



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“JAPÓN”**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO:

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
COOPERATIVA INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE FLOTA MANABITA,
CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2019.**

AUTORA:

GEMA VANESSA FUENTE LUCA

DIRECTOR DE TESIS:

MG. JOSÉ BERNARDO NEVÁREZ GARCIA

TÍTULO ACADÉMICO:

TECNOLÓGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Santo Domingo de los Tsáchilas, mayo 2020

HOJA DE APROBACIÓN

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación, titulado: PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE FLOTA MANABITA, CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2019, presentado como nota parcial para la promoción del ciclo formativo en la carrera de TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a su disertación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

DOCENTE TUTOR

Mg. José Bernardo Nevárez García

DERECHO DE AUTOR

Yo, GEMA VANESSA FUENTE LUCA, autora de la investigación, con cédula de ciudadanía N° 2300351703, libre y voluntariamente DECLARO, que el trabajo de grado titulado: **PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE FLOTA MANABITA, CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2019**. Es de mi plena autoría, original y no constituye plagio o copia alguna, constituyéndose en documento único, como mandan los principios de la investigación científica, de ser comprobado lo contrario me someto a las disposiciones legales pertinentes. Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

Atentamente:

Gema Vanessa Fuente Luca

DEDICATORIA

En primer lugar, a:
Dios quien me dio las fuerzas para
seguir adelante
en este arduo camino, y permitirme
no derrumbarme, a pesar de las
circunstancias que se atravesaban en el
transcursos de mi vida y mí
carrera profesional, a mi hija
Charlotte Anahy Merchán Fuente
Que es mi motor fundamental
A mi esposo Manuel Alejandro Merchán Veliz
por ser mí gran apoyo
Incondicional y su esfuerzo,
A mis padres, mis hermanos
y decirles que si se puedo a pesar
de las barreras que uno enfrenta día tras día
Lo logreii

Vanessa Fuente Luca

AGRADECIMIENTOS

Dedico este proyecto principalmente a Dios,
Por darme siempre las fuerzas para continuar
En lo adverso, por guiarme en el sendero de lo sensato
Y darme sabiduría en las situaciones difíciles.

Mi profundo agradecimiento al
Instituto Tecnológico Superior Japón
Por sus enseñanzas y a mis distinguidos
Maestros por enriquecernos de conocimientos.
Mi profundo agradecimiento de manera especial,
A mi admirable Mg, Herman Espejo
Por las acertadas orientaciones

Y el tiempo brindado en cada una de sus asesorías.
De igual forma mis agradecimientos a mi distinguido
Tutor Mg. José Bernardo Nevárez García,
por su apoyo, por compartir sus conocimientos
Y por haberme guiado en el proceso para
Lograr desarrollar este proyecto de investigación.

Vanessa Fuente Luca

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “JAPON”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE TITULACIÓN:

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COOPERATIVA INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE FLOTA MANABITA, CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2019.

RESUMEN

El presente proyecto consiste en estudiar la atención al cliente en la empresa de Transporte público Flota Manabita, llegando a determinar cómo es la calidad del servicio que brindan hacia los usuarios, posteriormente se realiza la tabulación, por lo cual, el instrumento de medida para la recolección de los datos es la encuesta y la observación. La población seleccionada para este estudio fueron los usuarios que hacen uso del servicio en dicho transporte; con el fin de averiguar qué valoran los clientes en la calidad del servicio, por lo que se utilizaron las cinco dimensiones: la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, en donde se obtuvo como resultado que la calidad del servicio ofrecido por dicha empresa, presenta diversas deficiencias y; por lo tanto, no es excelente. Por esta razón se propone un plan de mejoramiento, mediante el método SERQUAL, con la finalidad de establecer actividades que permitan mejorar la calidad del servicio en los clientes de la cooperativa interprovincial de transporte Flota Manabita.

Descriptor: Método SERQUAL, levantamiento de datos, calidad del servicio.

“JAPAN” SUPERIOR TECHNOLOGICAL INSTITUTE

CAREER OF BUSINESS ADMINISTRATION

TITLING PROJECT:

IMPROVEMENT PLAN FOR SERVICE QUALITY IN THE INTERPROVINCIAL TRANSPORTATION COOPERATIVE FLOTA MANABITA, CANTÓN EL CARMEN, PROVINCE OF MANABÍ, YEAR 2019.

ABSTRACT

The present project consists of studying customer service at the public transport company Flota Manabita, reaching the point of determining the quality of the service they provide to users, and then the tabulation is carried out; therefore, the measurement instrument for the data collection is survey and observation. The population selected for this study was the users who make use of the service in said transport; In order to find out what customer's value in the quality of the service, the five dimensions were used: tangibility, reliability, responsiveness, security and empathy, where the quality was obtained as a result. Of the service offered by said company, presents various deficiencies and; therefore, it is not excellent. For this reason, an improvement plan is proposed, using the serqual method, in order to establish activities that improve the quality of service for the clients of the Flota Manabita inter-provincial transport cooperative.

Descriptors: servqual method, data collection, quality of service.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	I
HOJA DE APROBACIÓN	II
DERECHO DE AUTOR	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ANTECEDENTES	1
1.1 Introducción	3
1.2 Objetivos	4
1.2.1 General.	4
1.2.2 Específicos.	4
1.3 Justificación	5
1.4 Planteamiento del problema	6
1.5 Formulación del problema	6
1.6 Hipótesis	6
1.7 Variables	7
1.7.1 Variable Dependiente.	7
1.7.2 Variable Independiente.	7

CAPÍTULO I	8
2 MARCO TEÓRICO	8
2.1 Servicio.....	8
2.2 Gestión de control de calidad	8
2.3 Calidad en el servicio	8
2.4 Valor del cliente.....	9
2.5 El cliente	9
2.5.1 Tipos de cliente.	9
2.5.2 Expectativas del cliente.....	10
2.6 Modelo servqual	11
2.6.1 Instrumentos de servqual.....	17
2.6.2 Importancia servqual.....	24
3 METODOLOGÍA	25
3.1 Enfoque científico.....	25
3.1.1 Cualitativa – cuantitativa.....	25
3.2 Técnica metodológica.....	25
3.2.1 Técnica exploratoria.....	25
3.2.2 Técnica descriptiva.....	26
3.3 Tipos de investigación	26
3.3.1 Campo.	26

3.3.2	Documental.....	27
3.4	Técnica y herramienta	27
3.4.1	Técnica.....	27
3.4.2	Herramienta.....	28
3.5	Población y muestra.....	28
3.5.1	Población.....	28
3.5.2	Muestra.....	29
CAPÍTULO II.....		31
4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		31
CAPÍTULO III.....		38
5 PROPUESTA		38
5.1	Introducción.....	38
5.2	Objetivo de la propuesta.....	38
5.3	Justificación	38
5.4	Plan de mejoramiento	39
CAPÍTULO V.....		42
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		42
6.1	Conclusiones.....	42
6.2	Recomendaciones	43
CAPÍTULO V.....		44

7	BIBLIOGRAFÍA	44
8	ANEXOS	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del modelo servqual	14
Figura 2. Modelo de las brechas del servicio servqual	15
Figura 3. Fórmula finita	30
Figura 4. Formula del coeficiente de Alfa de Cronbach	32
Figura 5. Valoración de brechas por género	34
Figura 6. Valoración de las brechas por dimensión	35
Figura 7. Valoración de brechas por preguntas.....	36
Figura 8. Valores por dimensión genero pregunta	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de preguntas por dimensión	18
Tabla 2 Cuestionario de preguntas método servqual	19
Tabla 3 Población.....	29
Tabla 4 Aplicación de la fórmula finita	29
Tabla 5. Rango de calificación.....	31
Tabla 6. Aplicación de la formula.....	32
Tabla 7. Interpretación de los valores de alfa.....	33
Tabla 8. Plan de mejoramiento.....	39
Tabla 9 Mejorar el área del servicio al cliente.....	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Diagrama de Ishikawa.....	49
Anexos 2. Cuestionario Servqual	50
Anexos 3. Cuestionario Servqual	53
Anexos 4. Informacion Levantada	56
Anexos 5. Cronograma De Actividades Para Capacitaciones.....	60
Anexos 6. Encuesta a los usuarios	61
Anexos 7. Oficinas de la cooperativa Flota Manabita	64

ANTECEDENTES

La Cooperativa de Transporte Flota Manabita fue fundada el 8 de noviembre de 1975 con la finalidad de prestar servicios de transporte a nivel nacional, en el año 1976 luego de difíciles gestiones y de atravesar múltiples dificultades finalmente se legaliza su vida jurídica bajo el acuerdo ministerial N° 0939 con la razón social COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLOTA MANABITA.

La empresa inicia sus actividades con 20 unidades para la prestación de sus servicios, la misma que a lo largo del tiempo ha ido incrementando a un total de cuarenta y cinco unidades, 27 de ellas son unidades antiguas y 18 totalmente equipadas con capacidad de 45 personas cada una.

Los autores Pazmiño, A., & Flor, C. (2008). Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles S.A. (tesis de grado). Universidad San Francisco, Quito, Ecuador; nos dice que realizaron un estudio investigativo, en donde aplican la herramienta servqual, con la finalidad de desarrollar un modelo de regresión para obtener los factores más significativos que describen la satisfacción del cliente. Así mismo pudieron identificar las siguientes necesidades. Se estableció el tiempo estándar para los procesos de corte y despacho de la empresa lo cual les permitió tener un mayor conocimiento de los procesos involucrados y poder llevar un mejor control, capacitar al personal en el proceso de atención al cliente. (p. 19)

Con estos estudios realizados a otras empresas y con la utilización del método servqual claramente se observa que esta herramienta es muy factible, con lo que tiene que ver en la atención al cliente, por lo tanto, en la presente investigación realizada a la empresa de transporte público les será, además muy beneficiosa para los socios de la empresa.

Los autores Cedeño, A., & Cordero, L. (2017). *Oportunidades de mejoramiento para la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Zaracay* (tesis de grado). Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa, Santo Domingo, Ecuador; nos dicen que realizaron un estudio investigativo mediante la aplicación de instrumentos de investigación, de tal manera que se pudieron identificar las siguientes necesidades. Capacitar al personal en el proceso de atención al cliente, realizar listas de control o verificación diseñadas para reducir errores en la atención al cliente. (p. 5)

Con la aplicación de fichas de observación y el cuestionario del modelo servqual se espera que la cooperativa de transporte Flota Manabita obtenga un óptimo mejoramiento en la calidad del servicio de tal manera que los usuarios se sientan satisfechos con sus necesidades.

