
	En desacuerdo	191	50,0%	70,9%
	De acuerdo	81	21,2%	92,1%
	Muy de acuerdo	30	7,9%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 12. Calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Se observa que un elevado porcentaje de usuarios encuestados respecto a la satisfacción en la calidad de servicio manifiestan que no satisface sus necesidades al momento de viajar a diferentes puntos del cantón La Libertad, por lo tanto se evidencia que el nivel de satisfacción de los clientes es bajo, debido a que el servicio actual no logra cumplir las expectativas del usuario.

Pregunta 11. ¿Cree que la compañía Salisel ofrece atención personalizada a sus usuarios?

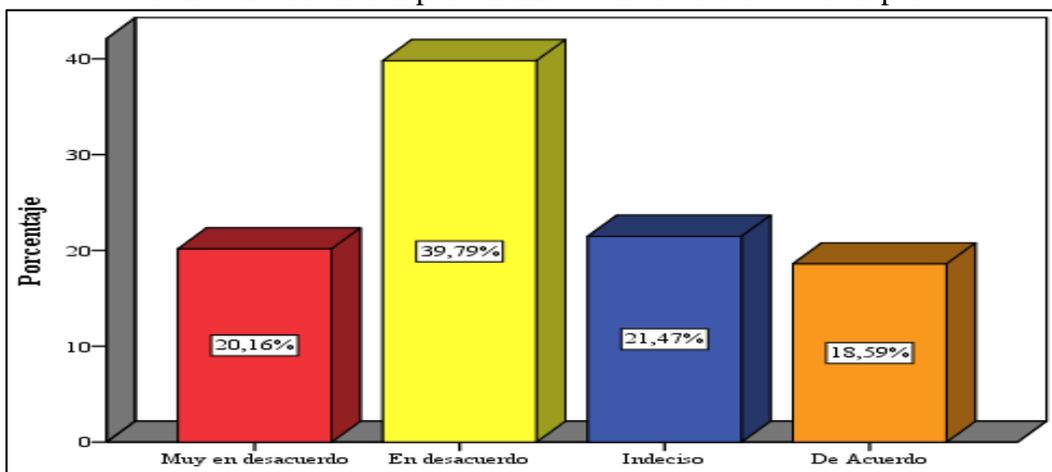
Tabla 15. Atención personalizada en el servicio de transporte

¿Cree que la compañía ofrece atención personalizada a sus usuarios?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	77	20,2%	20,2%
	En desacuerdo	152	39,8%	59,9%
	Indeciso	82	21,5%	81,4%
	De Acuerdo	71	18,6%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 13. Atención personalizada en el servicio de transporte



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Según los resultados de los encuestados respecto a la atención personalizada, se evidencia de acuerdo a los gráficos que existe un mayor número de usuarios que no ha percibido que existe atención personalizada, los usuarios creen necesario que la que la compañía de transporte Salisel para ofrecer una mejor atención a sus clientes sean estos los choferes en los buses o los colaboradores cuando el usuario necesite presentar algún reclamo.

Pregunta 12. ¿Percibe calidad en el servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios?

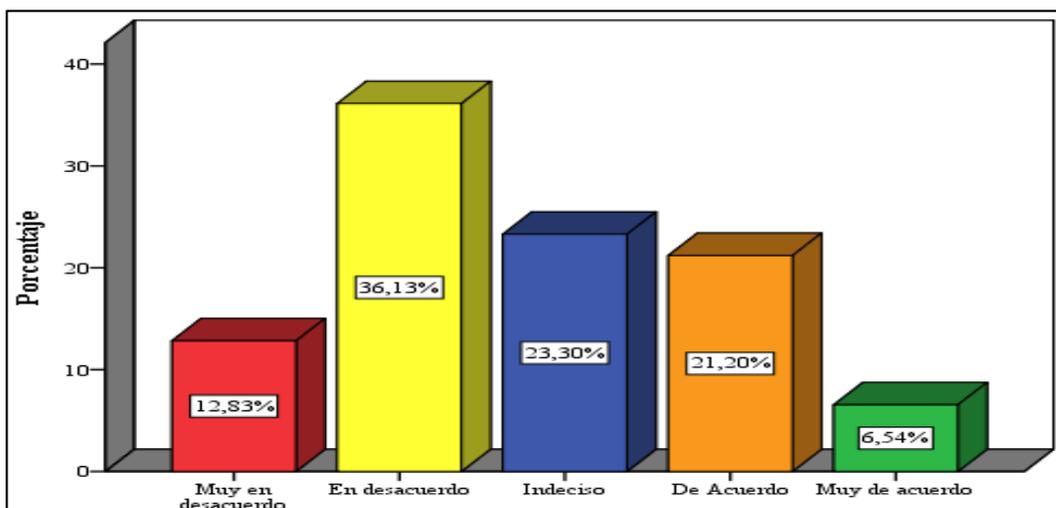
Tabla 16. Percepción de calidad en el servicio

¿Percibe calidad en el servicio que ofrece la compañía a sus usuarios?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	49	12,8%	12,8%
	En desacuerdo	138	36,1%	49,0%
	Indeciso	89	23,3%	72,3%
	De Acuerdo	81	21,2%	93,5%
	Muy de acuerdo	25	6,5%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 14. Percepción de calidad en el servicio



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Se puede observar que la opinión de un alto número de encuestados manifestaron no percibir calidad en el servicio de transporte, debido a ciertas falencias que posee que se presentan en la actualidad, el gráfico refleja que actualmente el servicio de la compañía de transporte Salisel presenta debilidades que están afectando la calidad y el desempeño en el servicio para sus usuarios.

Pregunta 13. ¿Considera usted que un usuario insatisfecho con el servicio de transporte trae consecuencias a la compañía Salisel?

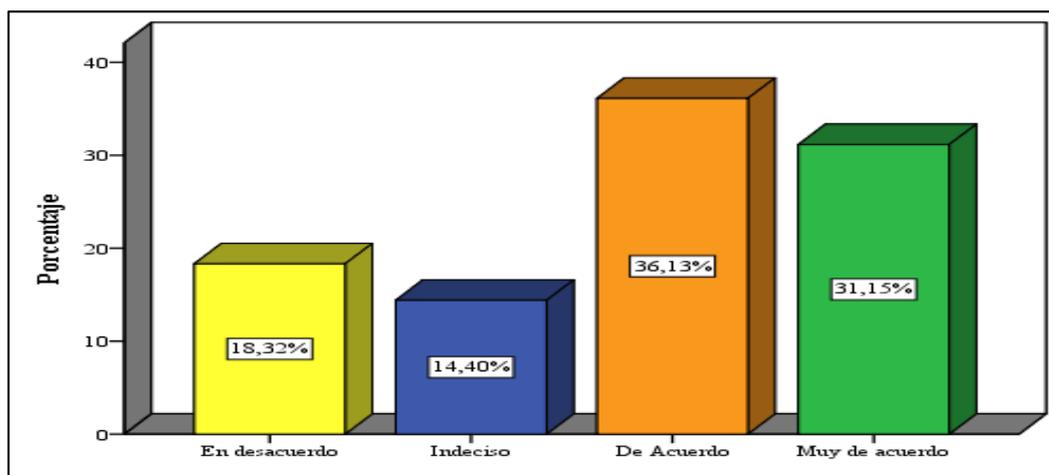
Tabla 17. Consecuencias del cliente insatisfecho para la compañía

¿Considera usted que la insatisfacción del usuario en el servicio de transporte trae consecuencias a la compañía Salisel?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	70	18,3%	18,3%
	Indeciso	55	14,4%	32,7%
	De Acuerdo	138	36,1%	68,8%
	Muy de acuerdo	119	31,2%	100,0%
	Total	382	100,0%	

Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Gráfico 15. Consecuencias del cliente insatisfecho para la compañía



Fuente: Usuarios de la compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

En cuanto a la insatisfacción del usuario y las consecuencias para compañía, se ilustra que existe un alto porcentaje de opiniones que mencionan estar de acuerdo que ofrecer un servicio ineficiente afecta a la compañía, en el gráfico se hace evidente el criterio favorable por parte de los usuarios de la compañía de transporte Salisel en considerar que la situación del nivel de satisfacción que poseen es bajo.

