



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN MERCADOTECNIA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA
DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLÍVAR DE LA
CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023.**

AUTORAS:

PAOLA NATALY GARCIA RODRIGUEZ

MARIA JOSÉ GUERRERO VÁSCONEZ

DIRECTOR:

ING. WILTER RODOLFO CAMACHO ARELLANO MSc.

PARACADÉMICO:

**ING. EDGAR PATRICIO
RIVADENEIRA RAMOS**

PARACADÉMICO:

**ING. VÍCTOR HUGO
QUIZPE BACULIMA**

GUARANDA-ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por darme salud y vida y muchas fuerzas de seguir adelante y no rendirme en uno de mis sueños más deseados, agradezco a mi familia que con su apoyo incondicional he podido lograr mi meta y objetivo desde mi infancia, ahora gracias a ellos estoy convirtiéndome en lo que siempre he soñado. Por ellos les rindo un especial homenaje esperando brindarles más alegrías y victorias en futuros retos académicos y personales.

De igual manera expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, por haberme permitido lograr un gran paso de mi vida dentro de la Carrera de Mercadotecnia, por convertirme en una gran profesional competitiva, llena de grandes conocimientos y expectativas, por brindarme la oportunidad de ser aceptada y abrirme las puertas de su seno científico para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos para formarnos futuros profesionales y su apoyo para seguir adelante día tras día. A mi director de tesis Ing. Wilter Camacho, que me ayudado en la culminación de mi proceso académico, a la vez agradezco por su tiempo, paciencia y por su gran orientación, gracias por ser un gran guía en algo tan enorme, a mis pares académicos Ing. Edgar Rivadeneira, Ing. Víctor Hugo Quizhpe por el apoyo y guía en todo este proceso, por su manera de corregir y enseñar.

Garcia Rodriguez Paola Nataly

Primeramente, quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir uno de mis sueños más deseados y también agradezco a mi madre Isabel Vásconez quien es un pilar fundamental de fortaleza quien me inculco principios y valores para hacerme una persona de bien y siempre estar ahí para mi ayudándome a cumplir cada meta que me he propuesto, a mis hermanos Carolina, Jonathan y Steven por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

A los docentes de la carrera de Mercadotecnia por impartirnos metodologías que nos servirán en nuestra vida profesional, en especial al Ing. Wilter Camacho por guiarnos en el proceso de la realización de nuestra investigación.

Guerrero Vásconez María José

DEDICATORIA

Dedico mi tesis primeramente a Dios por haberme permitido cumplir una de mis metas más deseadas así mismo por haberme dado salud, paciencia y sabiduría para lograr mis objetivos. Tengo el honor de dedicarles el presente trabajo de titulación a mis padres Lizardo Garcia y Nancy Rodríguez por su infinito apoyo incondicional, por creer en mi potencial y depositar su gran confianza en mí para así verme lograr mis sueños, gracias por sacrificarse y por ser fuente de inspiración, por enseñarme los valores que me han guiado hasta el momento, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad.

También se lo dedico a mis hermanos Omar, Joel, Amelia, ya que ellos han representado en mí la fortaleza para salir adelante y motivarlos a que aunque el camino sea difícil y lleno de sacrificios siempre existe una gran recompensa. A mi cuñada Andrea y sobrino Jhadier ya que ellos también presenciaron el gran esfuerzo que hacía día a día, y sobre todo por motivarme a seguir en adelante y ser una gran persona. A mi novio Ivan, por ser mi apoyo incondicional, es una de las personas que día a día me motivaba a conseguir mis sueños, por no permitirme que me rinda y nunca dejarme sola incluso en los momentos más difíciles.

Garcia Rodriguez Paola Nataly

La presente dedicatoria está dirigida a Dios nuestro señor por haberme prestado su mano amiga y cubrirme con el manto de la sabiduría, a mi madre quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido cumplir hoy un sueño y meta más en mi vida, a mis hermanos y sobrinos Jean Pool y Samir por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias a toda mi familia por sus consejos y palabras han hecho de mí una mujer de bien e inteligente.

Guerrero Vásconez María José

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
MERCADOTECNIA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Wilter Rodolfo Camacho Arellano Mg, Ing. Edgar Rivadeneira e Ing. Víctor Hugo Quizhpe en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular “**EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023**” desarrollado por las señoritas estudiantes, Paola Nataly García Rodríguez y María José Guerrero Vásconez.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Mercadotecnia**.

Guaranda, febrero del 2024

Ing. Wilter Rodolfo Camacho Arellano Mg.
DIRECTOR

Ing. Edgar Rivadeneira
PAR ACADÉMICO

Ing. Víctor Hugo Quizhpe
PAR ACADÉMICO

DERECHOS DE AUTORIA



**BIBLIOTECA
GENERAL**

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras **García Rodríguez Paola Nataly** y **Guerrero Vásconez María José** portadoras de la Cédula de Identidad N° **0250316304** y **0202196424**, en calidad de autoras y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **“El Servicio y la Atención al Cliente en la Cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la Ciudad de Guaranda, Año 2023”**, modalidad presencial, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Las autoras declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P. Nataly', written in a cursive style.

Paola Nataly García Rodríguez

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'María José Guerrero', written in a cursive style.

María José Guerrero Vásconez

ÍNDICE

TEMA DEL PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN.....	V
DERECHOS DE AUTORIA NOTARIZADA	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS	XIV
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
CAPÍTULO I.....	4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	4
Descripción del problema.....	4
Formulación del problema.....	5
Preguntas de Investigación.....	5
Justificación.....	5
Objetivos: General y Específicos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Idea a defender	7
Variable de investigación	7
Operacionalización de Variables.....	7
CAPÍTULO II.....	9

MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes	9
Marco científico	10
Estructuralismo.....	10
Marca.....	10
Servicio al cliente	12
Cliente	13
Ventaja competitiva.....	13
Fidelización al cliente.....	14
Servicio.....	14
Movilidad de servicio	15
Puntualidad.....	16
Análisis interno.....	16
Marco Conceptual	18
Servicio de transportes	18
Marco legal.....	19
Constitución del Ecuador	19
La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.....	20
Ley Orgánica De Transparencia y Acceso a la Información Pública.....	20
Marco Georreferencial	21
CAPÍTULO III	22
MARCO METODOLÓGICO	22
Tipo de Investigación	22
Enfoque	22
Enfoque cualitativo.....	22