El autor Orellana, J. (2019). *Medición de la satisfacción del servicio a los usuarios del Complejo Cavernas Jumandy del cantón Archidona* (exámen comprensivo). Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes, Puyo, Ecuador; nos dicen que realizan un diagnóstico de la calidad del servicio utilizando el instrumento servqual. De tal manera que pudieron identificar las siguientes necesidades: capacitar al personal sobre la atención personalizada, instalaciones de sistema de seguridad, investigación de pérdida de clientes, diseñar guía de información. (p. 9)

Otra investigación que certifica que el método que se realizo es totalmente factible para el mejoramiento de atención al cliente.

1.1 Introducción

Bogotá es la ciudad donde existe el mayor nivel de insatisfacción con el servicio de transporte público, con un 36 por ciento de la población en desacuerdo. Muy cerca se queda la Ciudad de Panamá, donde la tasa llega hasta el 34 por ciento de los habitantes de la capital. Para Lima, la tasa de insatisfacción es del 29 por ciento, dos puntos porcentuales por encima de Montevideo; y tres más que Sao Paulo. Cabe recalcar que también cuentan con un elevado índice de insatisfacción las ciudades de La Paz (25 por ciento), Caracas (24 por ciento), Quito (14 por ciento), Ciudad de México (13 por ciento). Sin olvidar a Buenos Aires (11 por ciento) y a Fortaleza (9 por ciento). (IBEROECONOMÍA, 2018)

Se procederá a determinar la descripción de la empresa, incluyendo aspectos estratégicos y de organización. Posteriormente se realizará un análisis de la situación actual de la cooperativa, en el cual se establecerán los procesos actuales. De esta manera, se aplicará la herramienta de investigación Servqual desarrollada por los profesores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), refinada posteriormente para una mayor aplicabilidad. Esta herramienta, será ajustada de tal forma que su empleo en la cooperativa interprovincial de transporte Flota Manabita, sea de suma utilidad y permita validar y utilizar las conclusiones obtenidas.

Una vez adaptada la herramienta Servqual para la realidad de la cooperativa, se le aplicará en una muestra significativa de la población investigada, mediante encuestas personales.

A partir de la determinación de los factores relevantes, se plantearán propuestas de mejoras que busquen mejorar la calidad del servicio. Finalmente, se diseñará un plan de mejoramiento, el cuál será sumamente útil para la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita.

1.2 Objetivos

1.2.1 General.

Evaluar la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita provincia de Manabí año 2019.

1.2.2 Específicos.

- Fundamentar teóricamente y científicamente sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente para la aplicación de estos en la investigación.
- Evaluar el grado de satisfacción del usuario en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita, mediante encuestas de medición del grado de expectativa y percepción del modelo SERVQUAL.
- Determinar el nivel de calidad de servicio prestado por la Cooperativa de Transporte Flota Manabita para contribuir a la elaboración de estrategias que permita erradicar las deficiencias detectadas
- Elaborar un plan de mejora para la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita.

1.3 Justificación

En el Ecuador y algunas partes de nuestras ciudades existen quejas acerca del trato de los conductores y el mismo ayudante deja mucho que desear, un ejemplo es en las provincias adyacentes más aún cuando es la puerta de entrada al territorio ecuatoriano por su situación fronteriza. Cantidad de gente colombiana que ingresa a nuestro país, se queja del maltrato del cual son objeto los viajeros, porque les “enganchan” a determinada hora y momentos después, tienen que esperar un largo tiempo para que partan de la terminal. Lo peor es que durante el trayecto, las unidades unas con otras se ponen a competir por lograr algún pasajero en tal o cual poblado, de allí los constantes accidentes que se producen en esta vía, como es de Esmeraldas-Santo Domingo, los usuarios de este servicio de transportación pública solicitan a las autoridades competentes tomar cartas en el asunto y establecer los correctivos necesarios para evitar este tipo de abusos, porque más que el negocio de los propietarios de las empresas, está la imagen de nuestro país en el exterior, la dignidad y seguridad de las personas. (LA HORA, 2004)

Los colaboradores que forman parte de la Cooperativa de Transporte Flota Manabita posee una deficiencia en la atención al cliente y por tanto los usuarios se sienten insatisfechos con el servicio; además no llevan un adecuado registro de control, pero deberían llevar un listado de las personas que suben y bajan del transporte, el cual no lo llevan; es importante mencionar que no han recibido ningún tipo de capacitación acerca de estos temas; es por tal razón la importancia de elaborar un “Plan de Mejoramiento para la calidad del servicio en la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita en el cantón del Carmen” con su respectiva socialización a los colaboradores de dicha cooperativa, con el objetivo de concientizar de las ventajas que posee el uso de realizar listas de control, así como una correcta verificación para reducir errores en la atención al usuario.

1.4 Planteamiento del problema

En el Ecuador existen varias Cooperativas de Transporte público a nivel nacional que buscan brindar un buen servicio a sus transportistas, sin embargo, hay reportes de los señores usuarios a través de la televisión, radio y redes sociales donde manifiestan sus quejas por el desacato que reciben por parte de los choferes y colaboradores de las unidades.

Sin duda alguna la Cooperativa de Transporte Publico Flota Manabita es una de las que presentan inconvenientes en la atención a los usuarios, manifiestan que no existe un registro de los clientes, lo que ocasiona un desconocimiento de cuantas personas está llevando; además la cooperativa no brinda un excelente servicio lo que provoca que los usuarios no se sientan conforme y insatisfechos con la calidad del servicio, los colaboradores que conforman esta cooperativa no tienen una buena comunicación con los usuarios; es por tal razón la importancia de la elaboración de un plan de mejora mediante el modelo SERVQUAL y de esta manera concientizar a todas las personas que conforman la cooperativa acerca de la calidad del servicio teniendo factibles resultados. (**Anexo 1**).

1.5 Formulación del problema

¿La medición de la satisfacción del servicio a los usuarios de la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita permitirá mejorar la calidad del servicio?

1.6 Hipótesis

El plan de mejoramiento para la calidad del servicio en la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita permitirá llevar un registro de control de los clientes, brindar un excelente servicio y mejorar la comunicación con los usuarios, de tal manera que los usuarios se sientan conformes y satisfechos.

1.7 Variables

1.7.1 Variable Dependiente.

Calidad del Servicio en la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita, Cantón El Carmen, Provincia de Manabí, Año 2019.

1.7.2 Variable Independiente.

Plan de mejoramiento.

CAPÍTULO I

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Servicio

“Se definen los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” (Stanton , Etzel, & Walker, 2007).

La empresa de transporte público con este objeto estudio permitirá identificar las anomalías y rectificar donde están sus falencias y así poder ofrecer un servicio de excelencias a sus clientes.

2.2 Gestión de control de calidad

La gestión del control de la calidad de un servicio tiene la intención de establecer un sistema de inspección de calidad ya que no es lo mismo medir calidad en un producto que en un servicio. Los servicios presentan características que dificultan el proceso de control de estos, antes que el cliente esté en contacto con los mismos. (Fred, 2003)

2.3 Calidad en el servicio

Declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que perciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto como en el corto y largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. (Mendoza, 2007)

La definición de calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio. El desarrollo de la industria de los servicios ha supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente. (García, 2001)

2.4 Valor del cliente

“Conseguir un cliente es entre cinco y siete veces más caro que retener al antiguo. Por eso es que se insiste implícita y explícitamente en la importancia exclusiva y definitiva del cliente” (Kotler & Armstrong, 2013).

“Debido a que en la actualidad los clientes esperan un trato personalizado con esmero y amabilidad, conocer las expectativas de los clientes sin duda ayudara a las empresas a establecer relaciones más fuertes con ellos” (Palafox , 2007).

2.5 El cliente

Los clientes son todas las personas sobre quienes recaen los procesos y productos de la empresa. De esta forma, los clientes no son solamente las personas a quienes una organización les vende un producto o les presta un servicio, sino también las personas que están involucradas en los distintos procesos internos de la empresa. Por eso es muy importante que la empresa de transporte público Flota Manabita les ofrezca a sus usuarios un servicio de calidad y excelencia.

2.5.1 Tipos de cliente.

Cientes externos: son aquellos a quien comúnmente se les conoce como clientes o consumidores finales y que compran el producto y/o servicio.

Clientes internos: son todos los empleados que trabajan dentro de la organización, porque al desarrollar actividades dentro de un área o departamento están relacionadas entre sí, ya que reciben o proporcionan un servicio a otras áreas.

2.5.2 Expectativas del cliente.

“Son las creencias que un cliente tiene sobre el funcionamiento de un servicio que se utiliza como el estándar o la referencia contra los cuales se juzga el servicio” (Krutz & Clow, 2010).

Según los autores (Zeimthal & Bitner , 2002) nos dice que las expectativas de los clientes son los estándares sobre el desempeño o los puntos de referencia con los cuales comparan las experiencias del servicio. Las fuentes de las expectativas del cliente son factores controlados por los profesionales de la mercadotecnia, por ejemplo, la publicidad, así como factores a los que tales profesionales pueden afectar muy poco, como las necesidades personales innatas.

2.5.2.1 Niveles de expectativa del cliente.

Nivel de servicio ideal. Es definido como el nivel de servicio deseado por los clientes, es decir el nivel de servicio que los consumidores quisieran.

Nivel de servicio deseado: es el nivel de funcionamiento que el cliente quiere o espera recibir de los servicios. Hay una diferencia entre obtener por lo que la persona paga, y por lo que espera.

Niveles de servicio adecuado. Es el mínimo nivel de servicio que el cliente tolerará y aceptará sin llegar a estar insatisfecho. Entre el nivel de servicio adecuado y el nivel de servicio deseado., existe un área que es definida como zona de tolerancia, en esta zona los servicios serán aceptables para el cliente. Si los servicios están por debajo del nivel de servicio adecuado, la zona no será aceptable.

Nivele de servicio predicho. Es el nivel de servicio que los clientes actualmente esperan del servicio.

Percepción

La percepción es cómo valoran los servicios. Es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa.

Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son: confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía y elementos tangibles.

2.6 Modelo servqual

Según los autores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, SERVQUAL: Una escala de elementos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio, 1988) nos indica que el modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma un cliente valora negativamente o positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía. Por ello, las compañías de servicios en las que uno de sus objetivos es la diferenciación mediante un servicio de la calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes. La percepción de la calidad del servicio se establece en función de lo bien que el proveedor realiza la prestación, evaluada en contraste con las expectativas que tenía el cliente respecto a lo que esperaba que realice el proveedor.

Según los autores (Álvarez, Chaparro, & Bernal, 2014) afirma que el modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL. Es sin lugar a dudas el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, dada la

proliferación de artículos en el área que usan su escala partieron del paradigma de la confirmación, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida. Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL. Este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación. Estos comentarios apuntaban hacia diez dimensiones establecidas por los autores y con una importancia relativa que, afirman, depende del tipo de servicio y/o cliente. Inicialmente identificaron diez determinantes de la calidad de servicio.

1. **Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales
2. **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
3. **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.
4. **Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.
5. **Cortesía:** Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.
6. **Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
7. **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
8. **Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.