3.3 Análisis de los resultados de la observación

Mediante la observación se pudo constatar el servicio de transporte urbano de las líneas que pertenecen a la compañía, enfocándonos en el estado del buses, la seguridad para el usuario y la accesibilidad de usuarios con limitaciones o discapacidades.

Las tres observaciones se realizaron en distintos horarios y días, siendo la línea 1 a las 6:00 PM del día 26/10/2018, la línea 2 a las 7:00 AM del día 27/10/2018 y finalmente la línea 6 a las 4:00 PM del día 29/10/2018. Estos horarios fueron establecidos debido a que en este tiempo la afluencia de usuarios es mayor al resto del día.

Los recorridos de los buses donde se aplicó la observación fueron desde el paradero de la UPSE hasta el centro de la Libertad en la línea 1, la línea 2 desde estación del sector Velasco Ibarra hasta el barrio 28 de mayo y finalmente la línea 6 que inicio desde el barrio 5 de Junio hasta el colegio Luis Celleri Avilés.

Como primer indicador se pudo verificar el estado del bus, es decir en el interior, en si el bus de la línea 1 no prestaba el espacio amplio que todo usuario necesita, los asientos eran muy pequeños y pocas veces era posible compartir con otra persona. En conclusión brindaba un ambiente no adecuado para la satisfacción del usuario

Con respecto al bus de la línea 2 en cuanto al espacio era amplio para poder albergar casi a 40 pasajeros, su ambiente era muy acogedor debido a que el bus

era literalmente nuevo, también los asientos eran cómodos y amplios, además algo que destaca mucho del bus es que permanece limpio a pesar de estar sobrepasado el medio día de servicio.

Según el estado del bus de la línea 6, este fue diferente al de la línea 2, el bus no disponía de un espacio amplio y su ambiente no era acogedor, sus asientos eran pequeños y no eran cómodos y además el bus no prestaba las condiciones de limpieza adecuada..

En todas las líneas el comportamiento de los conductores es bueno, se mostraban amables, mantenían precaución en su recorrido y ante todo siempre existía el respeto hacia señales de tránsito y paradas establecidas para dejar o recoger pasajeros, la mayor parte de esos pasajeros eran estudiantes de colegio que iban o salían de sus jornadas de clases especialmente en las líneas 1 y 2.

Con respecto a la accesibilidad a las diferentes líneas de la compañía de transporte Salisel se aplicaron las siguientes observaciones, en primer lugar la línea 1 durante la aplicación del instrumento no se fueron ocupadas por personas discapacitadas o de tercera edad. Mientras que en la línea 2 el bus era muy accesible para personas discapacitadas y mujeres embarazadas por efecto el chofer daba prioridad a este tipo de usuarios; y finalmente en la línea 6, se podía acoger a estas personas en un reducido número debido al limitado espacio y regular ambiente acogedor del bus no eran preferidas.

En todas las líneas estaba señalizada la preferencia de asientos para personas embarazadas, discapacitadas y de tercera edad, esto ofrece una buena imagen de la

compañía al usuario, y los clientes perciben que son bienvenidos a tomar el servicio.

3.4 Limitaciones

Durante la investigación realizada no hubo buena acogida por parte de los dirigentes de la compañía, principalmente a la hora de levantar información, el presidente y gerente como autoridades colaboraron voluntariamente con información relevante acerca de la compañía y ofrecieron respuestas no tan detalladas como se hubiese querido.

Los colaboradores en su mayoría no aceptaron realizar la entrevista y se limitaron ofrecer más detalles de la información de la compañía, el inconveniente que más se evidenció en la visita a la compañía fue la ausencia de los dirigentes en las oficinas debido a que estos señores realizan actividades externas y por ende su presencia es poco frecuente. Por tal razón fue muy difícil de poder ejecutar la entrevista el día planificado, trasladando a otro día, en el que los dirigentes estaban desocupados.

Así mismo puedo acotar que fue difícil obtener información de la compañía objeto del presente estudio, principalmente de socios, debido a que su mayoría no se encuentra trabajando en la ciudad de La Libertad, se prohibió que se tomaran fotos a los colaboradores de la compañía cuando se realizaron las encuestas. También durante las encuestas se evidenciaron limitantes, principalmente usuarios que mencionaban estar ocupados y apurados para llenar la encuesta cuando se les pidió.

Finalmente las máximas autoridades de la compañía Salisel dieron la apertura para ejecutar el trabajo de investigación y evidenciar en un tiempo a través de los resultados obtenidos una solución al servicio que actualmente está brindado a los usuarios del cantón La Libertad.

3.5 Resultados

Los resultados obtenidos de la investigación efectuada proporcionan información muy importante sobre el servicio que ofrece la compañía de transporte urbano Salisel a los usuarios en el cantón La Libertad, el principal objetivo es verificar si existe calidad en el servicio que ofrece la compañía a sus usuarios y de la misma manera comprobar el nivel de satisfacción de la población encuestada. Gracias a la información obtenida al efectuar la guía de entrevista, guía de observación y el cuestionario se intentara cubrir las necesidades en cuanto a calidad en el servicio y se logren solucionar falencias que existen para beneficio principalmente del usuario.

3.5.2 Entrevista

La entrevista como técnica de recolección de información fue utilizada en la investigación realizada al presidente y gerente general, así como a sus colaboradores y también los socios que componen la compañía de transporte urbano Salisel, el objetivo fue establecer comentarios y opiniones de aquellas personas que laboran dentro de la compañía relacionada a la situación actual en la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios. La información brindada es imprescindible e importante para el tema de investigación, las

preguntas fueron planteadas de acuerdo a las variables de la investigación. A continuación se detallan lo más importante:

Los entrevistados mencionaron que se ha venido adquiriendo buses nuevos que ofrezcan seguridad y confort al usuario, pese a que la adquisición es muy difícil debido a la falta de presupuesto de la compañía para invertir; por tal motivo los buses se encuentran en buenas condiciones. Otro punto interesante en la investigación fue la accesibilidad al servicio de transporte el cual se encontró que actualmente todo usuario puede ocupar el servicio debido a que se dan prioridad a casos especiales como personas discapacitadas o tercera edad, no obstante aun el servicio es deficiente para usuarios con discapacidad.

Según las capacitaciones atención al cliente, todos los entrevistados mencionaron que si se imparte capacitaciones de atención al cliente con el único propósito de brindar un excelente servicio y considerando la importancia de las capacitaciones, son necesarias para toda empresa. La comunicación con los clientes es importante pero la compañía no se encuentra tan enfocada en este detalle, debido a que consideran que el sistema tradicional de quejas y reclamos del usuario es únicamente presentando un reclamo mediante un escrito.

La seguridad en el servicio está completándose en todos los buses, debido a que actualmente se ha renovado la mitad de la flota, se está haciendo los tramites con la agencia nacional de tránsito para equiparlos con cámaras de seguridad, por este motivo los miembros de la compañía consideran que el servicio es seguro para el usuario. Respecto a la innovación se viene evidenciando en los últimos años que

se ha realizado un gran esfuerzo por parte de cada socio y autoridad en dotar al servicio, el equipo, buses y proyectos que aporten la calidad y generar en usuario satisfacción con el servicio.

La atención personalizada según los miembros de la compañía no considera necesaria este tipo atención, debido a que poseen programas de capacitaciones con los que llegan a obtener resultados favorables para el servicio. Y finalmente, respecto a las consecuencias que afecta un cliente insatisfecho a la compañía se evidenciaron que existen algunas inconformidades que la compañía está tratando de reducir lo más pronto posible.

3.5.3 Encuesta para los usuarios:

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios del cantón La Libertad se observa que existen usuarios mayores de edad, además se evidencia que hay un número mayor de personas del género masculino respecto al género femenino, finalmente los buses eran preferidos por personas del nivel de instrucción secundaria, el cual fue superior a los demás, estos usuarios regularmente utilizan el servicio para dirigirse a centros educativos en el caso de estudiantes, profesores y padres de familia y también a lugares de trabajo y centros comerciales en el caso del público general.