Enfoque cuantitativo.....	22
Investigación de campo y explorativa.....	22
Investigación descriptiva.....	23
Método Inductivo	23
Método Deductivo.....	23
Método Analítico.....	23
Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	23
Población y Muestra.....	24
Muestra de la población	24
Procesamiento de la información	24
CAPÍTULO IV	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
Análisis e Interpretación y Discusión de Resultados	26
Análisis encuesta	26
Ficha de Observación	44
Hallazgos	50
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Variable de estudio: servicio y atención al cliente</i>	7
Tabla 2: <i>Normativa Legal</i>	20
Tabla 3: <i>Especificación de técnicas e instrumentos utilizados</i>	23
Tabla 5: <i>Edades que usan el servicio</i>	27
Tabla 6: <i>Géneros que utilizan el servicio</i>	28
Tabla 7: <i>Indagación de uso de transporte</i>	29
Tabla 8: <i>Indagación del número de veces que se hace uso el medio de transporte</i> ...	30
Tabla 9: <i>Evaluación del estado físico</i>	31
Tabla 10: <i>Aplicación de la tarifa preferencial</i>	32
Tabla 11: <i>Visualización de contenido sobre paradas</i>	33
Tabla 12: <i>Situación de vendedores ambulantes</i>	34
Tabla 13: <i>Capacidad del servicio de transporte</i>	35
Tabla 14: <i>Valores éticos y mores de la clientela</i>	36
Tabla 15: <i>Accesibilidad a la Unidad de Transporte</i>	37
Tabla 16: <i>Incumplimiento de leyes de tránsito</i>	38
Tabla 17: <i>Evaluación comodidad del medio de transporte</i>	39
Tabla 18: <i>Seguridad de la unidad de transporte</i>	40
Tabla 19: <i>Evaluación de los sistemas de apoyo de la unidad de transporte</i>	41
Tabla 20: <i>Seguridad orientada a robos o hurtos</i>	42
Tabla 21: <i>Precepción sobre la protección dirigida al usuario</i>	43
Tabla 22: <i>Evaluación por cada unidad de transporte</i>	44
Tabla 23: <i>Resumen de la evaluación física de las unidades de transporte</i>	45
Tabla 24: <i>Evaluación del chofer y ayudante</i>	47
Tabla 25: <i>Resumen de evaluación del chofer y ayudante</i>	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Descripción del estructuralismo.....	10
Figura 2: Ventajas de la marca	11
Figura 3: Asociaciones con la marca.....	11
Figura 4: Relevancia y análisis.....	12
Figura 5: Característica sobre el cliente	13
Figura 6: Característica sobre fidelización al cliente.....	14
Figura 7: Ejemplo grafico de movilidad de servicio	15
Figura 8: Característica y ejemplo de puntualidad	16
Figura 9: Especificación del Foda	17
Figura 10: Referencia geográfica	21

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Edades que usan el servicio	27
Gráfica 2: Géneros que utilizan el servicio	28
Gráfica 3: Indagación de uso de transporte	29
Gráfica 4: Indagación del número de veces que se hace uso el medio de transporte	30
Gráfica 5: Evaluación del estado físico	31
Gráfica 6: Aplicación de la tarifa preferencial	32
Gráfica 7: Visualización de contenido sobre paradas.....	33
Gráfica 8: Situación de vendedores ambulantes	34
Gráfica 9: Capacidad del servicio de transporte.....	35
Gráfica 10: Valores éticos y mores de la clientela	36
Gráfica 11: Accesibilidad a la Unidad de Transporte.....	37
Gráfica 12: Incumplimiento de leyes de tránsito.....	38
Gráfica 13: Evaluación comodidad del medio de transporte.....	39
Gráfica 14: Seguridad de la unidad de transporte.....	40
Gráfica 15: Evaluación de los sistemas de apoyo de la unidad de transporte	41
Gráfica 16: Seguridad orientada a robos o hurtos	42
Gráfica 17: Precepción sobre la protección dirigida al usuario.....	43
Gráfica 18: Precepción sobre la protección dirigida al usuario.....	46
Gráfica 19: Resumen de evaluación del chofer y ayudante.....	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cronograma Grant.....	60
Anexo 2: Presupuesto	62
Anexo 3: Carta de Aceptación	63
Anexo 4: Encuesta	64
Anexo 5: Ficha de Observación.....	67
Anexo 6: Aplicación de encuesta.....	68
Anexo 7: Aplicación de ficha de observación	73
Anexo 8: Fachada de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar “Universidad de Bolívar”.....	68
Anexo 9: Unidades de transporte.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 9: Ficha de validación por expertos “Asistente Administrativo”	74
Anexo 10: Ficha de validación por expertos “Jefa de seguridad y bienestar”.....	77
Anexo 9: Ficha de validación por expertos “Atención al cliente”	80

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se denomina “el servicio y la atención al cliente en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda, año 2023” el cual muestra problemas de servicio y atención al cliente ya que se observa la falta de puntualidad en los horarios de salida y llegada de las diferentes unidades de transporte, bajo índice de relaciones intrapersonales entre el chofer, el ayudante y los usuarios, así como excesos de velocidad al momento de rebasar a otros automóviles que se encuentren en la vía. Otro de los problemas manifestados en la unidad de transporte es el aspecto físico, la falta de información sobre rutas, la incomodidad al momento de dialogar, con los vendedores informales, el irrespeto a las normas de tránsito y la falta de seguridad en el transporte.

La cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar fue fundada en 1983 con el fin de brindar el servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar a la población del cantón Guaranda, la cual se conformó por 30 socios y 30 unidades con el pasar del tiempo este número se acrecentó en 3 unidades y socios más, esto debido a la demanda dada por los guarandinos, los cuales según datos se estipula que más del 65% de la población utiliza un medio de transporte público (Valdiviezo Sánchez, 2022).

En relación con lo expuesto con anterioridad se establece los objetivos específicos los cuales se solventarán mediante las técnicas de encuesta y ficha de observación.

El estudio define tres objetivos específicos solventados dentro del desarrollo:

- Identificar las características técnicas de las unidades de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.
- Establecer la calidad del servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.
- Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios guarandinos en relación con el servicio y la atención receptada.

RESUMEN

La cooperativa de “Transporte Urbano Universidad de Bolívar” presenta la problemática sobre la indagación sobre el servicio y atención al cliente que este brinda a la ciudadanía guarandehña, por ende se propuso como objetivo principal “conocer el servicio y atención al cliente de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar en el año 2023”. La metodología utilizada fue de tipo de campo, exploratoria y exploratoria, ya que la información fue recopilada de forma directa y sin ser manipulada conserva investigación de tipo descriptiva y aplicativa con base en métodos deductivos, inductivos y analíticos, como técnicas de recolección de datos se utilizó la encuesta y ficha de observación las cuales fueron aplicadas en primera instancia a la muestra seleccionada de 390 personas y 15 fichas de observación realizadas a las unidades de transporte, la validación de los instrumentos se dio mediante ficha de evaluación experta y alfa de Cronbach con valor de 0.87 catalogado como excelente. Los resultados mediante esta metodología fueron favorables en relación con la investigación presentada ya que se analizaron indicadores como vehículo, atención al cliente, accesibilidad, conductor, confort seguridad y elementos físicos de los cuales disponibilidad la unidad de transporte. En este contexto se concluye que el servicio y atención al cliente conserva un nivel de satisfacción del 86% de respuestas afirmativas dentro de las unidades de transporte considerando a cada una de ellas en óptimas condiciones.