9. **Comunicación:** Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.

10. **Compresión del cliente:** Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco.

1. **Empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes, agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y compresión del usuario.

2. **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

3. **Seguridad:** Conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad.

4. **Sensibilidad:** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.

5. **Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

A través de procedimientos estadísticos, agrupan variables y permiten generalizar de mejor forma el modelo, logrando mayor representatividad.

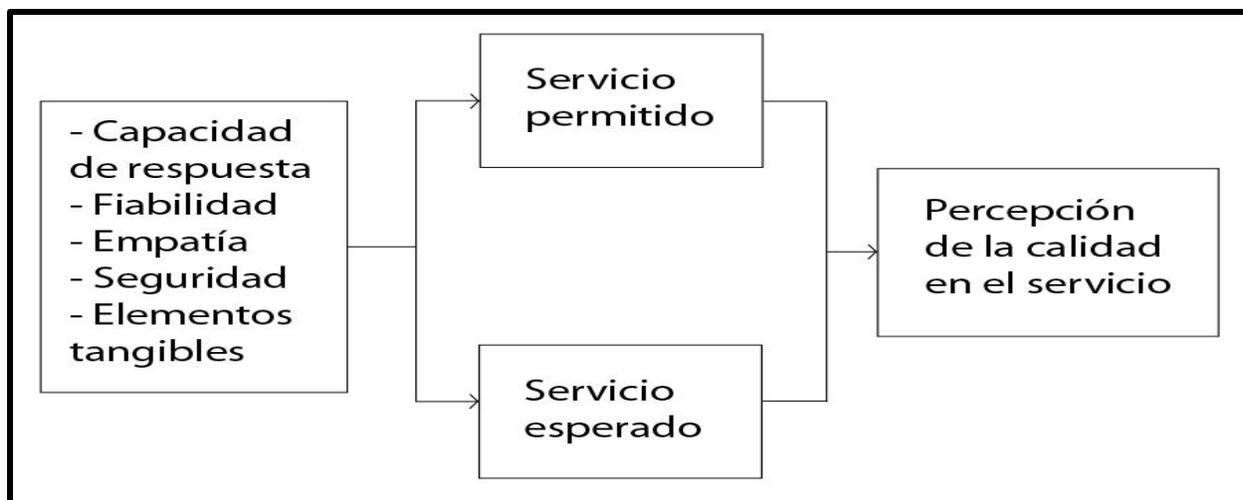


Figura 1. Estructura del modelo servqual

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, SERVQUAL: Una escala de elementos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio, 1988). Elaborado por: La autora.

Para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido.

Según los autores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) nos dice que también parten del planteamiento del hallazgo de una serie de vacíos desajustes o gaps en el proceso. Estos influyen en la percepción del cliente y son el objeto de análisis cuando se desea mejorar la calidad percibida. Así, las percepciones generales de la calidad de servicio están influidas por estos vacíos (gaps) que tienen lugar en las organizaciones que prestan servicios.

Gap como una serie de discrepancias o deficiencias existentes respecto a las percepciones de la calidad de servicio de los ejecutivos y las tareas asociadas con el servicio que se presta a los consumidores. Estas deficiencias son los factores que afectan a la imposibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido por los clientes como de alta calidad.

El modelo SERVQUAL, con el estudio de los cinco gaps, analiza los principales motivos de la diferencia que llevaban a un fallo en las políticas de calidad de las organizaciones. El resultado

es el modelo del gráfico, que presenta cuatro vacíos identificados por los autores como el origen de los problemas de calidad del servicio.

Estos vacíos a los que hace referencia el modelo se pueden resumir en las siguientes generalizaciones.

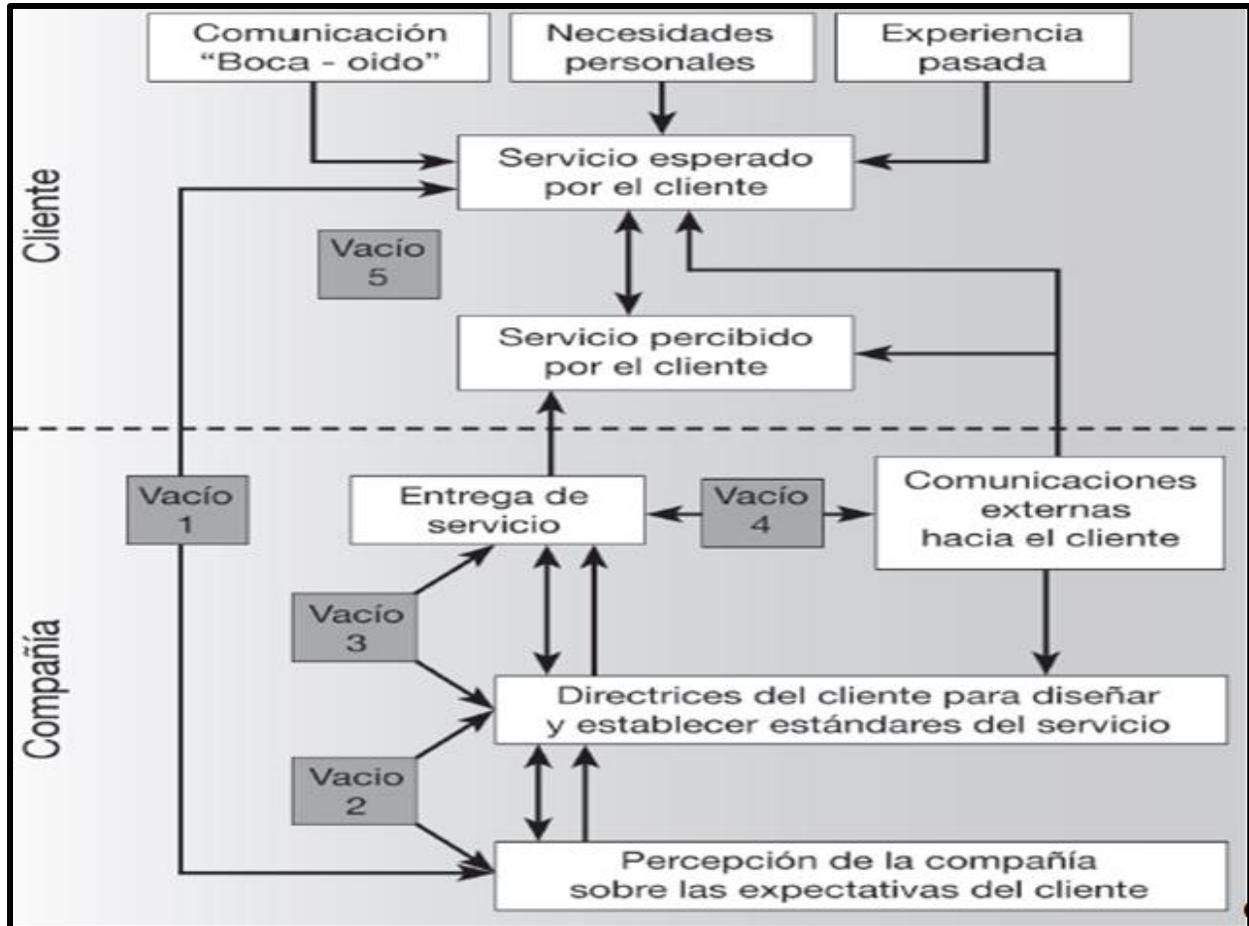


Figura 2. Modelo de las brechas del servicio servqual

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Elaborado por: La autora.

Gap 1: Diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Evalúa las diferencias entre las expectativas del cliente y la percepción que el personal gerente general tiene de éstas. Es importante analizar esta brecha, ya que generalmente los gerentes

consideran el grado de satisfacción o insatisfacción de sus clientes en base a las quejas que reciben. Sin embargo, ese es un pésimo indicador, ya que se ha estudiado que la relación entre los clientes que se quejan y los clientes insatisfechos es mínima. Por eso se recomienda a las empresas tener una buena comunicación con el personal que está en contacto directo al cliente, ya que es éste el que mejor puede identificar sus actitudes y comportamiento.

Gap 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Ocurre entre las percepciones que el gerente tiene de las expectativas del cliente, las normas y los procedimientos de la empresa. Se estudia esta brecha debido a que en muchos casos las normas no son claras para el personal, lo cual crea cierta incongruencia con los objetivos del servicio.

Gap 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Se presenta entre lo especificado en las normas del servicio prestado. La principal causa de esta brecha es la falta de orientación de las normas hacia las necesidades del cliente, lo cual se ve reflejado directamente en un servicio pobre y de mala calidad.

Gap 4: Diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Se produce cuando el cliente se le promete una cosa y se le entrega otra. Esto ocurre principalmente como resultado de una mala promoción y publicidad, en la que el mensaje que se transmite al consumidor no es el correcto.

Gap 5: Diferencia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio. Se había hablado de cuatro vacíos y aquí aparecen cinco.

Esta brecha representa la diferencia entre las expectativas que se generan los clientes antes de recibir el servicio, y la percepción que obtienen del mismo una vez recibido.

Todas estas brechas ayudan a identificar y medir las ineficiencias en la gestión de los servicios. Cada empresa debe orientar sus estudios hacia donde los principales “síntomas” lo indiquen. Sin embargo, una brecha que se debe analizar y tomar en consideración en todas las cosas es la brecha 5, ya que permite determinar los niveles de satisfacción de los clientes.

Cerrar la brecha del cliente es fundamental para lograr una reputación de excelente calidad del servicio satisfacer o exceder los deseos del servicio del cliente. Los clientes del servicio tengan buena apariencia, sean de fiar, sean responsables, tranquilizadoras y empática. El desafío es entonces satisfacer o exceder las expectativas precisas del mercado.

La mediocridad del servicio es bastante más fácil de conseguir que la superioridad de servicio. Solo los auténticos líderes de niveles más altos, pueden inspirar los compromisos personales necesarios para conseguir la superioridad de servicio.

El modelo propone que este último vacío se produce como consecuencia de las desviaciones anteriores y que constituye la medida de la calidad del servicio.

2.6.1 Instrumentos de servqual.

El análisis de la calidad en el servicio se inicia formalmente con el artículo de los catedráticos de marketing que realizaron una investigación de la calidad en los servicios en 1985, creando una escala para calificar a las empresas de servicios de acuerdo a cinco dimensiones: tangibilidad,

fiabilidad, capacidad de respuesta seguridad y empatía, y es a partir de esa investigación que se propusieron un modelo de calidad en el servicio. (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993)

Tabla 1 Número de preguntas por dimensión

DIMENSIÓN	PREGUNTAS	Nº DE PREGUNTAS
<i>Tangibles</i>	Preguntas de 1 a 4	4
<i>Fiabilidad</i>	Preguntas de 5 a 9	5
<i>Sensibilidad</i>	Preguntas 10 a 13	4
<i>Seguridad</i>	Preguntas de 14 a 17	4
<i>Empatía</i>	Preguntas de 18 a 22	5

Fuente: (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993). Elaborado por: La autora.