Un porcentaje de los usuarios encuestados mencionaron estar en desacuerdo que los buses de la compañía Salisel no ofrecen una adecuada condición física para el usuario, porque además de no brindar comodidad el usuario corre riesgo de no llegar a tiempo a su destino debido a que el bus puede presentar alguna falla.

Así mismo respecto al servicio de transporte público en la compañía de transporte Salisel, existieron opiniones similares, es decir que existe un grupo que están en desacuerdo con que los buses no presten las condiciones de accesibilidad, como por ejemplo vehículos con rampas para personas con discapacidad física; a todo público, mientras que el restante considera estar de acuerdo que la compañía si posee buses que pueden albergar a todo tipo de usuario. Se podría explicar estas respuestas debido a que ciertos buses son amplios, cómodos, modernos, y otros mantienen un espacio muy reducido puesto que pronto saldrán de circulación,

De acuerdo a las capacitaciones si son necesarias para colaboradores y choferes de compañía respecto a la atención del cliente, los usuarios mencionaron estar muy de acuerdo en que deberían aplicárselas, debido a que la insuficiencia de buen trato y amabilidad al usuario puede afectar plenamente a la compañía de transporte Salisel. Actualmente se evidencia en que los choferes no ofrecen un buen comportamiento trato y comportamiento.

La comunicación entre usuarios y la compañía se establezca principalmente para escuchar sus dudas, quejas y aportes para ayudar al mejoramiento del servicio de transporte, actualmente no se realiza este proceso.

Respecto al nivel profesional de la compañía, los usuarios manifestaron que la compañía no está muy preparada para el buen funcionamiento del servicio. No obstante cierto grupo encuestado mencionó que si se posee un buen nivel profesional.

La seguridad en el servicio de transporte según los resultados, indica que cierta

cantidad de buses no están equipados con cámaras de seguridad, botón de pánico y salida de emergencia, esto por consecuencia afecta a todo usuario debido a que siempre se ve en riesgo de sufrir algún accidente o robo dentro de los buses.

Así mismo, se evidencia que la compañía no brinda un servicio eficaz a los usuarios, esto por consecuencia afecta a la puntualidad en el servicio donde el usuario manifestó estar en desacuerdo que la compañía sea eficiente en la puntualidad en los recorridos de los buses.

Además los usuarios indicaron que la compañía de transporte Salisel en sus unidades no evidencia innovación, debido a que existen buses con una reducida amplitud en algunos al ofrecer el servicio. Además, esto conlleva a que el usuario no perciba calidad y por consecuencia no satisfaga su necesidad de transporte que le ofrece la compañía debido a que existe un gran margen de usuarios que mencionó no estar satisfecho con el servicio de transporte.

3.51 Observación

De acuerdo a la ficha de observación se consideró examinar el estado del servicio en buses de las 3 líneas que componen la compañía Salisel, de acuerdo al estado físicos de los buses, existe un reducido espacio entre los asientos especialmente en uno de los buses, los demás mantenían un espacio amplio; el asea muestra una imagen negativa debido a que dos de los buses observados estaban sucios e incomodaba al usuario. Otro punto importante fue la seguridad, se observó que el comportamiento del chofer rara vez fue descortés y se ofrecía amabilidad, la forma de conducir era correcta y respetaba señal de tránsito así como también las

paradas establecidas. Finalmente ofrecían prioridad a personas mayores de edad y embarazadas especialmente en los asientos, además se respetaban el descuento en el pasaje para usuarios especiales.

Se pudo verificar que el estado de los buses estaba en condiciones adecuadas.

3.5.4 Verificación de Hipótesis

Ho = Hipótesis Nula

H1 = Hipótesis alternativa

Ho = La calidad de servicio no incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel del cantón La Libertad.

H1 = La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel del cantón La Libertad.

Nivel de significación

Alfa (a): 0.05 margen de error

Grado de confianza: 95% = 0,95

Elección de la prueba estadística. Para la ejecución de la verificación de la hipótesis se tomó en consideración las preguntas número 4 y 10 aplicada a los usuarios, y además hizo uso del CHI CUADRADO, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Simbología:

χ^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia Observada

f_e = Frecuencia Esperada

Luego de establecer la formula, se prosigue a identificar la pregunta que aportara a la verificación de la hipótesis, en la que se considerara la pregunta de las variables.

Preguntas para verificación de hipótesis

1. ¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?
2. ¿Considera usted que con la calidad de servicio que le ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?

Tabla de contingencia

De acuerdo a la correlación de las variables en la investigación, es importante hacer el cálculo del chi cuadrado para la verificación de la hipótesis, para el cálculo fue necesario hacer uso de la tabla de contingencia con las dos preguntas de cada variable.

Estas preguntas se escogieron de acuerdo al grado de significancia que se evidenciaron en la encuesta realizada a los usuarios de la compañía Salisel, mediante la tabla de contingencia obtendremos el resumen de los procedimientos de los casos, frecuencias observadas y esperadas se especifican valores de

recuentos normales y esperados. Para la obtención de datos para el desarrollo de la tabla de contingencia procedimos a utilizar la herramienta estadística IBM SPSS

Tabla 18. Resumen de los procedimientos de los casos

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte? *	382	100,0%	0	0,0%	382	100,0%
¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?						

Fuente: Usuarios compañía de transporte Salisel

Elaborado por: Darwin Gustavo Sandoval Catuto

Frecuencias observadas y esperadas

Una vez establecidos los resultados del chi cuadrado obtenemos las frecuencias observadas de las encuestas realizadas, pero además es muy necesario incluir las frecuencias esperadas, es necesario calcularlo de acuerdo a la siguiente fórmula que se muestra a continuación:

$$f_e = \frac{(total\ o\ marginal\ de\ la\ fila)(total\ o\ marginal\ de\ la\ columna)}{N}$$

Tabla 19. Tabla de contingencia

		¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?					Total
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De Acuerdo	Muy de Acuerdo		
¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?	Muy en desacuerdo	Recuento	9	14	4	3	30
		Recuento esperado	6,3	15,0	6,4	2,4	30,0
	En desacuerdo	Recuento	14	39	8	3	64
		Recuento esperado	13,4	32,0	13,6	5,0	64,0
	De Acuerdo	Recuento	28	55	48	10	141
		Recuento esperado	29,5	70,5	29,9	11,1	141,0
	Muy de acuerdo	Recuento	29	83	21	14	147
		Recuento esperado	30,8	73,5	31,2	11,5	147,0
Total		Recuento	80	191	81	30	382
		Recuento esperado	80,0	191,0	81,0	30,0	382,0

Grados de Libertad. Los grados de libertad es aquel valor que se estima al número de rangos independientes, el cual puede relacionarse con la cantidad de

ocasiones cuando se hace uso la información de la muestra. Es muy importante para determinar el chi – cuadrado (De La Cruz- Oré, 2013, pág. 2).

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

$GL = (4 - 1) (4 - 1)$

$GL = (3) (3)$

$GL = 9$

Así pues, una vez conseguido el valor del Chi– cuadrado donde se muestra que los grados de libertad fueron 9 con un nivel de significación de 0.05, entonces el valor de la tabla es 16,92%.

Tabla 20. Pruebas de Chi- Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,679 ^a	9	,002
Razón de verosimilitud	26,021	9	,002
Asociación lineal por lineal	1,625	1	,202
N de casos válidos	382		

a. 1 casillas (6,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,36.

Fuente: Usuarios compañía Salisel

Elaborador por: Darwin Gustavo Sandoval Catuto

Interpretación

Con respecto a la interpretación del resultado se especifica que el chi cuadrado que se obtuvo fue de 26,679 muy mayor al valor de la tabla que fue de 16,919, en efecto se rechaza la hipótesis nula generando que se acepte la hipótesis alternativa, la cual es: La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel del cantón del La Libertad.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Nombre de la propuesta

Estrategias de calidad de servicio para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios en la compañía de transporte Salisel.