PALABRAS CLAVE: Servicio y atención al cliente, Transporte Urbano, Bus, análisis de servicio.

ABSTRACT

The urban transport cooperative "Universidad de Bolívar" presents the problem about the inquiry on the type of service and customer service that it provides to the citizens of Guarandena, therefore it was proposed as main objective "to know the service and customer service of the urban transport cooperative "Universidad de Bolívar" in the year 2023". The methodology used was of field and exploratory type, since the information was collected directly and without being manipulated, it conserves descriptive and applicative research based on deductive, inductive and analytical methods, as data collection techniques were used the survey and observation sheet which were applied in first instance to the selected sample of 390 people and 15 observation sheets made to the transport units, the validation of the instruments was given by means of expert evaluation sheet and Cronbach's alpha with a value of 0.87 classified as excellent. The results of this methodology were favorable in relation to the research presented, since indicators such as vehicle, customer service, accessibility, driver, comfort, safety and physical elements available in the transportation unit were analyzed. In this context, it is concluded that the service and attention to the client maintains a level of satisfaction of 50% according to what was stipulated within the conditions of the application of the instruments.

KEY WORDS: Customer service and attention, urban transportation, bus, service analysis.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del problema

En el año de 1983, el 18 de diciembre, se da conocer por primera vez la Cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar, brindado desde ese entonces el servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar con 30 socios y 30 unidades. En actualidad la cooperativa cuenta con 33 socios y 33 unidades que brindan el servicio a la población guarandea de forma pública de lunes a domingo hasta el mediodía, con un tiempo de trayectoria entre la Universidad Estatal de Bolívar y la parada denominada *colegio técnico* de 30 min, la circulación que se estableció en la zona urbana de la ciudad, inicia en la parada de la calle San Miguelito (Guanujo), descendiendo por la Panamericana Norte (E491), Benedicto González, Miguel A. Lombeida, Jaime Roldós, Coronel Jarrin, Avenida Guayaquil, Avenida Candido Rada (hasta el redondel), Avenida General Enríquez (E491), García Moreno, 10 de Agosto, 7 de Mayo, General Salazar, Convención 1884, Solanda, calle Isidro Ayora, avenida Elisa Mariño de Carvajal E491 hasta la parada *colegio técnico* y de forma privada por contratos cerrados y convenios para salidas fuera de las rutas programadas, para lo cual se establece la dinámica de procesos administrativos en la cual se gestiona los permisos.

El problema se fundamenta específicamente en que a nivel nacional no existen estudios o análisis que hablen sobre el servicio y la atención al cliente de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar, los rumores que rodean se establecen entre buenos y malos, pero no llegan a concretar de forma verídica y con base en técnicas e instrumentos validados, si estos son verdaderos o falsos.

La carencia de información dificulta definir acciones que mejoren o corrijan debilidades y/o amenazas, impidiendo a la empresa ser reconocida y generar fidelidad en la cartera de clientes.

La falta de investigación se basa en; el estado de la unidad de transporte y el chofer en conjunto con el ayudante, número de socios, trayectoria, calles de circulación, estado de las unidades, servicio y atención que brinda el chofer y el ayudante a la ciudadanía, experiencia de los usuarios, fidelidad de la clientela en relación con la

movilidad sobre el servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa “Universidad de Bolívar”.

Formulación del problema

¿Cómo incide la atención al cliente otorgada por los encargados, en la calidad del servicio a los usuarios por parte de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar?

Preguntas de Investigación

¿Cuál es la experiencia que tienen los usuarios sobre el servicio y atención al cliente?

¿En qué medida impacta la fidelidad de los usuarios en la calidad de la atención y del servicio que proporciona la unidad de Transporte Urbano Universidad de Bolívar “Universidad de Bolívar”?

¿Cómo afecta al usuario la atención y el servicio proporcionado por las unidades de transporte?

Justificación

La presente investigación se basa en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la Universidad de Bolívar quien ha brindado a los estudiantes y residentes del cantón Guaranda una forma económica de movilizarse entre varios puntos.

Generalmente, el uso de un vehículo privado genera mayores costos económicos para el usuario individual (ya que a medida que aumenta la distancia recorrida mayor es el costo para cancelar), mientras que un servicio colectivo mantiene una tarifa estandarizada para largas distancia, en el caso del servicio de la cooperativa posee una estandarización de 0.30 centavos desde el Guaranda hasta la Universidad de Bolívar.

El avance de este proyecto brindará a la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar un estudio de calidad en relación con las necesidades tanto físicas, convivencia y servicio al usuario, generando de esta forma oportunidades de crecimiento e impacto positivo en el entorno.

El comprender las necesidades de los pasajeros, los operadores de transporte pueden realizar cambios en el servicio que lo harán más eficiente. Por ejemplo, si los pasajeros se quejan con frecuencia de los largos tiempos de espera, es posible

que el operador deba agregar más autobuses a la ruta o a su vez organizar de mejor forma el tiempo.

Construir una relación con los pasajeros. Un buen servicio al cliente puede ayudar a construir una relación entre el operador de transporte y los pasajeros. Esto puede conducir a una mayor cantidad de pasajeros y lealtad. Las regulaciones que rigen la prestación del servicio al cliente por parte de los operadores de transporte. Al comprender estas regulaciones, los operadores de transporte pueden asegurarse de que están brindando el mejor servicio posible a sus pasajeros.

Aspectos como la puntualidad, la seguridad, la comodidad, su imagen y la eficiencia en los recorridos de la cooperativa puede generar una experiencia positiva para los pasajeros. La atención al cliente es fundamental para construir relaciones sólidas y duraderas con los usuarios; cuando los pasajeros perciben una actitud de respeto y comprensión por parte de los administrativos del lugar tienen a consumir el servicio de forma más frecuente elevando reconocimiento y fidelidad en las cartera de clientes.