La investigación se basa en un cuestionario que distingue dos partes:

La primera dedicada a las percepciones formales por las mismas 22 afirmaciones anteriores donde la única diferencia es que no hacen referencia a un servicio específico sino a lo que reciben de una empresa concreta que pertenece a dicho servicio.

Tabla 2 Cuestionario de preguntas método servqual

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD							
Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir.	1	2	3	4	5	6	7
Cuando cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlo.	1	2	3	4	5	6	7
La empresa debe desempeñar bien el servicio por primera vez.	1	2	3	4	5	6	7
La empresa debe proporcionar su servicio en el momento en que promete hacerlo.	1	2	3	4	5	6	7
La empresa debe insistir en registros libre de error.	1	2	3	4	5	6	7
DIMENSIÓN DE SENSIBILIDAD							
La empresa debe tener informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	1	2	3	4	5	6	7
Los empleados de la empresa deben dar un servicio rápido.	1	2	3	4	5	6	7
Los empleados deben estar dispuestos ayudarles.	1	2	3	4	5	6	7

Los empleados de la empresa nunca deben estar demasiados ocupados para ayudarles.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD

El comportamiento de los empleados debe infundir confianza en usted.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

El cliente debe sentirse seguro en las transacciones con la empresa.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

Los empleados deben ser corteses de manera constante con usted.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

Los empleados de la empresa de publicidad deben tener conocimiento para responder a las preguntas de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

DIMENSIÓN DE EMPATÍA

La empresa debe dar atención individualizada a los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal, a cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

La empresa debe preocuparse de sus mejores intereses.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

Los empleados deben atender las necesidades específicas.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

DIMENSIÓN TANGIBLES

La empresa debe tener equipos de aspecto moderno.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

Las instalaciones físicas de la empresa deben ser atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

Los empleados de la empresa deben verse pulcros.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

Los materiales asociados con el servicio deben ser visualmente atractivos para la empresa de publicidad.	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

Fuente: (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993). Elaborado por: La autora.

El instrumento está conformado por una escala de respuestas múltiples diseñadas para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero a su vez es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones. Es decir, mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

En 1998 el modelo fue redefinido y denominado SERVQUAL por los mismos autores el cual considera que la calidad del servicio es una noción abstracta, debido a las características fundamentales del mismo, pues es intangible, heterogéneo o inesperado.

Según los autores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) definen esta metodología como un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio.

Dichos autores, consideran a la calidad del servicio como el resultado de la discrepancia entre las expectativas y la calidad percibida.

El modelo Servqual destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio y suponen que:

- Al cliente le es más difícil evaluar que la calidad de los productos.
- La percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.
- Las evaluaciones del servicio no se hacen solamente a la entrega de éste, sino también el proceso de realización del mismo.

El servqual está basado en un modelo de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que, si éstas superan a las expectativas, implicará una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.
2. Señala ciertos factores claves que condicionan las expectativas de los usuarios:

- ✓ Comunicación “boca a boca”, u opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
- ✓ Necesidades personales.
- ✓ Experiencias con el servicio que el usuario hay tenido previamente.
- ✓ Comunicaciones externas, que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

Identifican las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Servqual distingue la calidad esperada de la calidad percibida, a partir de la observación de cuatro factores que implican la ausencia de la calidad:

1. La ignorancia de las expectativas del cliente por parte de la empresa.
2. La inexistencia de la norma.
3. La discordancia entre el servicio ofrecido y las normas.
4. El incumplimiento de las promesas por parte de la empresa.

La síntesis de estos diversos enfoques nos lleva a considerar que la satisfacción del cliente es el elemento predominante de la calidad percibida.

El Servqual asume que los clientes establecen la calidad del servicio en función de la diferencia entre las expectativas acerca de lo que recibirán y las percepciones de lo que se les entrega.

2.6.2 Importancia servqual.

Según los autores (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993) nos dice que esta herramienta considera también las opciones de los clientes respecto de la importancia relativa de las cualidades del servicio, SERVQUAL, resulta útil para conocer:

- ✓ Una calificación global de la calidad del establecimiento.
- ✓ Lo que desean los clientes de la organización (beneficios ideales).
- ✓ Lo que perciben los clientes (beneficios descriptivos).
- ✓ Las brechas de insatisfacción específicas.
- ✓ El orden de los vacíos de calidad, desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

En relación a las ventajas que podemos obtener utilizando servqual, es que nos permite realizar un análisis departamental, o sea que aparte de poder cuantificar el servicio general que presta la organización, podemos obtener la calidad de servicio que presta un determinado departamento o área.

3 METODOLOGÍA

3.1 Enfoque científico

3.1.1 Cualí – cuantitativa.

Según el autor (Sampieri, 2014) nos define el enfoque cualitativo y cuantitativo de la siguiente manera: El enfoque cualitativo estudia a las personas con el pasado así mismo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

El enfoque paradigmático utilizado fue la cualí – cuantitativa, es decir mixta, en correspondencia con el problema y base científica tratados y los métodos aplicados. El cuantitativo se dio por medio de la recolección de datos a través de una encuesta, ayudó a examinar los datos de manera numérica y estadística a fin de que los resultados obtenidos con las encuestas fueran reales. El cualitativo mediante la contextualización del entorno descubriendo cualidades principales acerca de la indagación de la calidad de servicio como es el grado de expectativa, percepción, satisfacción y calidad entregado al usuario.

3.2 Técnica metodológica

3.2.1 Técnica exploratoria.

Según el autor Sampieri, (2014) afirma que la investigación exploratoria es la que se realiza para conocer el contexto sobre un tema que es objeto de estudio. Su objetivo es encontrar todas

las pruebas relacionadas con el fenómeno del que no se tiene ningún conocimiento y aumentar la posibilidad de realizar una investigación completa.

Esta técnica nos permitirá un acercamiento inicial a la situación, objeto de estudio y por tanto revelar la situación problemática que tiene la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita.

3.2.2 Técnica descriptiva.

“Consiste en describir fenómenos situaciones, contextos, y eventos es detallar como son y cómo se manifiestan” (Sampieri, 2014).

Esta investigación es descriptiva ya que se recogieron los hechos tal como se encontraron, identificando los principales problemas acerca la calidad del servicio en dicha cooperativa, pues no tienen una buena comunicación con los usuarios, el servicio que brindan no es suficiente, no llevan un adecuado listado de las personas que suben o bajan del transporte.

3.3 Tipos de investigación

3.3.1 Campo.

“Es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección de datos como entrevistas o encuestas con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente” (Sampieri, 2014).

Se hace uso de esta investigación para tener un conocimiento real del problema planteado, con la finalidad de describirlo, conocerlo y explicar de dónde provienen las causas de los problemas encontrados, el uso de esta investigación permitirá la aplicación de la encuesta a los pasajeros que

utilizan la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita en el cantón del Carmen, Provincia de Manabí.

3.3.2 Documental.

“La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías” (Sampieri, 2014).

En la presente investigación se utiliza fuentes bibliográficas para tener una postura teórica con respecto a la elaboración del presente proyecto, donde se pudo constatar y enriquecernos de información fundamentada acerca la calidad del servicio mediante el modelo de SERVQUAL.

3.4 Técnica y herramienta

3.4.1 Técnica.

3.4.1.1 Encuesta.

Según el autor (Sampieri, 2014) el método utilizado para la realización de esta investigación fue la encuesta, la cual consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o mas variables a medir.

Esta técnica se aplica a los pasajeros de la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita en el cantón del Carmen, donde se realizó un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas hacia cada pasajero con el fin de conocer que tan factible es la calidad del servicio.

3.4.2 Herramienta.

3.4.2.1 Cuestionario.

El cuestionario es considerado como un medio de comunicación escrito y básico, entre el encuestador y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas en forma cuidadosa, susceptibles de analizar en relación al problema estudiado. (Balestrini, 2002)

Para la aplicación de la encuesta se ha necesitado la utilización de un cuestionario previamente establecido, con preguntas que sustente el problema a resolver mediante la aplicación de la propuesta. El cuestionario realizado de la encuesta está dirigido a cada uno de los pasajeros que utilizan dicha cooperativa.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población.

Señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. (Sampieri, 2014)

La investigación se llevó a cabo mediante la encuesta a los usuarios, partiendo de un número estimado de pasajeros al año, siendo de 474.500 que en 365 días nos da 1.300 pasajeros por día, resultando un promedio de 80 pasajeros que hacen un recorrido de ida y vuelta por cada día.

Tabla 3 Población

POBLACIÓN AL AÑO	DÍAS	PASAJEROS POR DÍAS	PROMEDIO RECORRIDO IDA Y VUELTA
474.500	365	1.300	80

Fuente: Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

3.5.2 Muestra.

La muestra es la que puede determinar la problemática y de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso, que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. (Sampieri, 2014)

A continuación, se detallará como se sacó la muestra:

Tabla 4 Aplicación de la fórmula finita

PARÁMETROS	
N = 474,500	Tamaño de la población
Z = 1.96	Nivel de confianza
p = 0,5 50%	Probabilidad de éxito
q = 0,5 50%	Probabilidades de fracaso
d = 0,10%	Error máximo permisible

Fuente: (Spiegel & Stephens, 2009). Elaborado por: La autora.

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

Figura 3. Fórmula finita

Fuente: (Spiegel & Stephens, 2009). Elaborado por: La autora.

$$n = \frac{474.500 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,10)^2 * (474.500 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{455,709.8}{4,745.9504}$$

$$n = 97$$

La muestra obtenida fue del tipo probabilística de acuerdo a la fórmula de tamaño muestral para poblaciones finitas y estuvo conformada por 97 clientes, a quienes se aplicó el cuestionario en algunas de las 45 unidades.

CAPÍTULO II

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de la aplicación de técnicas e instrumentos en la investigación se estableció el análisis e interpretación de los resultados, donde utilizando el método Servqual desarrollado por Zeithaml, la misma que habla que los clientes se sienten satisfechos por lo que perciben del servicio recibido en relación con el grado de expectativa esperado. Para la calificación se utilizó el modelo de Likert de 7 puntos, el que está indicado en la siguiente tabla:

Tabla 5. Rango de calificación

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	ALGO EN DESACUERDO	INDIFERENTE	ALGO DE ACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5	6	7

Fuente: (Likert, 2009). Elaborado por: La autora.

El cuestionario se diseñó con 22 preguntas, las mismas que se clasificaron de acuerdo a las 5 dimensiones o atributos del método utilizado: tangibilidad, fiabilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta.

Los indicadores de calidad a través del modelo SERQUAL tienen marcadas diferencias y obedece a la distinta percepción y expectativa que tiene el cliente en cuanto a la valoración del servicio y atención que recibe.