4.1.1 Introducción de la propuesta

La siguiente propuesta denominada estrategias de calidad de servicio para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios en la compañía de transporte Salisel, proporcionara a todos los miembros pertenecientes a la empresa poseer herramientas importantes que pueden emplearse para el mejoramiento en ciertos aspectos del servicio de transporte.

La propuesta dirigida a la compañía Salisel contara con actividades relacionadas a las estrategias de calidad de servicio para la buena atención a sus usuarios, así mismo es importante considerar algunos aspectos que puedan cubrir las respectivas debilidades que se diagnosticaron en la investigación realizada, específicamente las estrategias fundamentales que deben conservar para ofrecer una excelente calidad de servicio.

Con la aplicación de la propuesta se pretende que el grado de satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel aumente considerablemente respecto a la situación actual debido a que los usuarios se encuentran inconformes con la calidad de servicio que están recibiendo.

4.1.2 Justificación de la propuesta

La implementación de la propuesta a la investigación fortalecerá el servicio actual y alcanzara un grado mayor de satisfacción en los usuarios del cantón La Libertad beneficiando a la compañía de transporte urbano Salisel.

4.1.3 Objetivo de la propuesta

Fortalecer las estrategias de calidad de servicio para el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios en la compañía de transporte Salisel.

4.1.3.1 Objetivos Específicos

- Facilitar a las autoridades de la compañía de transporte Salisel actividades que contribuya a la buena atención con calidad de servicio al usuario.
- Desarrollar las estrategias para el mejoramiento de calidad de servicio.
- Elaborar un plan de acción para la implementación de las estrategias que van a contribuir al mejoramiento de la calidad de servicio de la compañía Salisel.

4.1.4 Análisis interno y externo de la compañía Salisel

Mediante la utilización de las técnicas de recolección de información aplicadas al servicio de transporte que brinda la compañía Salisel, y así mismo con los resultados obtenidos se encontraron los principales factores internos y externos que determinan en cierto grado la situación actual del servicio de transporte. Por lo que es necesario hacer uso del análisis FODA entre factores internos y externos para la obtención de estrategias las cuales ayudaran a encontrar soluciones.

4.1.4.1 FODA

Tabla 21. FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios para renovación de la flota de buses en la compañía • Incorporación de Equipo de rastreo Satelital en los buses • Choferes comprometido en su preparación para el servicio de transporte 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación del horario del servicio • Convertirse como un referente del transporte urbano en la provincia de Santa Elena • Alianza con empresas de capacitación en servicios de transporte
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones irregulares • Inseguridad por la vida útil de los vehículos • Deficiencia en el servicio a los usuarios 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados en combustible y mantenimiento de buses • Ausencia de acuerdos con el gobierno Autónomo Descentralizado del cantón La Libertad • Limitada capacidad para relacionarse con usuarios extranjeros.

Fuente: Compañía Salisel

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

4.1.4.2 Análisis de la matriz FODA

Una vez encontrados todos los factores internos y externos de la compañía y establecerla en la matriz FODA respectivamente, se entrelazara los factores para obtener estrategias de tipo: FO, DO, FA y DA que serán las que se incluyan en el plan de acción para la compañía Salisel.

Tabla 22. Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FODA</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios para renovación de la flota de buses en la compañía • Incorporación de Equipo de rastreo Satelital en los buses • Choferes comprometido en su preparación para el servicio de transporte 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones irregulares • Inseguridad en el servicio • Deficiencia en el servicio a los usuarios
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación del horario del servicio • Convertirse como un referente del transporte urbano en la provincia de Santa Elena • Alianza con empresas de capacitación en servicios de transporte 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGÍAS FO</p> <p>La renovación parcial de la flota de buses prolonga el servicio más tiempo. (F1,O1)</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGÍAS DO</p> <p>Políticas para el reclutamiento, selección, contratación, capacitación y desarrollo adecuada de los choferes profesionales en la compañía de transporte Salisel (D3,O3)</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados en combustible y mantenimiento de buses • Ausencia de acuerdos con el gobierno Autónomo Descentralizado del cantón La Libertad • Limitada capacidad para relacionarse con usuarios extranjeros. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGÍAS FA</p> <p>Capacitación continua en idioma extranjero ingles a los choferes de los buses de la compañía de transporte Salisel (F3,A3)</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGÍAS DA</p> <p>Capacitaciones frecuentes en atención al cliente para ofrecer una excelente calidad de servicio a los usuarios (D1,A2)</p>

Fuente: Compañía Salisel

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

4.1.5 Estrategias de calidad de servicio

4.5.5.1 Renovación parcial de la flota de buses

Es importante considerar, para que exista calidad de servicio en la compañía se debe renovar los buses antiguos, es decir la cuarta parte del total de buses que

están registrados para trabajar en la compañía de transporte Salisel en los próximos 4 años. El objetivo de esta renovación será con la intención de brindar al usuario un servicio de calidad para transportación más adecuada y cómoda, además de la accesibilidad a usuarios especiales (Personas discapacitadas, tercera edad y mujeres embarazadas).

De acuerdo a la investigación se verificó que la compañía de transporte Salisel cuenta con un 25% de buses que deben ser renovados debido a que ya cumplieron su vida útil. La cantidad de buses a considerar para su renovación se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 23. Buses de la compañía

Estado	Cantidad	Porcentaje
Nuevos	15	50%
Activos	8	25%
Obsoletos y pequeños	8	25%
TOTAL	31	

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

El valor de adquisición de los buses se presupuesta de acuerdo al precio del chasis y el precio de la carrocería, al igual que la implementación de subidas para los usuarios como personas de tercera edad, mujeres embarazadas y discapacidad, es importante mencionar que la compañía intenta renovar mínimo dos buses cada año. Esto se realiza mediante un acuerdo entre el presidente de la compañía y el accionista quien este último es el encargado de financiar la compra de las nuevas unidades para ponerla al servicio de la población del cantón La Libertad.

Las características de los buses actuales que los accionistas adquieren de acuerdo

a las políticas de la compañía son las siguientes:

- Para transporte urbano
- Homologados
- Accesibilidad extendida a usuarios de tercera edad, estudiantes, mujeres embarazadas y personas con capacidades especiales
- Sensores para las paradas

Es importante mencionar que los buses modernos que la compañía adquiera, ya deberán poseer la implementación de las cámaras de seguridad que el gobierno del Ecuador mediante política pública ha obligado que todas las unidades de buses que prestan servicios de transporte la deban implementar, a efecto de resguardar la seguridad del usuario. Así mismo, que su espacio interno este adecuado y sea amplio, y finalmente que posea aire acondicionado, botón de parada y que incluya dos puertas para brindar al pasajero facilidades a la hora de bajar del bus.

Con respecto a las marcas de buses se considera escoger las de más alta calidad, entre las cual se encuentran VOLKSWAGEN e HINO. Además la forma de pago estará acordada a crédito, en un plazo de 4 a 5 años con garantía por parte de la concesionaria.

A continuación se describe los detalles del bus que la compañía de transporte Salisel a través del financiamiento del socio adquiere para ofrecer el servicio a los usuarios.

Tabla 24. Descripción de los buses

Carrocería	Chasis
<p>Tipo: Mini bus intracantonal/Urbano 2P</p> <p>Modelo de carrocería: Carfio</p> <p>Marca de la carrocería: Marielbus</p> <p>Número de puertas: 2 puertas derecha</p> <p>Capacidad: 24 sentados/26 parados</p> <p>Color: Azul</p> <p>Op: 68-17</p> <p>Montada en chasis: Chasis importado</p> <p>Marca: Volkswagen</p> <p>Modelo: 9150 0D 4.5 4X2 TM CN</p> <p>Chasis: 9532D52R6DR254797</p> <p>Motor: E1T178778</p> <p>Año: 2013</p>	<p>Chasis: Importado</p> <p>Marca: Volkswagen</p> <p>Modelo: 9150 0D 4.5 4X2 TM CN</p> <p>Chasis: 9532D52R6DR254797</p> <p>Motor: E1T178778</p> <p>Año: 2013</p> <p>Ramv: U01373925</p> <p>Clase: Ómnibus</p> <p>Tonelaje: 9</p> <p>Subclase: Bus</p> <p>Cilindraje: 4300</p> <p>País de origen: Brasil</p> <p>Combustible: Diesel</p>

Fuente: Compañía Salisel

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Otras características que deben poseer los nuevos buses

Accesibilidad Universal para los usuarios especiales

De acuerdo a la flota de buses existentes en la compañía y las que están pendientes por renovarse, se debe considerar el servicio para personas

discapacitadas, ancianos y mujeres embarazadas, considerándolo como un servicio para todos los usuarios, es decir que el 25% de buses que se renovara en los próximos 4 años ya vengan equipados para que exista accesibilidad universal para todos, es decir, que posean rampas hidráulicas para las subidas a los usuarios que por cuenta propia no pueden subir normalmente a los buses actuales que posee la compañía de transporte Salisel.