El beneficio a la cooperativa como a la comunidad en general, se expresará mediante la operación eficiente y orientada al cliente puede reducir, reclamos, reducir incidentes y conflictos y para así presentar, esto en relación con el estudio de campo que presentará características de la situación actual de la cooperativa y sus unidades en funcionamiento.

Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Conocer el servicio y atención al cliente de la cooperativa Transporte Urbano Universidad de Bolívar en la población guarandeña sector urbano, año 2023.

Objetivos Específicos

1. Identificar las características técnicas de las unidades de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.
2. Establecer la calidad del servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.
3. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios guarandeños en relación con el servicio y la atención receptada.

Idea a defender

Como es el servicio y atención al cliente de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda con relación a las características técnicas, calidad y nivel de satisfacción.

Variable de investigación

Servicio y la atención al cliente.

Operacionalización de Variables

Tabla 1:

Variable de estudio: servicio y atención al cliente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnica E Instrumento
El servicio al cliente es un conjunto de prácticas e interacciones que ocurren a lo largo del ciclo de ventas para garantizar que se satisfagan las necesidades y expectativas del cliente.	Servicio	-Estado actual, unidades de transporte. -Uniforme. -Comunicación con el usuario. -Tarifa. -Atributo. -Tiempo de recorrido. -Apreciación.	Encuesta -Cuestionario Ficha de observación Enunciados
	Atención al cliente.	Cordialidad Presentación (personal) Higiene(personal)	

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnica E Instrumento
		Trato Comportamiento	

Fuentes: (Ballesteros, 2015)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

A través de la recopilación de información que respalda el problema de investigación, se presentan los antecedentes de investigación siguientes relacionado a la variable de estudio, de esta forma se abordarán niveles macro, meso y micro.

Según Baque Cantos et al. (2022), “Servicio de atención al cliente y su incidencia en el desarrollo de la compañía de transporte Mixta CTM 24 de mayo”(pp.1). El proyecto de investigación se llevó a cabo en la Compañía de Transporte Mixta CTM, que se encuentra en el cantón 24 de Mayo y ofrece servicios de transporte o movilización en la ruta de Jipijapa. Se descubrió que la empresa brinda una mala atención al cliente debido a la falta de conocimiento en relación a la misión y visión de la cooperativa de transporte urbano, por ende se obstaculiza el progreso económico y empresarial de la empresa (Cantos et al., 2022).

El objetivo de esta investigación es examinar el servicio de atención al cliente y cómo afecta el crecimiento de una empresa. Los métodos bibliográficos, descriptivos, analíticos e inductivos se utilizaron en el proceso de ejecución para obtener información y comprender la situación actual de la Compañía. Con el fin de identificar diversas necesidades, también se utilizaron técnicas de investigación como encuestas, que permitieron obtener la percepción de los socios sobre el servicio brindado y una descripción del gerente sobre los problemas de la empresa en su orden (Cantos et al., 2022).

En consecuencia, se descubrió que en la cooperativa de transportes se ha observado una mala atención al cliente debido a la falta de conocimientos y quejas constantes de los clientes. Finalmente, se concluye que la atención al cliente es uno de los puntos clave para tener preferencia del cliente, tomando en cuenta la aplicación de varias estrategias de crecimiento de la empresa. Además, los clientes han perdido interés en la cooperativa debido a la falta de información clara, precisa y confiable del personal. al no tener en cuenta todos estos requisitos(Cantos et al., 2022).

En la tesis de pregrado “La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues”(Morocho Verdugo y Rodríguez Huerta, 2019, pp.1). En el análisis realizado en el estudio indica que el servicio y atención al cliente que otorga

el Transporte Urbano Universidad de Bolívar de Azogues presenta varias irregularidades en su funcionamiento por ende provoca un índice de confianza y conformidad bajo. Se utilizó la metodología del estudio de Morocho y Rodríguez (2018), la cual se describe el problema, estado del arte, determinación de factores, un ciclo cerrado de muestra para determinar variables e indicadores con la utilización de encuestas y validación de estas, aplicación, resultados análisis. Los datos recolectados indicaron que el 17% de los encuestados observaron deficiencias en el estado de los vehículos, mientras que la evaluación técnica encontró un 29% de dificultades. Finalmente, el problema de acceso a las unidades de transporte, que fue identificado por las encuestas en el 92 % de los encuestados y según la ficha técnica, es un problema que afecta al 100 % de las unidades de transporte.

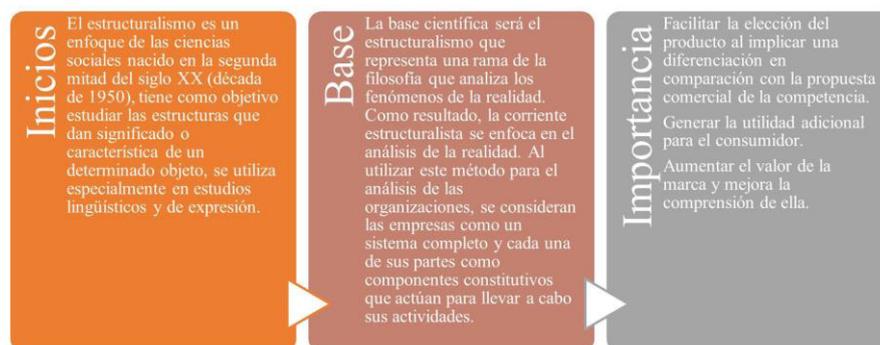
Marco científico

Estructuralismo

El análisis del lenguaje, la cultura y la sociedad se lo puede realizar mediante el método del estructuralismo el cual corresponde a las ciencias sociales, desde sus inicios no marcó un precedente pero con su evolución se estableció como uno de los principales métodos de devolución, ver figura 1.

Figura 1:

Descripción del estructuralismo



Fuente: (Campoverde Galarza, 2021)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Marca

La representación de la empresa se encuentra consolidada mediante la designación del nombre el cual representa el primer elemento de identidad corporativa ya que

este capta la atención del cliente y permite la creación del impacto sobre el producto o servicio que ofrezca.

La figura 2 engloba a la empresa dentro del diseño de marca y la percepción organizativa de la empresa (Potosi Telenchana, 2022).