ANÁLISIS DEL COEFICIENTE DE HABILIDAD DEL TOTAL DE POBLACIÓN

El alfa de Cronbach de todos los clientes de la empresa Flota Manabita, fue calculada a partir de la correlaciones de los ítems, es decir se calculó el alfa de cronbach estandarizado, donde se toman en cuenta las correlaciones lineales de las preguntas.

A continuación se presenta los resultados del coeficiente de fiabilidad.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Figura 4. Formula del coeficiente de Alfa de Cronbach

Fuente: (Matsumoto Nishizawa, 2014) Elaborado: Por la autora

Tabla 6. Aplicación de la formula

K=	Numero de ítems
$\sum S_i^2=$	Sumatoria de las varianzas de los ítems
$S_T^2=$	Varianza de la suma de los ítems
a=	Coficiente de Alfa de Cronbach

Fuente: (Matsumoto Nishizawa, 2014) Elaborado: Por la autora

$$a = \frac{22}{22-1} \left(1 - \frac{97,383}{9446} \right)$$

$$a = 1,03$$

Como se puede apreciar, el resultado tiene un valor α de 1,03, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad

Tabla 7. Interpretación de los valores de alfa

VALORES DE ALFA	INTERPRETACIÓN
0,90 – 1,00	Se califica como muy satisfactoria
0,80 – 0,89	Se califica como adecuada
0,70 – 0,79	Se califica como moderada
0,60 – 0,69	Se califica como baja
0,50 – 0,59	Se califica como muy baja
0,50	Se califica como no confiable

Fuente: (Gonzalez, 2015) Elaborado: Por la autora

En la figura 5 se observa que el género masculino indica con un (4,55) de sus perspectiva, es decir no están recibiendo el servicio como se merecen, es así que el género femenino se encuentra (4,31) de las expectativas juzgando el mal desempeño de la empresa. (**Anexo4.**), Información de los 97 encuestados.

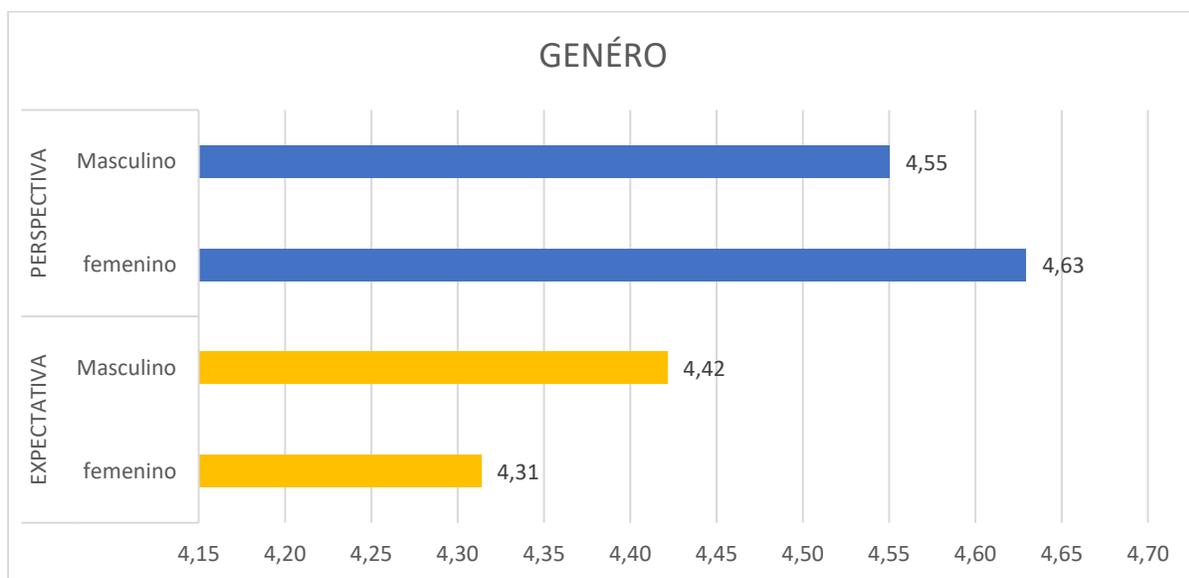


Figura 5. Valoración de brechas por género

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la Flota Manabita

En la figura siguiente se puede observar que dentro de la dimensión (4,58) seguridad está en un desconocimiento y credibilidad. y las perspectivas de como brindar un excelente servicio hacia sus usuarios, con la menor brecha (3,94) empatía indicando que los usuarios no siente una muestra de interés y sus expectativas están por debajo de lo que ellos pretendían esperar por parte de la empresa.

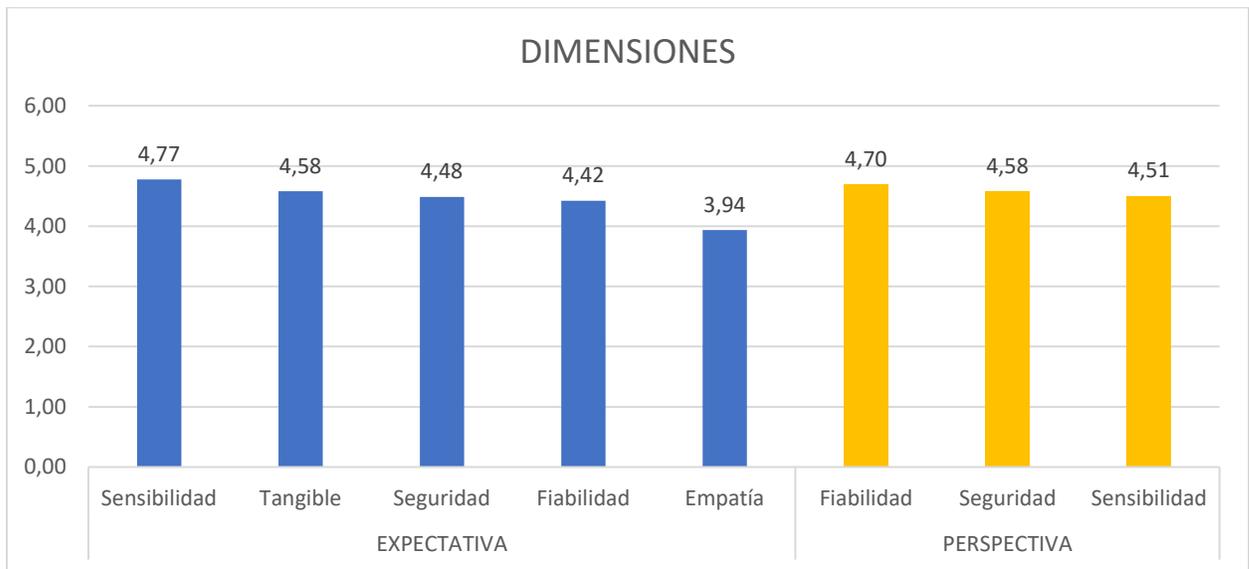


Figura 6. Valoración de las brechas por dimensión

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la Flota Manabita

En la figura 7 se refleja los resultados de las preguntas relacionada con la perspectiva y expectativa teniendo la P18 con 3,59 de expectativa si a sido tomada en cuenta como prioridad y tres preguntas muy cerca a este resultado, la P19 con 3,91 de expectativa y la P20 con 3,92 expectativa, si los intereses han sido atendidos, y la P21 con 3,98 expectativa, si el personal de la empresa atiende sus necesidades.

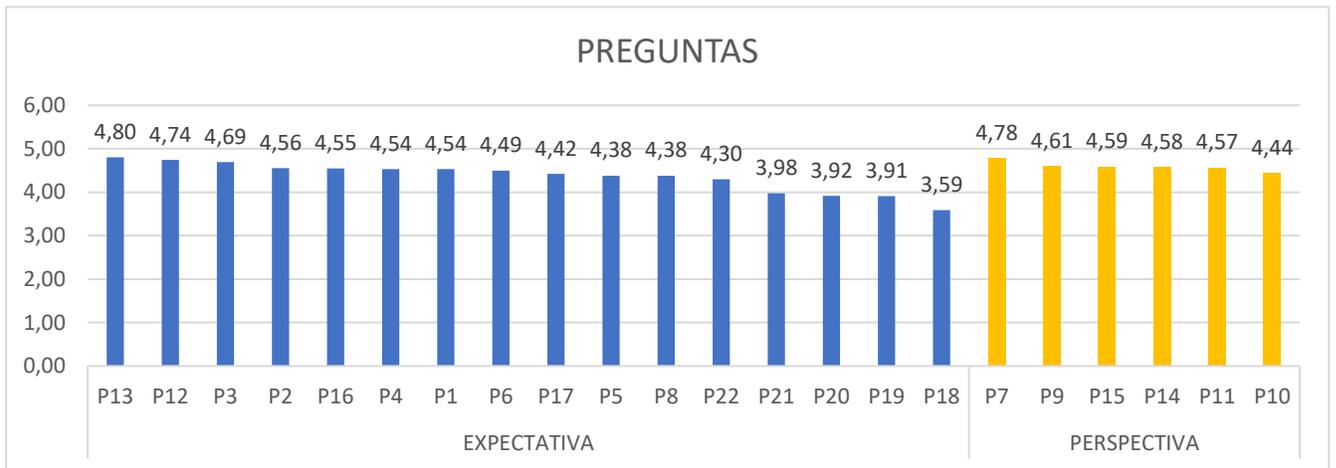


Figura 7. Valoración de brechas por preguntas

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la Flota Manabita

Figura 8 se reflejan los resultados de las preguntas relacionadas con la fiabilidad P7 con (5,03) ellos consideran que la empresa no les brindan un excelente servicio, están por debajo de sus perspectiva de los usuarios masculinos, mientras que el género femenino en la P18 empatía, con (3,50) expectativa ellas dicen que no son tomada en cuenta sus necesidades como prioridad, las dos siguientes P19 empatía con (3,77) ellas dicen que no están recibiendo una atención personalizada, P20 empatía con (3,88) expectativa, las femeninas dicen que sus intereses no fueron atendidos. Las expectativas de los hombres en la P12 (5,03) sensibilidad refleja que no reciben ayuda de parte de la empresa cuando ellos lo requieren.