Esta ejecución proporcionara a la compañía ofrecer calidad de servicio a este número de usuarios que son considerablemente una cantidad significativa en el cantón La Libertad, que también necesitan transportarse a diferentes lugares para sus diferentes actividades, y regularmente las empresas de transporte no consideran la accesibilidad a este tipo de usuario.

Sensores para dejar pasajeros en las diferentes paradas

Actualmente, la seguridad en los servicios de transporte ha venido desarrollándose de una manera más eficiente por la adquisición de buses que cuentan con características propias a la hora de tomar o dejar pasajeros.

Los buses que se adquieran deben poseer un sistema de sensores que permitan que las puertas abran automáticamente cuando el pasajero necesita bajar en una parada sea mediante el botón de parada o mediante la voz de usuario, esto estará vinculado con el freno del bus el cual tendrá la función de parar el bus y las puertas se abrirán y cerraran del mismo modo generando seguridad para las personas debido a que están libres del cualquier riesgo de sufrir algún tipo de accidente.

Detalles de los buses a renovar – Ver en anexos

El presupuesto para la adquisición del 25% de buses se detalla a continuación:

Tabla 25 Calculo de renovación de los buses

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
8	Buses	90.000,00	720.000,00
15	Pegatinas de la compañía	2,00	30,00
TOTAL			720.030,00

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

4.5.5.2 Profundizar las capacitaciones sobre atención al cliente para el mejoramiento del servicio

Además de ejecutar las capacitaciones existentes dentro del cronograma de actividades anuales, es importante profundizar ciertos puntos relevantes en atención al cliente; debido a que los usuarios consideran que aún falta buena atención, especialmente con el chofer. En resumen es necesario que las capacitaciones sean más regulares y preferiblemente se realicen con frecuencia en relación a las que se imparten actualmente. Las fases de la implementación se describen de la siguiente manera:

Fase 1. En primer lugar se considerara seguir con las capacitaciones planificadas para cada año, es decir se respetara la planificación que brinda la compañía para el fortalecimiento de atención de cliente y ley de reglamento de tránsito.

Fase 2. Efectuar 4 capacitaciones adicionales al plan de la compañía cuyos meses estarán dados en Marzo, mayo, agosto y octubre de cada año, esto genera un desarrollo completo de la preparación de la persona, el cual está en contacto

mayor con el usuario. Es necesario que participen colaboradores y choferes, los cuales estarán recibiendo cursos como:

- Desarrollo de una cultura de servicio.
- Manejo de usuarios difíciles y exigentes.
- Calidad en el servicio al cliente
- Atención al cliente y servicio personal.

Tanto el **cronograma de actividades** y los **recursos necesarios** para ejercer la capacitación serán los mismos que actualmente la compañía posee para ejecutar las capacitaciones que ya se han implementado. Esto a largo plazo reducirá costos que serán bien de beneficio para la compañía.

PRESUPUESTO. La compañía de transporte Salisel estará comprometida en ofrecer los cursos de capacitación principalmente a choferes y colaboradores mediante un presupuesto determinado, destinados a la preparación.

DURACIÓN. Considerando las capacitaciones de la fase 1 más las capacitaciones de la fase 2 se iniciaría en marzo y terminara en octubre de cada año. Las capacitaciones serán únicamente el día domingo en el horario de 14:00 a 19:00 horas.

ENCARGADOS. La responsabilidad de la ejecución de los cursos de capacitación estará a cargo del capacitador profesional y de los miembros de la comisión de tránsito. Es obligación que todo chofer que pertenece a compañía de

transporte Salisel deberá participar en todas las capacitaciones, caso contrario se le impedirá trabajar en los buses.

Tabla 26. Cálculo de las capacitaciones

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
2	Capacitación educación vial y leyes de tránsito	25,00	50,00
4	Capacitaciones adicionales calidad de servicio	200,00	800,00
TOTAL			850,00

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

4.5.5.3 Políticas para la selección adecuada de choferes en los buses de la compañía de transporte Salisel

En lo que se refiere a la seguridad, es importante que los buses que pertenecen a la compañía de transporte Salisel cuente con choferes que posean una preparación y experiencia en manejo de buses, así también que posean permisos respectivos y los conocimientos necesarios de leyes de tránsito y buen trato hacia el usuario. Cabe recalcar que el usuario siempre desea estar seguro al transportarse y en consecuencia exigirá a la compañía que todo su personal destinado a la conducción cuenten con la preparación y conocimientos respectivos en el manejo de los buses.

Por efecto, de acuerdo a la estrategia propuesta a la compañía se pretende mostrar un modelo de políticas que estén direccionadas a formalizar el servicio de transporte y garantizar seguridad a los usuarios, las políticas a implementar para la selección de choferes serán las siguientes:

- Para laborar en los buses de la compañía de transporte Salisel mínimo el aspirante a chofer necesita contar con un título de bachiller.
- La edad de la persona deberá estar considerada entre 28 a 45 años.
- La experiencia en el transporte de pasajero sean estos urbanos, interprovincial o de otras modalidades deberá ser mínima de 5 años.
- La licencia de conducir debe ser tipo E, la cual requiere para conducir buses de pasajeros.
- Haber participado de cursos de capacitación tanto en seguridad vial como de trato hacia los usuarios.
- La persona no debe poseer antecedentes penales y todos sus documentos deben estar en regla.

4.5.5.4 Principios básicos del idioma inglés en los choferes de los buses

Al ser considerada la ciudad de La Libertad como un destino turístico tanto nacional como internacionalmente, es necesario que todo chofer que maneje por los distintos recorridos del cantón, esté preparado para poder establecer una conversación o mantener una conversación con algún turista cuyo idioma sea el inglés, debido a que actualmente es considerado como el idioma universal y es el más utilizado en todo el mundo. Actualmente aprenderlo no es un requisito necesario pero trabajar pero considerando el entorno puede llegar a ser muy beneficioso para el servicio de transporte urbano, llegando a ser la compañía pionera en la provincia de Santa Elena en preparar a sus choferes para usuarios extranjeros.

Al poseer conocimientos básicos los choferes estarán en la capacidad de poder responder alguna pregunta o alguna dirección que el usuario extranjero necesite, además le será útil debido a que pueden utilizar esta habilidad en otros campos o actividades que realicen.

Actualmente existen muchos cursos básicos del inglés, hay opciones en línea, presenciales, intensivos, entre otros, pero la opción más adecuada para los choferes de la compañía de transporte Salisel serán presenciales de un total de 80 horas que están programadas los martes y domingo de 18:00 a 20:00 PM. El costo del curso estará financiado por la compañía mediante un acuerdo con los socios y choferes de los distintos buses, el curso será dirigido a los 31 choferes.

Es importante considerar que la compañía puede hacer convenios con la Universidad Estatal Península de Santa Elena para la ejecución de las capacitaciones en el idioma universal inglés.

Tabla 27 Capacitación continua en idioma extranjero inglés

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
1	Capacitación continua en idioma extranjero ingles	1.200,00	1.200,00
TOTAL			1.200,00

Elaborador por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Especificaciones de la propuesta

Una vez descritas cada una de las estrategias que se obtuvo de acuerdo a la matriz FODA, se diseñó un plan de acción que muestra cada estrategia, la que debe ser implementada con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de transporte y por consecuencia aumentar el nivel de satisfacción de los usuarios de la compañía.