Figura 2:

Ventajas de la marca



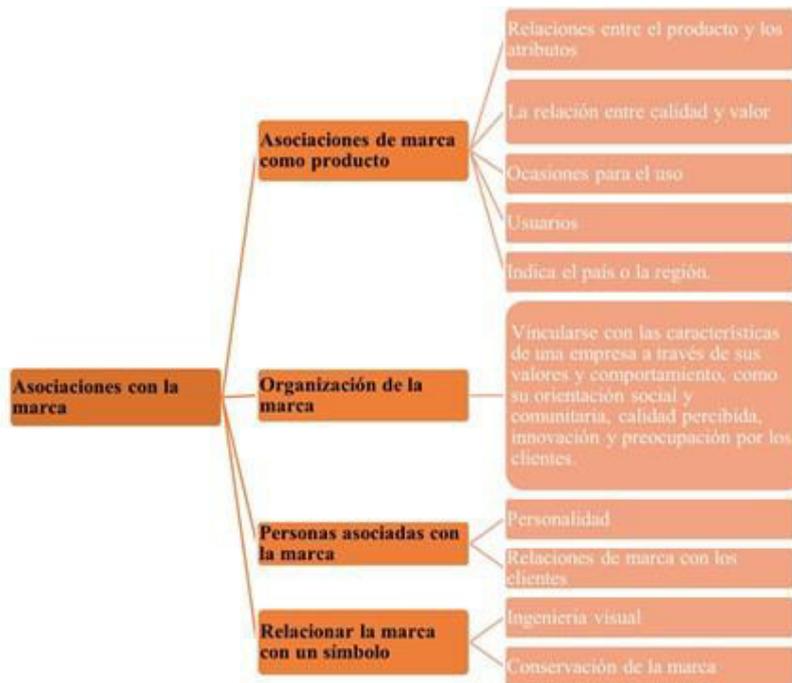
Fuente: Tamay Quizhpe (2022)

Elaborado por: García y Guerrero, 2023.

La relación que manifiesta la marca como conjunto de valores posiciona a la empresa debido a su proceso más específico en relación con la consolidación de las actividades que el trabajador realiza esta activación la figura 3 establece la asociación de marcas. (Potosi Telenchana, 2022)

Figura 3:

Asociaciones con la marca



Fuente: Potosí Telenchana (2022)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Servicio al cliente

Es el servicio que ofrece una empresa para interactuar con los clientes y anticipar la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para garantizar que un producto o servicio se use correctamente (Dornfeld, 2022).

Figura 4:

Relevancia y análisis

Importancia

- Es esencial para el éxito de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Es tan crucial para la empresa que forma una parte importante de su planificación estratégica (Jaramillo Villafuerte, 2020)

Análisis en relación a la "Cooperativa de transporte urbano Universidad de Bolívar"

- Actualmente, la cooperativa no cuenta con un departamento de atención al cliente donde pueda atender al usuario de la forma más cordial posible ante cualquier pedido, ya sea de información, reclamo o sugerencia; respetando su tiempo y mostrando el mayor interés posible en lo que el cliente necesita, ya que cada persona posee necesidades y exigencias muy diferentes, que requiere un trato específico y personalizado.

Fuente: Potosí Telenchana (2022)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Cliente

Los clientes pueden discrepar, reclamar, exigir y, sin embargo, mantener una relación sólida y de confianza con la empresa que han elegido para satisfacer sus necesidades. El cliente es una persona, empresa u organización que compra un bien, producto o servicio para satisfacer sus necesidades antes que la otra empresa u organización a cambio de pagar (Estrella, 2018).

Figura 5:

Característica sobre el cliente

Es el usuario el que marca las reglas del juego dentro del mercado y el encargado de marcar la supervivencia de la empresa.

Análisis en relación a la "Cooperativa de transporte urbano Universidad de Bolívar".

Se debe considerar como un asunto real, pues un cliente es lo más importante y esencial para la empresa, debido a que este es su principal fuente de ingreso.

La satisfacción es fundamental para su regreso cada vez que lo requiera.

Fuente: Potosí Telenchana (2022)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Los choferes que presten el servicio de transporte deben de tener en claro que el cliente es un individuo con diversas necesidades y preocupaciones, por lo que, aunque no siempre tengan la razón, siempre debe de estar en primer lugar (Ballesteros, 2015).

Ventaja competitiva

Constituida por aquellas características de las marcas o de los productos de la empresa que hacen que esta tenga algún tipo de superioridad sobre el resto de las empresas del mercado, principalmente, sobre su competencia más directa (GARDUÑO, 2020).

La competitiva se define como un rasgo que distingue a una organización/empresa del resto y le permite mejorar su desempeño en el mercado.

La cooperativa de taxis al contar con un personal que este altamente calificado podrá conseguir una alta productividad y a su vez brindar un destacado servicio a la población, de igual manera si contara con un sistema de información donde el

cliente pueda realizar cualquier solicitud, podría procesar de forma rápida los pedidos logrando ofrecer una atención oportuna (Fernández Fierro, 2021).

Fidelización al cliente

La fidelización al cliente se sustenta en la idea de que una empresa capaz de retener a sus clientes durante más tiempo normalmente genera más dinero de cada uno de ellos con menor coste que aquellas que intervienen continuamente en la captación de nuevos clientes (Grupo RMG Consultoría de Marketing, Comunicación y Ventas, 2022).

Figura 6:

Característica sobre fidelización al cliente



Fuente: (Grupo RMG Consultoría de Marketing, Comunicación y Ventas, 2022)

Elaborado por: García y Guerrero, 2023.

Servicio

El servicio es una diferenciación competitiva de la empresa donde definen una razón de como servir mejor a sus clientes; se considera como una misión, una meta o un valor para el cliente; es un momento de verdad sobre la empresa pone en juego el valor agregado, la calidad, sus objetivos y filosofía empresarial (Pérez Altamar, 2021).

El cliente muchas veces no solo espera recibir un buen precio o buena calidad, sino que también espera recibir un buen servicio; la cooperativa tiene muy en claro este factor, ya que si un usuario recibe un servicio excelente y queda satisfecho con el

mismo es más que seguro que su regreso es inminente y no solo eso, sino que la probabilidad que lo recomiende con personas conocidas es muy alta (Ríos Pilco, 2020).

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

Movilidad de servicio

El objetivo es centrar a los usuarios en los servicios de transporte, brindándoles soluciones de movilidad personalizadas basadas en sus necesidades individuales.