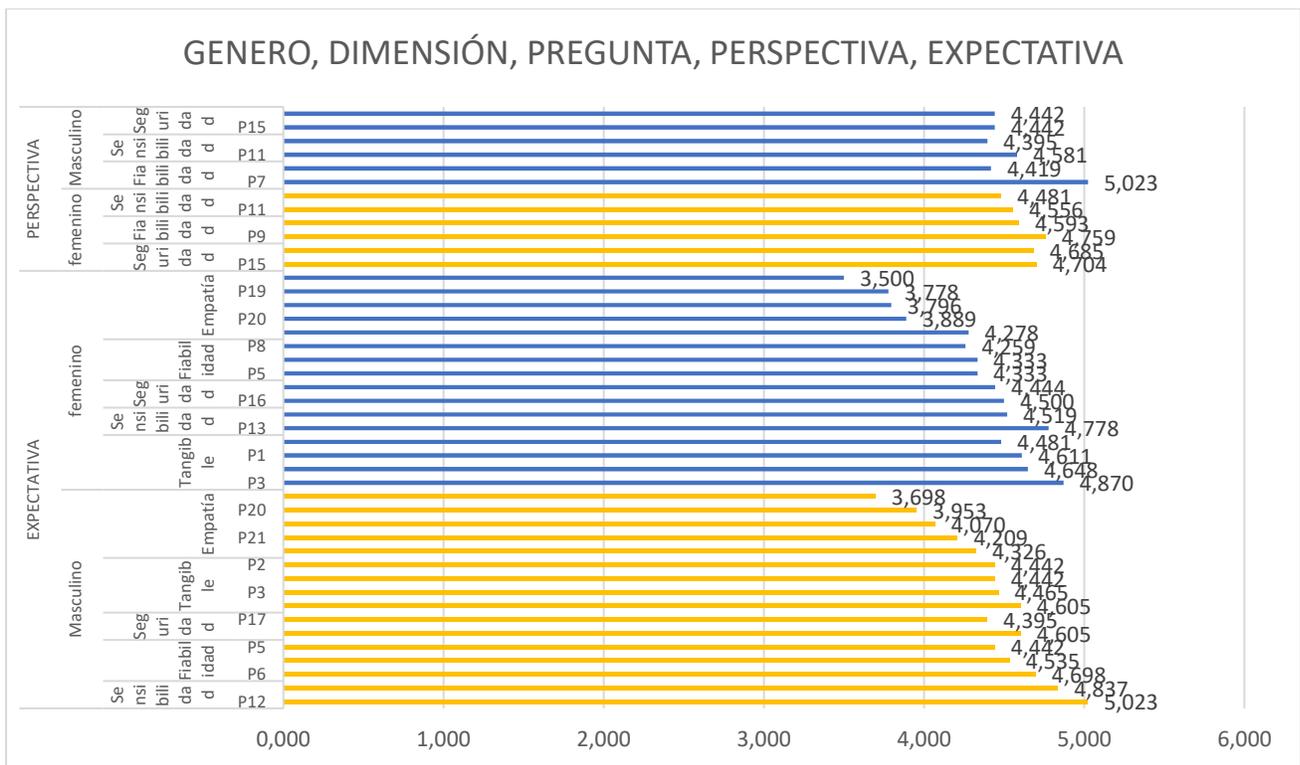


Figura 8. Valores por dimensión genero pregunta

Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios de la Flota Manabita

CAPÍTULO III

5 PROPUESTA

5.1 Introducción

Con los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas en la Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita, se determinaron las falencias de la empresa tal como son: que existe una baja calificación en la dimensión de la empatía, que las unidades no son modernas, unidades con olores desagradables y mal ambiente, otra de las falencias de la cooperativa de transporte es la falta de comunicación entre los controladores y los usuarios.

De acuerdo a la medición de las expectativas del cliente genera un déficit en el servicio al cliente, disminuyendo su competitividad con otras cooperativas que ofrecen el mismo servicio con similares características.

5.2 Objetivo de la propuesta

Elaborar un plan de mejora para el servicio de los usuarios en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita, Cantón El Carmen, Provincia de Manabí.

5.3 Justificación

La Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita perfeccionará la calidad del servicio, aplicando un plan de mejoramiento para el servicio al cliente como una solución factible para la cooperativa, que permita cumplir las necesidades de los mismos, buscando la comodidad, el bienestar, la confianza, la seguridad, y sobre todo la buena atención para convertirse en la empresa de preferencia de los clientes.

Mediante la utilización del cuestionario se ha identificado varios problemas en la cooperativa de transporte flota manabita, se pudo determinar que la atención al cliente por parte de los colaboradores no es la adecuada para sus usuarios, también en las preguntas planteadas se identificó que el género femenino son las que más se quejan del servicio y utilizando el método servqual se evidencia que por parte del personal de la cooperativa no tiene buena empatía, por lo que los clientes reclaman del mal servicio recibido por parte de la cooperativa.

5.4 Plan de mejoramiento

Tabla 8. Plan de mejoramiento

ÁREA DEL SERVICIO AL CLIENTE					
DEBILIDADES	RAZONES QUE LO PROVOCAN	POSIBLES ACCIONES	VALORACIÓN DE VIABILIDAD DE CADA ACCIÓN	ACCIONES FACTIBLE DE LOGRAR	IMPORTANCIA DE CADA ACCIÓN PARA SUPERAR LA DEBILIDAD
EMPATÍA	Por parte de los colaboradores no existe un interés en brindar una atención personalizada hacia sus usuarios.	Capacitación atención a la cliente personalizada.	Alta	Que el cliente se sienta satisfecho con el servicio personalizado.	Alta
TANGIBLES	No existe un interés de parte de los colaboradores en mantener limpias sus unidades.	La gerencia debe aplicarles una multa a los dueños de las unidades para que las mantengan limpias.	Alta	Que todos los usuarios que utilizan las flotas se sientan satisfechos.	Alta
FIABILIDAD	El personal de la flota no les está brindando la información respectiva de los recorridos de cada ruta.	El presidente de la empresa debe fomentarles a los socios, que deben informales a los clientes, de los recorridos de cada ruta.	Alta	Que el cliente se sienta importante cada vez que utilice las unidades.	Alta

SENSIBILIDAD	La empresa no les está brindando la respectiva información de los oportunos cambios de horarios	Promover los cambios oportunos de los horarios en las páginas como: Facebook, Instagram pág. web	Alta	Que los clientes se sientan satisfechos y confiados	Alta
SEGURIDAD	El personal de la empresa no les está brindando las condiciones de seguridad oportuna a sus clientes	Capacitación de atención al cliente	Alta	Que el usuario sienta conformidad y seguridad con nuestro servicio, trabajamos para que ellos se sientan satisfecho del servicio brindado	Alta

Fuente: Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

En la siguiente tabla se podrá observar cómo mejorar el área del servicio al cliente en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita:

Tabla 9 Mejorar el área del servicio al cliente

DEBILIDADES	ACCIONES		INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FECHA	RESPONSABLES
	Actividades	Tareas				
EMPATÍA	Capacitación de atención al cliente personalizada. Presupuesto para las capacitaciones (Anexo 5.)	1. Temática 2. Fijar fecha y día	Lograr el 80% de una atención personalizada	Encuestas a los usuarios	Ene.01.2020	Presidente de la empresa, y socios
TANGIBLES	La gerencia debe aplicarles una multa a los dueños de las unidades para que las mantengan limpias.	1. planificar 2. hacer 3. Verificar 4. actuar	Llegar a un 80% de unidades totalmente higiénicas	Hacer unas revisiones semanales de las unidades, manteniendo registros de éstas	Ene.01.2020	Presidente y socios

FIABILIDAD	El presidente de la empresa debe fomentarles a los socios, que deben informales a los clientes, de los recorridos de cada ruta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar 2. Hacer 3. Verificar 4. actuar 	Conseguir un 80% de satisfacción de los usuarios en el tema planteado	Encuestas Cliente fantasma	Ene.01.2020	Presidente y socios
SENSIBILIDAD	Promover los cambios oportunos de los horarios en las páginas como: Facebook, Instagram, página web.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación de los cambios de horarios 2. Hacer las respectivas publicaciones en las páginas. 	Conseguir el 80% de conformidad en la información de horarios	Encuestas	Feb.01.2020	Presidente y socios
SEGURIDAD	Capacitación de atención al cliente	<ol style="list-style-type: none"> 1. temática 2. fijar fecha y hora 3. auditorio 	Obtener un 80% de conformidad	Encuesta a los usuarios	Feb.01.2020	Presidente y socios

Fuente: Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

CAPÍTULO V

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Los estudios para la medición de la calidad del servicio de la flota manabita, se realizaron con profundidad, utilizando las herramientas del modelo SERVQUAL, que permitió analizar las expectativas y perspectivas de los clientes a través de las cinco dimensiones.

Los resultados de las brechas que corresponden al estudio del modelo SERVQUAL fueron de nivel más bajos para todas las dimensiones. La dimensión de mayor deficiencia es la empatía (3,94), seguida por (4,42) fiabilidad, y los elementos de seguridad (4,48), estando similares los resultados mientras que la dimensión tangible (4,58), la dimensión sensibilidad representa un resultado mejor con (4,77) mostrando mejor resultado.

Esta investigación alcanzo su objetivo que era conocer la perspectiva de los usuarios con relación a la calidad del servicio ofrecido en la flota manabita en donde se pudo determinar que en las 5 dimensiones salieron con índice de insatisfacción.

Mediantes las estrategias que se plantean para mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa Interprovincial Flota Manabita se lograra que los usuarios reciban un mejor servicio de calidad al momento de ser atendidos por sus colaboradores de la Flota.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda realizar las capacitaciones permanentes en atención al cliente a los colaboradores de la Flota Manabita, esto con el fin de ofrecer un buen servicio de calidad mismo que se detalla en la propuesta de tal manera que sea aplicada.

Los socios deben mantener sus unidades limpias para asimismo ofrecerles un ambiente cálido y limpio a sus usuarios, es esencial que la gerencia actúe con multas para los dueños de las unidades como se expuso en la propuesta y que puede ser diligente.

Los colaboradores de las unidades no les brindan información oportuna a sus usuarios de cada recorrido y ruta, en la propuesta se sugiere hacer una planificación, verificar, actuar y hacer para que sus clientes se sientan conforme del servicio que reciben.

Llevándose a cabo la implementación de las acciones sugeridas en este plan de mejoramiento se observará un mejor desempeño y un incremento en los índices de calidad del área de servicio al cliente, los cuales repercutirán positivamente en los usuarios.

CAPÍTULO V

7 BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, J., Chaparro, E., & Bernal, S. (2014). *Retos en la Formación de Profesionales Logísticos: Servicio y Competitividad*. México: UAEM.

Balestrini. (2002). *Como se elabora un proyecto de investigación*. Caracas.

Cedeño, A., & Cordero, L. (2017). *Oportunidades de mejoramiento para la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Zaracay*. Santo Domingo: Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa.

Crosby. (1994). *La calidad no cuesta*. Mexico : Continental.

Deming. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*: . Madrid : Diaz de santos.

Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Education.

García. (2001). *La calidad total*. Madrid.

IBEROECONOMÍA. (4 de Octubre de 2018). *Éstas son las ciudades latinoamericanas con el peor transporte público*. Obtenido de IBEROECONOMÍA España en positivo: <https://iberoeconomia.es/internacional/estas-son-las-ciudades-latinoamericanas-con-el-peor-transporte-publico/>

Juran , & Gryna . (1993). *Manual de conto de la calidad*. La Habana, Cuba : MES.