4.1.6 Plan de acción

Tabla 28 Plan de acción

Estrategias	Actividad	Recursos	Responsable	Ejecución	Beneficio	Costo
Renovación del 25% de flota de buses pendiente	Adquirir los buses para su renovación total	Económicos, materiales, financieros	Presidente, Gerente, Socios	4 años	Ofrecerá al usuario buses con un buen estado físico, accesibilidad a usuarios especiales y seguridad en los recorridos	720.030,00
Profundizar las capacitaciones sobre atención al cliente para el mejoramiento del servicio	Establecer capacitaciones seguidas o que posean un alto grado de calidad.	Económicos, materiales, financieros	Presidente, Gerente, capacitador	4 meses cada año, durante los próximos 4 años	Usuarios satisfechos con el buen trato del chofer	850,00
Políticas para el reclutamiento, selección, contratación, capacitación y desarrollo adecuada de los choferes profesionales en la compañía de transporte Salisel	Selección adecuada de los choferes según su capacidad y preparación en el manejo de buses	Humanos	Presidente, Gerente, Socios	Permanente	Conceder a todos los usuarios de la compañía, choferes aptos para el servicio de transporte en el cantón La Libertad	-----
Capacitación continua en idioma extranjero ingles a los choferes de los buses de la compañía de transporte Salisel	Participar en curso de inglés que fortalezca los conocimientos del idioma universal en los choferes de la compañía	Económicos, materiales	Presidente, Gerente, instructor de inglés	20 Semanas	Capacidad por parte del chofer de establecer una conversación o un saludo con algún usuarios extranjero que este visitando el cantón La Libertad	1.200.00
TOTAL						722.080

Elaborado por: Sandoval Catuto Darwin Gustavo

Conclusiones

- En cuanto a los resultados obtenidos en la investigación realizada a la compañía Salisel, se pudo verificar que la calidad de servicio que ofrece actualmente no está siendo percibida de una excelente manera por sus usuarios, sobre todo en factores muy indispensables que todo cliente necesita para sentirse satisfecho; esto por consecuencia causa a la empresa verse afectada en desinterés del usuario, malas expectativas y sobre todo pérdida de clientes.
- La satisfacción al usuario es muy indispensable para toda empresa que ofrece un servicio, y por obligación es necesario que toda organización posea un nivel alto de clientes satisfechos; respecto al grado de satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel, se concluye que dispone de un bajo nivel del total de todos sus usuarios que sienten insatisfacción ante el servicio que les ofrecen.
- Según los resultados obtenidos en la investigación se menciona que carece de estrategias importantes como: renovación de la cuarta parte de su flota de buses, debilidades en el idioma inglés, políticas para la selección de choferes y falta de capacitaciones en atención del cliente; la ausencia de estas estrategias produce efectos negativos en los clientes.

Recomendaciones

- La compañía debe tener en consideración entre sus metas, todos aquellos factores importantes en calidad de servicios que no posee actualmente, puesto que toda renovación y puesta en marcha de estos factores se obtienen beneficios muy sustentables para la compañía, y por consecuencia mejora el servicio de transporte ofreciendo a sus usuarios tranquilidad y eficacia en el servicio.
- Se recomienda que regularmente se disponga de diagnósticos sobre el grado de satisfacción de los usuarios con el servicio de transporte, considerando que todo usuario siempre tiene ese interés de ser escuchado para opinar de la compañía a que presta el servicio de transporte, la participación de todos los miembros que componen la organización establecerán propuestas que vayan dirigidas a aumentar el grado de satisfacción de los usuarios en el cantón La Libertad.
- Para un desarrollo positivo del servicio es primordial buscar un plan sostenible que vaya dirigido a la inversión de establecer estrategias de calidad de servicio que están ausentes de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación. Se sugiere a la compañía Salisel considerar el trabajo de investigación como un aporte que ayude a mejorar el servicio y por efecto originar satisfacción en cada uno de sus usuarios.

Bibliografía

- Aldana, L. (2014). Calidad de servicio. Conceptos y Herramientas. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Alonso, M. (2013). El Manual de la Estrategia. Barcelona: Gestión 2000.
- Alvarez, Y. M. (2012). Gestión de los costos de calidad. EAE.
- Ana Andrés Álvarez, C. M. (2016). Guía práctica de ISO/IEC 20000-1 para servicios TIC. Madrid: AENOR EDICIONES.
- Andraca, I. (2015). La eficiencia, efectividad y eficacia. Teva, pág. 2.
- Andres, A. (2016). La personalidad. Barcelona: UOC.
- Bastos Boubeta, A. I. (2015). Fidelización del Cliente. Madrid: Editorial SL.
- Benavides, N. A. (2016). Repositorio Digital Universidad Técnica de Babahoo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/2276>
- Bermúdez, M. J. (2017). Psicología de la personalidad: Teoría e Investigación (Vol. I). Madrid, España: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Cardona, C. R. (2016). Fundamentos de administración. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cardona, C. R. (2016). Fundamentos de Administración. BÓGOTA: ECOE EDICIONES .
- Castillo, C. R. (2016). Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio. Madrid: CEP, S.L.
- De La Cruz- Oré, J. L. (2013). ¿Qué significan los grados de Libertad? Revista Peruana de Epidemiología, 2.
- De Los Reyes, P. (2018). Evaluación del Sistema de Control del Estado Físico y Mecánico de Buses de Transporte Público de Santiago. Repositorio UTFSM-SANTIAGO, 69.
- Diana Alarcón Grisales, D. P. (2016). Análisis dinámico de la capacidad de respuesta de una cadena de suministros de productos tecnológicos. Scielo, 256 .
- Díaz, F. M. (2014). En Atención Básica al Cliente (pág. 38). Madrid: CEP, S.L.
- Díaz, F. M. (2014). Atención Básica al Cliente. Madrid, España: CEP, SL.

- Distancia, U. U. (2011). Manual del transporte Público. M-OPT.
- Domínguez, G. E. (2014). Atención al Cliente en el Proceso Comercial. Logroño - La Rioja: Tutor Formación.
- Flores, M. d. (10 de Abril de 2018). Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Noesis - Revistas de Ciencias Sociales y Humanidades, 69 - 73.
- Fresno, P. L. (2014). ¿Como gestionar las reclamaciones de sus clientes? España: AENOR Ediciones.
- González, O. J. (2016). Sistemas de Gestión de Calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Laza, C. A. (2016). Calidad se Servicios de proximidad en el pequeño comercio. Logroño: Tutor Formación.
- León, C. R. (2017). Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio: UF2382. Madrid: EDITORIAL CEP S.L.
- Ley de cooperativas. (s.f.). Recuperado el 4 de Enero de 2019, de Ley de cooperativas: https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY_DE_COOPERATIVAS
- López, J. M. (2014). La innovación continua en el éxito empresarial. Madrid, España: UNED-Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- López-Fresno, P. (2014). ¿Cómo Gestionar las reclamaciones de sus clientes? España: AENOR-Ediciones.
- Mercadé, A. (17 de ABRIL de 2014). DEUSTO FORMACIÓN. Recuperado el 29 de MAYO de 2018, de DEUSTO FORMACIÓN: <https://www.deustoformacion.com/blog/marketing-digital/ventajas-medir-satisfaccion-nuestros-clientes>
- Nishikawa, R. M. (2014). Desarrollo del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Resvistas Perspectivas-Scielo, 5.
- Orosco, F. A. (2017). El Impacto de la Capacitación. Estado de México: Digital UNID .