Figura 7:

Ejemplo grafico de movilidad de servicio



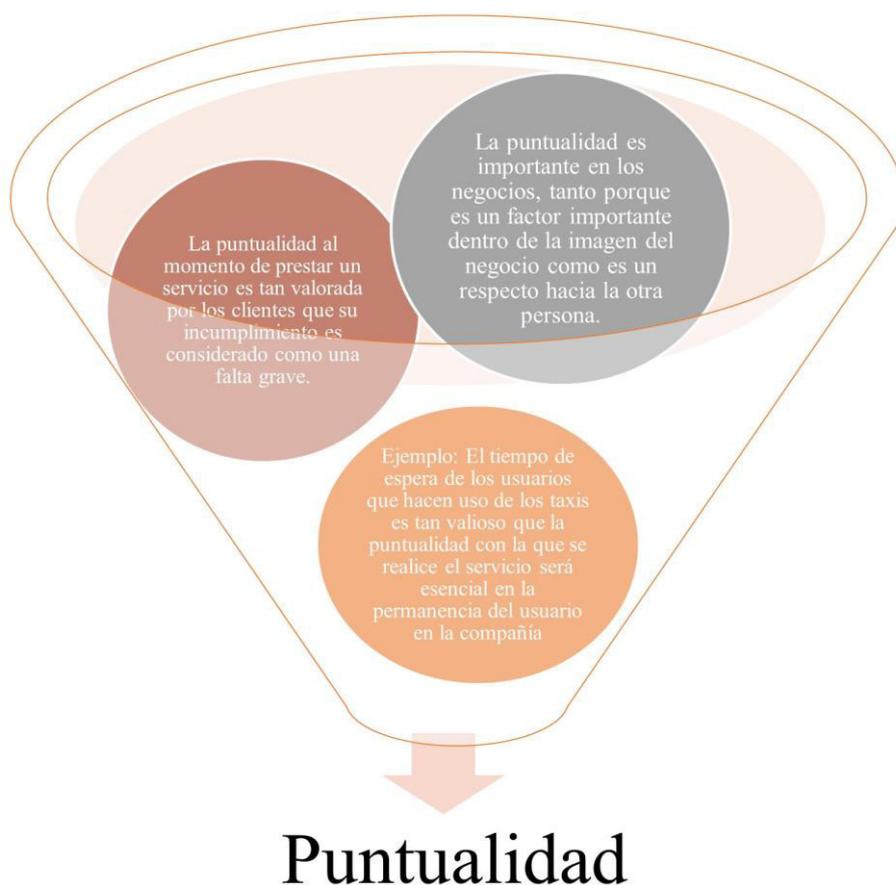
Fuente: (Grupo RMG Consultoría de Marketing, Comunicación y Ventas, 2022)
Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Puntualidad

Filosofía de vida basada en una disciplina positiva y respeto a los horarios, las citas y los compromisos contraídos todos los días, en todo momento. Se adquiere cuando se ha aprendido y concientizado a medir y controlar el tiempo, tanto en la hora de llegada a un lugar, como en el cumplimiento de un trabajo en el tiempo convenido (Azán Pinta, 2022).

Figura 8:

Característica y ejemplo de puntualidad



Fuente: (Grupo RMG Consultoría de Marketing, Comunicación y Ventas, 2022)

Elaborado por: García y Guerrero, 2023.

Análisis interno

El Análisis FODA, también conocido como Matriz FODA, es una metodología para evaluar la situación de una organización o empresa en su contexto y las características internas para determinar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y

amenazas. Los factores fortalezas y debilidades en la situación interna son controlables, mientras que los factores amenazas y oportunidades en la situación externa son no controlables. Es una herramienta para conocer la situación actual de la organización. (Ballesteros, 2015)

Figura 9:

Especificación del Foda

Fortaleza

- Una fortaleza es una característica o acción de una empresa que aumenta su competitividad en el mercado.
- La calidad de los recursos y las capacidades de una empresa determinan sus fortalezas. Una forma objetiva para que los administradores evalúen la calidad es el análisis de recursos y capacidades..
- Una empresa puede competir con éxito contra los segundos lugares si tiene recursos que no son iguales a los de los mejores competidores. (Arthur A. Thompson, 2018)

Oportunidades

- La oportunidad juega un papel importante en la creación de la estrategia de una empresa. De hecho, los administradores no pueden crear una estrategia adecuada para la situación de la empresa sin identificar primero sus oportunidades comerciales y evaluar el crecimiento y el potencial de ganancias que implica cada una de ellas.
- De acuerdo con las circunstancias actuales, estas oportunidades pueden ser plenas o escasas, breves o permanentes, y van desde muy atractivas (que sin duda deben perseguirse), más o menos interesantes (que pueden generar crecimiento y beneficios discutibles) hasta no adecuadas (porque no corresponden a las fortalezas de recursos y capacidades de la empresa). (Arthur A. Thompson, 2018)

Amenazas

- Algunos factores del entorno externo de una empresa pueden poner en peligro su rentabilidad y éxito competitivo. Estos factores pueden provenir de tecnologías más baratas o mejores, productos nuevos o mejorados por parte de los competidores, cambios en las regulaciones que afecten más a la empresa que a sus competidores, vulnerabilidad ante un aumento de las tasas de interés, posibilidad de una compra hostil, cambios en la demografía de los empleados, etc.
- Las amenazas externas pueden ser moderadamente adversas (toda empresa enfrenta algunos elementos amenazadores en el transcurso de sus operaciones) o pueden ser tan alarmantes que ensombrezcan la situación y las perspectivas de la empresa.
- En ocasiones, los cambios en el mercado pueden provocar una crisis y una lucha desesperada por la supervivencia de una empresa. (Arthur A. Thompson, 2018).

Debilidades

- Una debilidad es una condición que coloca a la empresa en desventaja en el mercado o algo que la empresa carece o realiza mal en comparación con los demás. Las debilidades internas de una empresa tienen que ver con lo siguiente:
- Habilidades, experiencia o capital intelectual insuficientes o sin experiencia en áreas de negocio que son competitivas. Deficiencias en los activos tangibles, organizativos o físicos que son cruciales para la competitividad. Falta o falta de habilidades en áreas clave.
- De esta manera, las debilidades de una empresa son fallas internas que representan pasivos competitivos, que casi todas las empresas tienen de una u otra manera. La importancia de una empresa en el mercado y la capacidad de compensar sus fortalezas determinan si sus debilidades de recursos la hacen competitivamente vulnerable. (Arthur A. Thompson, 2018)

Fuente: (Guasco Zamora, 2019)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Marco Conceptual

Servicio de transportes

Los servicios de transporte de carga transportan mercancías de un lugar a otro. Este proceso forma parte de una cadena logística que se encarga de enviar uno o varios productos al lugar y momento indicado (Guasco Zamora, 2019).

Estudio de mercado

Es el proceso mediante el cual recolectamos y analizamos información para identificar las características de un mercado y comprender su funcionamiento en varios sectores de la industria utilizan esta investigación para tomar decisiones y comprender mejor el panorama comercial en el que operan (Jaramillo Villafuerte, 2020).

Cliente

“Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

Atención al cliente

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

Calidad en la atención al cliente

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

Transporte colectivo

Existen dos tipo público y privado, y su aplicación depende de las características de la ciudad.