Kasper. (2000). *Physiology and Pathology of Chloride Transporters and Channels in the Nervous System*. EEUU.

Kerlinger, F. (2002). *Investigación del Comportamiento*. México: McGraw-Hill/Interamericana de México.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Krutz , & Clow. (2010). *Servicios de marketing*. Australia: J. Wiley y Sons.

LA HORA. (1 de Enero de 2004). *Quejas por transporte interprovincial*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1000216298/quejas-por-transporte-interprovincial>

La Hora. (2004). *Quejas por transportes interprovinciales* .

Likert, R. (2009). *La Organización Humana: Su gestión y valor*. Nueva York: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Mendoza, J. (2007). *Medición de la Calidad del Servicio*. México: Pearson Education.

Nahoum . (1985). *La entrevista psicologica*. Buenos Aires .

Naresh K. , & Malhotra,. (2004). *Investigacion de mercado un enfoque aplicado* . Mexico.

Orellana Guano, J. W. (2019). *Medición de la satisfacción del servicio a los usuarios del Complejo Cavernas Jumandy del cantón Archidona*. Puyo: Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes.

Palafox , G. (2007). *Calidad en el Servicio*. Perú: Mc Grawl Hill.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura. *Journal of Marketing*, 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: Una escala de elementos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio. *Journal of Retailing* , 12-40.

Pazmiño Almeida, A. L., & Flor Cevallos, C. Á. (Mayo de 2008). *Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles S.A.* Quito: Universidad San Francisco de Quito.

positivo, I. E. (4 de Octubre de 2018). *Éstas son las ciudades latinoamericanas con el peor transporte público.* Obtenido de Iberoconomía España en positivo: <https://iberoconomia.es/internacional/estas-son-las-ciudades-latinoamericanas-con-el-peor-transporte-publico/>

Reeves , & Bednar . (1994). *Mejora de la calidad* . Mexico.

Ruíz, O. (2001). *Gestión de la Calidad del Servicio a través de Indicadores Externos.* Madrid: Monografías AECA.

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* . México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). *Estadística.* México, D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Stanton , W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing.* Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Zeimthal , & Bitner . (2002). *Marketing de servicios* . Mexico: McGraw- Hill.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *CALIDAD TOTAL EN LA GESTIÓN DE SERVICIOS: Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.

ANEXOS

8 ANEXOS

Anexos 1. Diagrama de Ishikawa

EFEECTO



CAUSA

El anexo 1 muestra el diagrama de Ishikawa. Fuente: Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

Anexos 2. Cuestionario Servqual

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN

Fecha: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Estimado cliente:

En nuestro intento de brindarle siempre un mejor servicio, le pedimos nos ayude a conocer su percepción con respecto a la experiencia con nuestro servicio de brindado en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita.

Por favor, indique el grado de satisfacción que usted piensa que debe tener la Cooperativa de Transporte Flota Manabita, con respecto a las características de los siguientes enunciados.

Le pedimos que responda a este cuestionario de manera sincera, evaluando cada pregunta con una escala del 1 al 7, siendo 1 total desacuerdo y 7 total acuerdo.

1	¿Considera que la Flota Manabita dispone de unidades modernas?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Cree usted que las instalaciones físicas de la Flota son confortables?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Considera que el personal de la Flota luce impecable?	1	2	3	4	5	6	7

4	¿Cree usted que las unidades de la flota brindan un ambiente higiénico?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿Considera que la empresa cumple con los horarios establecidos?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿Cree usted que la empresa se preocupa por resolver sus inconformidades?	1	2	3	4	5	6	7
7	¿Considera usted que la flota le brinda un excelente servicio?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Considera usted que el personal que labora en las unidades brinda información oportuna sobre el recorrido de cada ruta?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿Cree usted que se realiza un debido proceso de almacenamiento de equipaje?	1	2	3	4	5	6	7
10	¿La Flota Manabita informa de los cambios de horarios oportunamente a sus usuarios?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Considera usted que los colaboradores de la flota brindan un servicio rápido y oportuno?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Recibe ayuda de los empleados de la empresa cuando usted lo requiere?	1	2	3	4	5	6	7
13	¿Considera que los empleados de la flota siempre se encuentran dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5	6	7
14	¿El comportamiento de los empleados, le generan confianza?	1	2	3	4	5	6	7

15	¿Considera que la empresa Flota Manabita respeta las tarifas establecidas?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Considera usted que el personal de la empresa es cortés con los usuarios?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Considera que los empleados están capacitados para responder a sus inquietudes?	1	2	3	4	5	6	7
18	¿Considera usted que ha sido tomada en cuenta sus necesidades como prioridad?	1	2	3	4	5	6	7
19	¿Usted considera que ha recibido una atención personalizada?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿Considera usted que sus intereses fueron atendidos?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿Cree usted que el personal de la flota entiende sus necesidades?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Considera que el horario de atención en las ventanillas es flexible?	1	2	3	4	5	6	7

¡Gracias por permitirnos su opinión, trabajamos para brindarles un servicio de excelente calidad!

El anexo 2 muestra el cuestionario servqual. Fuente: Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

Anexos 3. Cuestionario Servqual

ENCUESTA DE ESPECTATIVA

Fecha: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Estimado cliente:

En nuestro intento de brindarle siempre un mejor servicio, le pedimos nos ayude a conocer su percepción con respecto a la experiencia con nuestro servicio de brindado en la Cooperativa de Transporte Flota Manabita.

Por favor, indique el grado de satisfacción que usted piensa que debe tener la Cooperativa de Transporte Flota Manabita, con respecto a las características de los siguientes enunciados.

Le pedimos que responda a este cuestionario de manera sincera, evaluando cada pregunta con una escala del 1 al 7, siendo 1 total desacuerdo y 7 total acuerdo.

1	¿Considera que la Flota Manabita dispone de unidades modernas?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Cree usted que las instalaciones físicas de la Flota son confortables?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Considera que el personal de la Flota luce impecable?	1	2	3	4	5	6	7

4	¿Cree usted que las unidades de la flota brindan un ambiente higiénico?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿Considera que la empresa cumple con los horarios establecidos?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿Cree usted que la empresa se preocupa por resolver sus inconformidades?	1	2	3	4	5	6	7
7	¿Considera usted que la flota le brinda un excelente servicio?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Considera usted que el personal que labora en las unidades brinda información oportuna sobre el recorrido de cada ruta?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿Cree usted que se realiza un debido proceso de almacenamiento de equipaje?	1	2	3	4	5	6	7
10	¿La Flota Manabita informa de los cambios de horarios oportunamente a sus usuarios?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Considera usted que los colaboradores de la flota brindan un servicio rápido y oportuno?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Recibe ayuda de los empleados de la empresa cuando usted lo requiere?	1	2	3	4	5	6	7
13	¿Considera que los empleados de la flota siempre se encuentran dispuestos a ayudarlo?	1	2	3	4	5	6	7
14	¿El comportamiento de los empleados, le generan confianza?	1	2	3	4	5	6	7

15	¿Considera que la empresa Flota Manabita respeta las tarifas establecidas?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Considera usted que el personal de la empresa es cortés con los usuarios?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Considera que los empleados están capacitados para responder a sus inquietudes?	1	2	3	4	5	6	7
18	¿Considera usted que ha sido tomada en cuenta sus necesidades como prioridad?	1	2	3	4	5	6	7
19	¿Usted considera que ha recibido una atención personalizada?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿Considera usted que sus intereses fueron atendidos?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿Cree usted que el personal de la flota entiende sus necesidades?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Considera que el horario de atención en las ventanillas es flexible?	1	2	3	4	5	6	7

Gracias por permitirnos su opinión, trabajamos para brindarles un servicio de excelente calidad!

Anexos 4. Informacion Levantada

1	20/09/2019	Masculino	31	31 a 40	4	5	3	4	3	6	5	3	3	4	4	4	4	5	2	4	3	4	5	3	5	6
2	20/09/2019	Masculino	19	hasta 20	5	4	4	4	5	5	6	5	4	4	6	5	4	6	7	7	7	5	5	6	6	6
3	20/09/2019	femenino	35	31 a 40	5	4	5	4	6	4	6	5	6	4	6	4	6	4	5	6	5	2	4	3	5	6
4	20/09/2019	masculino	42	41 a 50	5	5	6	6	5	7	6	7	5	7	6	6	5	4	3	5	3	4	5	6	5	6
5	20/09/2019	femenino	20	hasta 20	5	4	7	5	4	6	7	6	7	5	6	7	7	6	6	5	4	6	4	6	5	6
6	20/09/2019	Masculino	29	21 a 30	4	4	4	4	3	1	4	1	3	3	3	4	4	4	4	5	6	4	4	5	4	3
7	20/09/2019	femenino	28	21 a 30	4	5	2	3	4	4	5	2	3	3	3	2	3	5	3	3	3	2	2	3	4	5
8	20/09/2019	femenino	18	hasta 20	4	5	5	4	5	6	4	4	4	5	6	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
9	20/09/2019	Masculino	18	hasta 20	5	4	7	5	4	6	7	6	7	5	6	7	7	6	6	5	4	6	4	6	5	6
10	20/09/2019	femenino	57	51 a 60	5	4	5	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6
11	20/09/2019	femenino	31	31 a 40	3	5	5	5	7	3	4	5	6	7	5	7	6	5	7	5	6	5	5	5	3	7
12	20/09/2019	femenino	48	41 a 50	6	7	7	7	6	5	7	6	6	5	6	5	7	6	6	6	5	5	7	6	6	6
13	20/09/2019	Masculino	18	hasta 20	6	7	6	6	7	7	7	6	7	6	6	6	7	6	5	6	7	7	6	6	7	7
14	20/09/2019	femenino	18	hasta 20	6	5	6	5	4	5	3	4	7	6	5	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	4
15	20/09/2019	femenino	60	51 a 60	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	6	6	5	4	7	5	5	5	5	3	4
16	20/09/2019	femenino	39	31 a 40	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	6	6	5	3	7	5	5	5	5	3	4
17	20/09/2019	femenino	22	21 a 30	5	5	5	4	4	2	6	4	2	2	4	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	5
18	20/09/2019	femenino	37	31 a 40	5	6	5	3	5	4	2	2	5	5	2	2	2	2	6	2	2	5	4	2	2	2
19	20/09/2019	femenino	51	51 a 60	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	3	5	6	6
20	20/09/2019	femenino	24	21 a 30	5	6	5	7	5	6	6	7	6	5	7	4	6	7	7	5	4	5	6	6	6	5
21	20/09/2019	Masculino	39	31 a 40	6	6	4	4	5	6	5	6	6	4	5	5	6	4	3	3	4	4	3	4	5	6
22	20/09/2019	Masculino	58	51 a 60	6	6	6	6	7	4	7	2	7	2	7	5	6	5	7	5	5	6	7	5	6	6
23	20/09/2019	femenino	69	Mayor de 60	6	6	7	6	6	6	7	6	7	6	6	6	5	6	6	6	7	5	6	6	6	6
24	20/09/2019	femenino	58	51 a 60	5	4	6	4	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	4	2	1	1	1	2
25	20/09/2019	Masculino	46	41 a 50	5	3	7	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	5	6	6	6	7	6	7
26	20/09/2019	Masculino	44	41 a 50	7	5	5	6	5	6	5	3	3	4	5	6	6	5	7	7	7	7	7	6	6	7