- Peralta, J. (2015). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *Revista de Filosofía y Psicología-Universidad de Tarapacá*, 203.
- Pérez Tenazoa, N. O., & Rivera Cardozo, P. L. (2015). Clima Organizacional y satisfacción Laboral en los Trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana. *Repositorio Universidad Nacional de la Amazonía*, 24.
- Pérez, G. A. (2011). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/1104>
- Prado, E. G. (2015). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Madrid: CEP, S.L.
- Price, B. a. (2015). *¡Tu Cliente Manda! (Primera ed.)*. México: Grupo Editorial Patria.
- Púlido, H. G. (2013). *Control Estadístico de la Calidad y Seis Sigma (Tercera ed.)*. México: Mc Graw Hill.
- Puyuelo, M. (2014). *Mobiliario Urbano - Diseño y accesibilidad*. En L. M. Jaime Gual, *Mobiliario Urbano - Diseño y accesibilidad* (pág. 15). Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.
- Quispe, D. Q. (2013). *La puntualidad escolar y su incidencia en el aprendizaje del cuarto grado de educación básica de la escuela fiscal mixta Manuela Jiménez de cantón Pillaro, provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato. Ambato: Repositorio Digital - Universidad Técnica de Ambato.
- Ramírez, C. (2016). *Fundamentos de administración*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Ramos, I. (2011). *Transporte y desarrollo económico*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Remy, J. (1974). *Utilización del Espacio, innovación tecnológica y estructura social*. Barcelona: Los Libros de la Frontera.

- Rodríguez, d. C. (2016). Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio. Madrid: CEP, S.L.
- Saez, J. (2014). Análisis de la influencia de gobierno corporativo en la confianza empresarial de dos empresas de sector de Retail. Repositorio Digital Sistemas de Biblioteca-Universidad del BIO-BIO, 71-72.
- Sánchez, J. M. (31 de Octubre de 2017). Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001-2015). En J. M. Sánchez, José Manuel Cortés Sánchez (pág. 15). Málaga: ICB. S.L. .
- Sandhusen, L. R. (2015). Mercadotecnia. Editorial Continetal.
- Sanz, y. S. (2013). Comunicación Social y accesibilidad. Madrid: Dykinson.
- Sarmiento. (2009). SIMULADOR MATEMÁTICO DEL NUEVO SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, LA TRONCAL "BATALLON DEL SUBURBIO- CENTRO URBANO. Recuperado el 2017 de NOVIMEMBRE de 09, de SIMULADOR MATEMÁTICO DEL NUEVO SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, LA TRONCAL "BATALLON DEL SUBURBIO- CENTRO URBANO:
https://www.google.com.ec/?gws_rd=cr&ei=Z4NUU7n2JMuysQT7z4GgDQ#q
- Sorensen, K. P. (2017). Profesionalidad médica en el Capitalismo Tardío. Scielo - Perú, 7 - 8.
- Thomson. (AGOSTO de 1982). EL TRANSPORTE URBANO EN AMÉRICA LATINA. REVISTA DE LA CEPAL.
- Torrente, R. D. (2015). Análisis de la Seguridad Privada. Barcelona, España: UOC.

Webgrafía

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 23 de Enero de 2019, de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716>

El Comercio, D. (23 de Septiembre de 2014). Diario El Comercio. Obtenido de Diario El Comercio: [:http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-transporte-quejas-tarifa-pasajes.html](http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-transporte-quejas-tarifa-pasajes.html).

García, M. A. (2015). Repositorio Digital - Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Obtenido de https://www.academia.edu/34824882/UNIVERSIDAD_T%C3%89CNICA_ESTATAL_DE_QUEVEDO_FACULTAD_DE_CIENCIAS_EMPRESARIALES_TEMA_LA_GESTI%C3%93N_ADMINISTRATIVA_Y_SU_INCIDENCIA_EN_LA_CALIDAD_DEL_SERVICIO_DE_LA_EMPRESA_DE_TRANSPORTE_DE_PASAJEROS_FLOTA_AUTORA

Ley Órgánica de defensa del consumidor. (2011). Recuperado el 12 de Enero de 2019, de Ley Órgánica de defensa del consumidor: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR>

Ley orgánica de transporte terrestre del Ecuador 2016. (8 de Enero de 2015). Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de Ley orgánica de transporte terrestre del Ecuador 2016: <http://www.ant.gob.ec/index.php/ant/base-legal/ley-organica-reformatoria-a-la-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial>

Millares, R. D. (7 de Noviembre de 2016). Eumed. Recuperado el 22 de Noviembre de 2017, de Eumed: <http://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013 - 2017). Recuperado el 12 de Enero de 2019, de Plan Nacional del Buen Vivir: https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017

Sistema de planificación y Desarrollo, S. N. (2017). sni.gob.ec. Recuperado el 22 de Noviembre de 2017, de sni.gob.ec: <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Anexos

Anexo N.1 Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la compañía Salisel, cantón La libertad, provincia de Santa Elena, año 2017.</p>	<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera la calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios en la compañía Salisel en el año 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar el grado de satisfacción de los usuarios basándonos en el diagnóstico de la calidad de servicio que posee la compañía Salisel para la ejecución del transporte urbano en el cantón La Libertad.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Analizar la situación actual de la calidad de servicio en los usuarios que ocupan los buses como medio de transporte para su movilización en el cantón La Libertad</p> <p>Determinar los aspectos que afectan la satisfacción de los usuarios en el servicio de transporte que ofrece la compañía Salisel.</p> <p>Definir las estrategias relacionadas a la calidad de servicio para el mejoramiento en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel.</p>	<p>H1= La calidad de servicio incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel del cantón La Libertad.</p> <p>H0= La calidad de servicio no incide en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel del cantón La Libertad.</p>	<p>Calidad de servicios</p>	<p>Infraestructura</p> <p>Accesibilidad</p> <p>Capacitación</p> <p>Comunicación</p> <p>Seguridad</p> <p>Profesionalidad</p> <p>Puntualidad</p>
				<p>Satisfacción de los usuarios</p>	<p>Servicio eficiente</p> <p>Innovación para el desarrollo del servicio</p> <p>Capacidad para cubrir las necesidades</p> <p>Atención presencial al cliente</p> <p>Calidad percibida por el usuario</p> <p>Consecuencias de un cliente insatisfecho</p>

Anexo N.2 Matriz de Operacionalización – variable independiente

HIPÓTESIS	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
<p align="center">NULA</p> <p>La calidad de servicio incide de manera negativa en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel</p>	<p align="center">CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>La calidad de servicio es la capacidad de dar satisfacción a las expectativas y requisitos de los clientes, teniendo en cuenta que dichas expectativas cambian continuamente. Además, la calidad de servicio es el grado en que un cliente percibe que el producto o servicio satisface sus expectativas</p>	Elementos tangibles	Estado del bus Accesibilidad	<p>¿Considera usted que la compañía de transporte Salisel posee buses que mantienen el estado físico adecuado tanto en el interior como el exterior de la unidad?</p> <p>¿Cree usted que la accesibilidad al servicio de transporte es considerada para todo usuario dentro del cantón La Libertad?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas a usuarios</p> <p>Revisión Bibliográfica</p>
		Capacidad de respuesta	Capacitación Comunicación	<p>¿Considera usted que los choferes y colaboradores de la compañía Salisel necesitan capacitaciones sobre calidad de servicio y atención al cliente?</p> <p>¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?</p>	
		Fiabilidad	Seguridad Profesionalidad Puntualidad	<p>¿Considera usted que el servicio de transporte está equipado con cámaras, salida de emergencia y botón de pánico para la seguridad del usuario?</p> <p>¿Cree que el nivel profesional de los miembros de la compañía Salisel es suficiente para el servicio actual?</p> <p>¿Considera usted que la puntualidad en el servicio de transporte es la adecuada para el usuario?</p>	

Anexo N.3 Matriz de Operacionalización – variable dependiente

HIPÓTESIS	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INTRUMENTOS
ALTERNATIVA La calidad de servicio incide de manera positiva en la satisfacción de los usuarios de la compañía de transporte Salisel.	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS El resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial	Confianza	Servicio Eficaz Innovación	¿Actualmente considera que la compañía Salisel es eficaz en el servicio que ofrece a sus usuarios? ¿Considera que el servicio de transporte actualmente que ofrece la compañía Salisel posee características de innovación?	Entrevistas Encuestas a usuarios Revisión Bibliográfica
		Expectativas	Capacidad para cubrir necesidades Atención presencial	¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte? ¿Cree que la compañía ofrece atención personalizada a sus usuarios?	
		Cliente o Usuario	Calidad percibida por el usuario Consecuencias del cliente insatisfecho	¿Percibe calidad en el servicio que ofrece la compañía a sus usuarios? ¿Considera usted que la insatisfacción del usuario en el servicio de transporte trae consecuencias a la compañía Salisel?	