Autobús

Medio de transporte más lento y de mayor capacidad. Normalmente se utiliza para viajes breves, con frecuencia para llegar a medios de transporte con mayor velocidad o de estos a áreas residenciales menos concurridas (Jaramillo Villafuerte, 2020).

Investigación al servicio

Como emprendedor, puede usar la investigación de mercado para determinar si los deseos o necesidades reales de su clientela se satisfacen con el producto o servicio que quiere lanzar o que ya está disponible para el público (Cucchiari, 2019).

Investigación al cliente

Se realiza una investigación de clientes para determinar los segmentos, las necesidades y los comportamientos de los clientes. Puede incluirse en estudios de mercado, estudios de experiencia de usuario o estudios de diseño (Cucchiari, 2019).

Marco legal

Para dar estabilidad al objeto de investigación, se fundamenta en la Constitución del Ecuador y en las Disposiciones Generales de la Ley Orgánica de Comunicación, en la que se destacan los siguientes puntos:

Constitución del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2008), hace referencias:

Art. 16.- Toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho a; La comunicación libre, pluricultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por todos los medios y formas, en su propia lengua y signos; Acceso universal a las tecnologías de la información y la comunicación.

Art. 17.- El Estado promueve la diversidad y la riqueza en la comunicación, y para ello:

Facilitará la creación y promoción de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de la información y la comunicación, en particular a las personas y comunidades con acceso restringido o limitado.

Art. 19.- La ley regulará los contenidos con fines informativos, educativos y culturales predominantes en la programación de los medios de comunicación y promoverá la creación de espacios para la difusión de productos nacionales independientes. Queda terminantemente prohibida la publicidad que incite a la violencia, la discriminación, el racismo, la drogadicción, el sexismo, la religión, la política y todo lo que atente contra los derechos humanos (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial

En particular el Reglamento General, regulan el funcionamiento del transporte público. A continuación, este documento legal se analiza en profundidad. La Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2205 y 2292 establece la necesidad de que los vehículos cuenten con espacio suficiente para el acceso de personas con dificultad de movilidad para ascender y descender a las unidades, entre otras normas. Según el Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 034), debe reducir las emisiones de gases y ruidos perjudiciales (NTE INEN 2207) y brindar comodidad a los pasajeros. La norma UNE-EN13816 de la Asociación Española para la Calidad (AEC) clasifica los elementos de evaluación en ocho categorías: servicio ofertado, accesibilidad, información, tiempo, atención al cliente, confort, seguridad e impacto ambiental. El servicio de transporte público debe cumplir con estas categorías para satisfacer las expectativas de los clientes.

Ley Orgánica De Transparencia y Acceso a la Información Pública

La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) mejora la participación ciudadana y el acceso a la información en relación con los asuntos públicos para ejercer una supervisión efectiva.

En el apartado 5 “Medios de Comunicación Social” se enuncia:
Art. 8.- Promoción del Derecho de Acceso a la Información. - Todas las entidades que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, implementarán, según sus competencias y posibilidades presupuestarias, programas de difusión y capacitación dirigidos tanto a los servidores públicos, como a las organizaciones de la sociedad civil.

En la tabla 2 se manifiesta las normativas vigentes en relación al servicio de transporte urbano.

Tabla 2:

Normativa Legal

Normativa	Referencia Legal
Reglamento Técnico Ecuatoriano (2011). Vigente	Artículo 1° 1.Objeto 5. Requisitos del 5.1-5.9

Ley Orgánica de Defensa al Consumidor	Artículo 40°
	Artículo 41°
	Artículo 169°
	Artículo 191°
	Artículo 291°
Reglamento a Ley de Transporte Terrestre	Capitulo IV
	Art 36.
	Art. 37.-
Tránsito y Seguridad Vial (2012). Vigente	
RTE INEN 034 “Elementos Mínimos De Seguridad Para Vehículos Automotores”	Página 15, literal 7.1:

Fuente: (Decreto Ejecutivo 1193, 2012; Reglamento Técnico Ecuatoriano, 2011; RTE INEN 034, 2016)

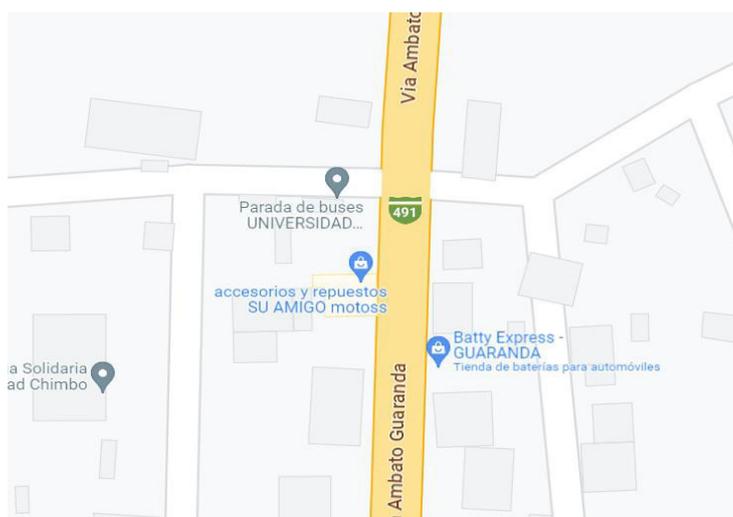
Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Marco Georreferencial

Situada en la Parroquia Guanujo, en el cantón Guaranda, de la provincia Bolívar, la Cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar se encuentra en las calles Av. Ernesto Che Guevara S/N Vía Ambato y Control Norte Guanujo.

Figura 10:

Referencia geográfica



Fuente: (Google Maps, 2023)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación

La investigación es de tipo de campo, exploratorio y descriptiva:

Tipo de campo: la información será recopilada en el lugar de forma directa y sin ser manipulada. La investigación de campo ofrece la oportunidad de que el investigador se acerque a la realidad de la cooperativa de transporte universidad Estatal de Bolívar, mediante el uso de las encuestas (Carrasco, 2017).

Tipo exploratoria: Debido a que el estudio no se había realizado con anterioridad en el lugar, este fue utilizado en la investigación del problema y ayudará a la consecución de encuestas que llevarán a priorizar las causas que genera la problemática (Carrasco, 2017).

Tipo descriptiva: Consiste en realizar una explicación sobre el tema, del cual se esté tratando (Carrasco, 2017).

Enfoque

Enfoque cualitativo

Enfoca las teorías utilizadas para la recolección de datos esta consiste en almacenar las perspectivas y puntos de los participantes (Cruz Coria et al., 2019).

Enfoque cuantitativo

Se basa en la realidad investigada es independiente de los estados subjetivos de las personas y del investigado. De esta forma es posible referirse al estudio de la realidad de forma objetiva, externa e independiente (Cruz Coria et al., 2019).