27	20/09/2019	Masculino	17	hasta 20	5	4	5	5	4	3	6	6	5	3	4	6	6	5	4	6	5	5	5	6	6	4
28	20/09/2019	femenino	42	41 a 50	4	5	7	4	3	2	4	2	2	6	3	3	3	6	1	2	2	2	3	3	3	7
29	20/09/2019	Masculino	33	31 a 40	5	6	6	5	6	5	7	6	5	7	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6
30	20/09/2019	femenino	26	21 a 30	7	4	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6
31	13/09/2019	Masculino	31	31 a 40	4	5	3	4	3	6	5	3	3	4	4	4	4	5	2	4	3	4	5	3	5	6
32	14/09/2019	Masculino	19	hasta 20	5	4	4	4	5	5	6	5	4	4	6	5	4	6	7	7	7	5	5	6	6	6
33	15/09/2019	femenino	35	31 a 40	5	4	5	4	6	4	6	5	6	4	6	4	6	4	5	6	5	2	4	3	5	6
34	16/09/2019	masculino	42	41 a 50	5	5	6	6	5	7	6	7	5	7	6	6	5	4	3	5	3	4	5	6	5	6
35	17/09/2019	femenino	20	hasta 20	5	4	7	5	4	6	7	6	7	5	6	7	7	6	6	5	4	6	4	6	5	6
36	18/09/2019	Masculino	29	21 a 30	4	4	4	4	3	1	4	1	3	3	3	4	4	4	4	5	6	4	4	5	4	3
37	19/09/2019	femenino	28	21 a 30	4	5	2	3	4	4	5	2	3	3	3	2	3	5	3	3	3	2	2	3	4	5
38	20/09/2019	femenino	18	hasta 20	4	5	5	4	5	6	4	4	4	5	6	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
39	21/09/2019	Masculino	18	hasta 20	5	4	7	5	4	6	7	6	7	5	6	7	7	6	6	5	4	6	4	6	5	6
40	22/09/2019	femenino	57	51 a 60	5	4	5	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6
41	23/09/2019	femenino	31	31 a 40	3	5	5	5	7	3	4	5	6	7	5	7	6	5	7	5	6	5	5	5	3	7
42	24/09/2019	femenino	48	41 a 50	6	7	7	7	6	5	7	6	6	5	6	5	7	6	6	6	5	5	7	6	6	6
43	25/09/2019	Masculino	18	hasta 20	6	7	6	6	7	7	7	6	7	6	6	6	7	6	5	6	7	7	6	6	7	7
44	26/09/2019	femenino	18	hasta 20	6	5	6	5	4	5	3	4	7	6	5	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	4
45	27/09/2019	femenino	60	51 a 60	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	6	6	5	4	7	5	5	5	5	3	4
46	13/09/2019	femenino	39	31 a 40	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	6	6	5	3	7	5	5	5	5	3	4
47	14/09/2019	femenino	22	21 a 30	5	5	5	4	4	2	6	4	2	2	4	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	5
48	15/09/2019	femenino	37	31 a 40	5	6	5	3	5	4	2	2	5	5	2	2	2	2	6	2	2	5	4	2	2	2
49	16/09/2019	femenino	51	51 a 60	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	3	5	6	6
50	17/09/2019	femenino	24	21 a 30	5	6	5	7	5	6	6	7	6	5	7	4	6	7	7	5	4	5	6	6	6	5
51	18/09/2019	Masculino	39	31 a 40	6	6	4	4	5	6	5	6	6	4	5	5	6	4	3	3	4	4	3	4	5	6
52	19/09/2019	Masculino	58	51 a 60	6	6	6	6	7	4	7	2	7	2	7	5	6	5	7	5	5	6	7	5	6	6
53	20/09/2019	femenino	69	60 Mayor de	6	6	7	6	6	6	7	6	7	6	6	6	5	6	6	6	7	5	6	6	6	6
54	21/09/2019	femenino	58	51 a 60	5	4	6	4	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	4	2	1	1	1	2
55	22/09/2019	Masculino	46	41 a 50	5	3	7	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	5	6	6	6	7	6	7

56	23/09/2019	Masculino	44	41 a 50	7	5	5	6	5	6	5	3	3	4	5	6	6	5	7	7	7	7	7	6	6	7
57	24/09/2019	Masculino	17	hasta 20	5	4	5	5	4	3	6	6	5	3	4	6	6	5	4	6	5	5	5	6	6	4
58	25/09/2019	femenino	42	41 a 50	4	5	7	4	3	2	4	2	2	6	3	3	3	6	1	2	2	2	3	3	3	7
59	26/09/2019	Masculino	33	31 a 40	5	6	6	5	6	5	7	6	5	7	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6
60	27/09/2019	femenino	26	21 a 30	7	4	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6
61	13/09/2019	Masculino	33	31 a 40	1	1	4	3	1	5	4	3	6	3	3	7	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	14/09/2019	femenino	24	21 a 30	6	7	7	6	7	6	7	6	7	7	6	6	6	7	5	7	7	6	7	6	6	6
63	15/09/2019	Masculino	30	21 a 30	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	6	5	3	5	6	3	2	3	4	2	6
64	16/09/2019	femenino	25	21 a 30	5	4	5	3	4	5	3	5	4	5	6	4	5	6	5	5	6	4	3	5	4	5
65	17/09/2019	femenino	31	31 a 40	5	4	5	4	6	4	6	4	5	6	5	4	6	5	6	5	4	4	3	2	3	1
66	18/09/2019	femenino	31	31 a 40	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	3	2	3	1
67	19/09/2019	Masculino	51	51 a 60	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	1	3	2	3	2
68	20/09/2019	femenino	42	41 a 50	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	2	2	1	2
69	21/09/2019	femenino	30	21 a 30	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	1	2	3	2	3
70	22/09/2019	femenino	33	31 a 40	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	1	2	3	2	3
71	23/09/2019	Masculino	32	31 a 40	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	1	2	2	1	3
72	24/09/2019	Masculino	25	21 a 30	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	4	3	1	2	3	2	2
73	25/09/2019	femenino	33	31 a 40	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	3	1	2	1	2	1
74	26/09/2019	femenino	28	21 a 30	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	1	2	1	3	2
75	27/09/2019	Masculino	35	31 a 40	3	4	3	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	3	4	1	2	1	3	2
76	13/09/2019	Masculino	32	31 a 40	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	2	2	3	2
77	14/09/2019	Masculino	35	31 a 40	3	4	5	3	4	3	5	4	3	5	3	5	4	3	4	4	3	1	3	2	1	2
78	15/09/2019	femenino	32	31 a 40	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	1	2	3	2	3
79	16/09/2019	femenino	21	21 a 30	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	1	2	2	3	2
80	17/09/2019	femenino	38	31 a 40	2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	1	2	3	1	3
81	18/09/2019	Masculino	40	31 a 40	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	3	2	2	1	2
82	19/09/2019	Masculino	25	21 a 30	4	3	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	4	1	2	3	2	2
83	20/09/2019	femenino	31	31 a 40	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	3	5	3	4	3	4	1	2	3	2	3
84	21/09/2019	femenino	22	21 a 30	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	3	1	3	2	3	2
85	22/09/2019	Masculino	25	21 a 30	3	4	3	4	3	4	5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	2	3	2	3	2

86	23/09/2019	Masculino	31	31 a 40	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2
87	24/09/2019	femenino	22	21 a 30	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	2	3	2	3	2
88	25/09/2019	Masculino	25	21 a 30	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	5	3	5	3	4	1	2	3	2	3
89	26/09/2019	Masculino	22	21 a 30	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	1	2	1	3	2
90	27/09/2019	Masculino	22	21 a 30	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	3	4	1	3	1	3	2
91	13/09/2019	Masculino	25	21 a 30	4	5	3	5	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	4	3
92	14/09/2019	femenino	30	21 a 30	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	5	6	4	3	4	4	2	4	3	4
93	15/09/2019	femenino	25	21 a 30	4	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	1	3	1	3	4
94	16/09/2019	Masculino	35	31 a 40	4	5	4	5	6	4	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	5	2	4	2	4	3
95	17/09/2019	femenino	21	21 a 30	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	4	5	3	4	2	4	3
96	18/09/2019	Masculino	28	21 a 30	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	3	3	4	3	4	3
97	19/09/2019	Masculino	33	31 a 40	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	2	4	2	4	2

Anexo 4. Datos levantados de los usuarios de la Cooperativa Flota Manabita Fuente: encuestas a los usuarios Elaborado por: la autora

Anexos 5. Cronograma De Actividades Para Capacitaciones
Transporte Público “FLOTA MANABITA”

JUNIO – DICIEMBRE 2020

FECHA	CURSO	OYENTE	CAPACITADOR	HORA	VALOR
06/06/2020	MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO	CONDUCTORES-COLABORADORES	Msc. Santamaría Francisco	4 H	120
12/08/2020	ATECIÓN AL CLIENTE	COLABORADORES	Msc. Karen Sánchez	4 H	150
18/10/2020	ESTRATEGIA DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	CONDUCTORES-COLABORADORES	Ing. José Luis Herrera	4 H	160
04/12/2020	IMPORTANCIA DE LA CALIDAD Y SERVICIO	CONDUCTORES	Ing. Víctor Sanmartín	4 H	130
					560

Anexo 5. Presupuesto para las capacitaciones de la Cooperativa Flota Manabita

Anexos 6. Encuesta a los usuarios



El anexo 6. muestra las encuestas a los usuarios. Fuente: Terminal Terrestre. Elaborado por: La autora.



El anexo 7. muestra las encuestas a los usuarios. Fuente: Terminal Terrestre, Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.



El anexo 8. muestra las encuestas a los usuarios. Fuente: Terminal Terrestre, Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.



El anexo 9. muestra las encuestas a los usuarios. Fuente: Terminal Terrestre, Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

Anexos 7. Oficinas de la cooperativa Flota Manabita



El anexo 10. muestra las oficinas de la cooperativa Flota Manabita. Fuente: Presidente, Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.



El anexo 11. muestra las oficinas de la cooperativa Flota Manabita. Fuente: Presidente, Cooperativa Interprovincial de Transporte Flota Manabita. Elaborado por: La autora.