Anexo N. 4 Entrevista al personal administrativo



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

Objetivo: Conocer la satisfacción de los usuarios del cantón La Libertad mediante el análisis de la calidad de servicio de transporte urbano para determinar el efecto que tiene en los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

Aspectos Generales:

Nombre de la empresa:	Compañía de transporte “Salisel”
Actividad de la empresa:	Servicio de transporte Urbano

1.- ¿Cuál es el estado actual de los buses que pertenecen a la compañía Salisel para ofrecer el servicio a sus usuarios?

2.- ¿El servicio que ofrece la compañía Salisel es accesible para todo tipo usuario?

3.- Considera que es necesario para la compañía que todo su personal participe en capacitaciones de atención al cliente y calidad de servicio.

4.- ¿Qué tipo de comunicación posee la compañía Salisel con sus usuarios para la obtención de información relacionada al servicio de transporte que brinda?

5.- ¿Considera usted que el servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios es seguro para ellos?

6.- ¿La compañía Salisel está en capacidad de innovar a gran escala su servicio de transporte en los próximos años?

7.- ¿Existe o ha existido atención presencial al usuario de la compañía en los últimos tiempos?

8.- ¿Cuáles han sido las consecuencias de un cliente insatisfecho con el servicio de transporte que brinda la compañía Salisel?

Anexo N.5 Encuesta a los usuarios



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

Objetivo: Conocer la satisfacción de los usuarios del cantón La Libertad mediante el análisis de la calidad de servicio de transporte para determinar el efecto que tiene en los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

Instrucciones: Conteste de acuerdo a su apreciación, el objetivo de estas preguntas es permitir determinar el nivel actual de la calidad de servicio que posee la compañía, por tal razón se solicita absoluta seriedad a la hora de responder.

- Lea con atención cada una de las preguntas y marque con una X en el casillero según su apreciación.
- Nivel de calificación a de cada pregunta según su respuesta

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De Acuerdo	Muy de acuerdo

	Género:	Nivel de instrucción:	
	Masculino	Primaria	
	Femenino	Secundaria	
		Universitaria	

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Variable Independiente: Calidad de Servicio						
Infraestructura						
1	¿Considera usted que la compañía de transporte Salisel posee buses que mantienen el estado físico adecuado tanto en el interior como el exterior de la unidad?					
Accesibilidad						
2	¿Cree usted que la accesibilidad al servicio de transporte es considerada para todo usuario dentro del cantón La Libertad?					
Capacitación						

3	¿Considera usted que los choferes y colaboradores de la compañía Salisel necesitan capacitaciones sobre calidad de servicio y atención al cliente?					
Comunicación						
4	¿Cree usted que la comunicación entre usuarios y la administración de la compañía pueda mejorar o fortalecer el servicio de transporte?					
Seguridad						
5	¿Considera usted que el servicio de transporte está equipado con cámaras, salida de emergencia y botón de pánico para la seguridad del usuario?					
Profesionalidad						
6	¿Cree que el nivel profesional de los miembros de la compañía Salisel es suficiente para el servicio actual?					
Puntualidad						
7	¿Considera usted que la puntualidad en el servicio de transporte es la adecuada para el usuario?					
Variable Dependiente: Satisfacción de los Usuarios						
Servicio Eficaz						
8	¿Actualmente considera que la compañía Salisel es eficaz en el servicio que ofrece a sus usuarios?					
Innovación del servicio						
9	¿Considera que el servicio de transporte actualmente que ofrece la compañía Salisel posee características de innovación?					
Capacidad para cubrir las necesidades						
10	¿Considera usted que con la calidad de servicio que ofrece la compañía Salisel a sus usuarios logra satisfacer su necesidad de transporte?					
Atención Presencial						
11	¿Cree que la compañía ofrece atención personalizada a sus usuarios?					
Percepción de calidad						
12	¿Percibe calidad en el servicio que ofrece la compañía a sus usuarios?					
Usuario insatisfecho						
13	¿Considera usted que la insatisfacción del usuario en el servicio de transporte trae consecuencias a la compañía Salisel?					

Anexo N.6 Ficha de Observación



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

Objetivo: Conocer la satisfacción de los usuarios del cantón La Libertad mediante el análisis de la calidad de servicio de transporte urbano para determinar el efecto que tiene en los usuarios de la compañía de transporte Salisel.

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LOS BUSES							
Número de Línea:			Observador:				
Fecha:			Situación:				
Hora:							
Lugar:							
Calificación a colocar: EXCELENTE= 5 MUY BUENO= 4 BUENO= 3 REGULAR: 2 INSUFICIENTE:1	PREGUNTAS	CALIFICACIÓN					OBSERVACIONES
		INDICADORES	1	2	3	4	
ESTADO DEL BUS	¿El bus posee el ambiente acogedor para los usuarios?						
	¿Qué tan cómodos son los asientos del bus?						
	¿El bus posee buenas condiciones y se mantiene limpio?						
SEGURIDAD	¿El chofer posee un buen comportamiento?						
	¿El chofer del bus conduce con mucha precaución?						
	¿El chofer respeta las señales de tránsito y las normas de tráfico?						
ACCESIBILIDAD	¿Qué tan accesible es el bus para personas discapacitadas y tercera edad?						
	¿El chofer da prioridad a los asientos a personas de tercera edad, mujeres embarazadas o discapacitadas?						

Anexo N.7 Personal de la compañía Salisel:

Nombres	Cargos
Tnlgo. Mario Arias	Gerente de la compañía
Sr. Milton Vaca Flores	Presidente de la compañía
Ing. Kristell Lindao	Asistente de Presidencia
Sr. Milton Vaca Baquerizo	Secretario
Sr Jorge Parrales	Operativo



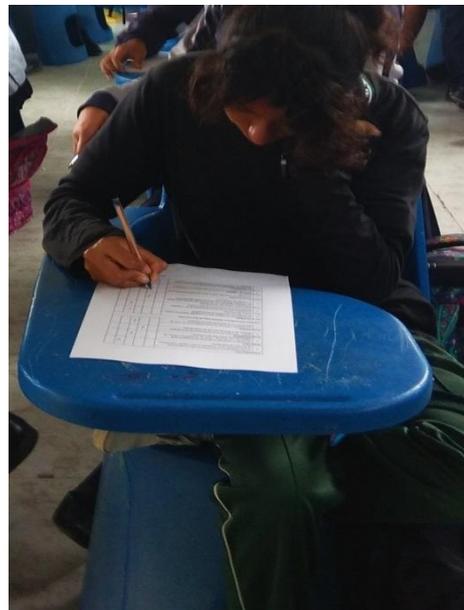
Anexo N.8 Fotos de entrevista a personal administrativo

Sr. Milton Vaca – Presidente de la compañía Salisel



Tnlgo. Mario Arias – Gerente de la Compañía Salisel

Anexo N.9 Fotos de encuesta a usuarios



Anexo N. 10 Detalles de los buses a adquirir para renovación del 25%



Anexo N. 11 Carta aval



Compañía de Transporte "SALISEL S.A."

Constituida el 20 de Diciembre de 1995.

saliselcia@hotmail.com

Telefax: 783-312 La Libertad - Ecuador RUC. # 0991339221001

La Libertad, 3 Diciembre 2018

CARTA AVAL

En consideración de la petición del **SR. SANDOVAL CATUTO DARWIN GUSTAVO** con cédula de identidad **2400209389**, egresado de la Carrera de ADMINISTRACION DE EMPRESAS de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema "**CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA COMPAÑÍA SALISEL, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE 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 de la respectiva tesis; autorizando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena subir dicho trabajo a la plataforma web de la institución.

Atentamente;


MILTON VACA FLORES
PRESIDENTE

COMPAÑÍA DE TRANSPORTE SALISEL S.A.