Investigación de campo y explorativa

Considerada así debido a que la recolección de información se dio de forma presencial y dentro de la ciudad de Guaranda con el fin de generar una participación de la ciudadanía guarandeña.

Investigación descriptiva

Recopila la información sobre la calidad de servicio y la observación sobre el servicio de transporte público de la ciudad.

Método Inductivo

El método de investigación más común consta de cuatro pasos principales: observar los hechos para su registro; clasificarlos y estudiarlos; y derivar inductivamente, que parte de los hechos y permite una generalización.

Método Deductivo

El método deductivo es un proceso para la obtención de conocimiento que consiste en desarrollar aplicaciones o consecuencias concretas a partir de principios generales. Este método de investigación parte de la elaboración de una o varias hipótesis a partir de teorías o principios existentes (Carrasco, 2017).

Método Analítico

La aplicación de este método, que consiste en la desmembración y revelado de sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, nos ayuda a analizar el problema de una forma ordenada mediante la investigación. Este método nos permite conocer más sobre el objeto de , con lo que se puede explicar, hacer semejanzas, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías (Carrasco, 2017).

Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

La presente investigación utiliza como técnicas, que se define como un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

Tabla 3:

Especificación de técnicas e instrumentos utilizados

Técnica de Investigación	de	Conceptualización	Instrumento
Grado inicial de información Observación	de	Es un instrumento de investigación de campo que permite una descripción detallada de lugares o personas. Para realizar esta observación, el investigador debe viajar al lugar donde se produjo. Representa un método que utiliza un cuestionario y	Guía de observación

Técnica de Investigación	de	Conceptualización	Instrumento
Encuesta		una muestra de personas. Las encuestas revelan las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. el hecho o evento en cuestión.	Cuestionarios

Fuente: (Potosi Telenchana, 2022)

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Población y Muestra

La población es una parte del universo que designa el número de variables para el desarrollo en referencia a grupo de personas, teniendo ciertas similitudes o características que lo distinguen de otros.

La población de estudio es 25000 habitante de la zona urbana del cantón Guaranda (INEC, 2018).

Muestra de la población

$$n = \frac{p(1 - p)k^2N}{p(1 - p)k^2 - e^2(N - 1)}$$

Donde:

p: proporción de individuos con un comportamiento diferente al esperado, valor 0.5

k: nivel de confianza que indica que los resultados del estudio sean ciertos

N: Población total= 25000

e: el error muestral deseado= 5% o 0.05

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2 25000}{0.5(1 - 0.5)1.96^2 - 0.05^2(25000 - 1)}$$

$$n = 390$$

Valor total de muestra: 390 habitantes urbanos.

Procesamiento de la información

Para la realización del procesamiento de información se la planteó mediante la resolución de encuestas aplicadas de forma presencial en el cantón Guaranda a 390 personas que usan el servicio de Transporte Urbano “Universidad de Bolívar” y una ficha de observación dirigida hacia el estado físico de la unidad y el

comportamiento y actitud que tiene el chofer y el ayudante. En primera instancia se realizó la validación mediante la ficha experta y revisión por parte del tutor para la aplicación de las técnicas mencionadas.

Para ello se utilizó el programa Excel con el fin de realizar las tabulaciones y generación de gráficas así como la determinación de la validación del instrumento y técnica con el uso de alfa de Cronbach, ya que los ítems de respuesta se encuentran sujetos a la escala Likert. Posterior a ello se utilizó Word para visualización de los resultados y su análisis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis e Interpretación y Discusión de Resultados

Análisis encuesta

Encuesta sobre el servicio y la atención al cliente en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda, año 2023.

La encuesta actual es un estudio de investigación que tiene como objetivo evaluar la eficiencia del servicio de transporte público urbano “Universidad de Bolívar” en la ciudad de Guaranda.

Se requiere su colaboración para responder a las preguntas con la mayor objetividad posible. La información es anónima y confidencial y será utilizada con fines académicos.

1. Datos generales del encuestado

Edad

Tabla 4:

Edades que usan el servicio

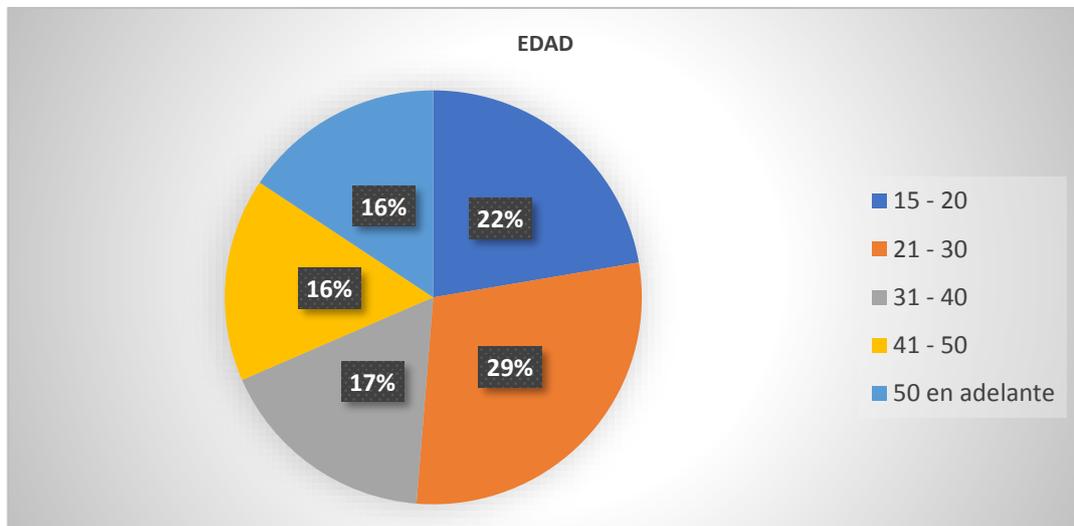
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
15 - 20	87	22,31%
21 - 30	113	28,97%
31 - 40	67	17,18%
41 - 50	62	15,90%
50 en adelante	61	15,64%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 1:

Edades que usan el servicio



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Mediante el análisis de datos realizado se pudo inferir que los individuos que hacen uso del bus Universidad de Bolívar, en su gran mayoría se encuentran en una edad de 21 a 30 años ya que representan mayormente a los estudiantes que ejercen su

derecho educativo en la Universidad Estatal de Bolívar, mientras que el segundo grupo, utiliza de manera más frecuente el servicio son los adolescentes de 15 a 20.

Sexo

Tabla 5:

Géneros que utilizan el servicio

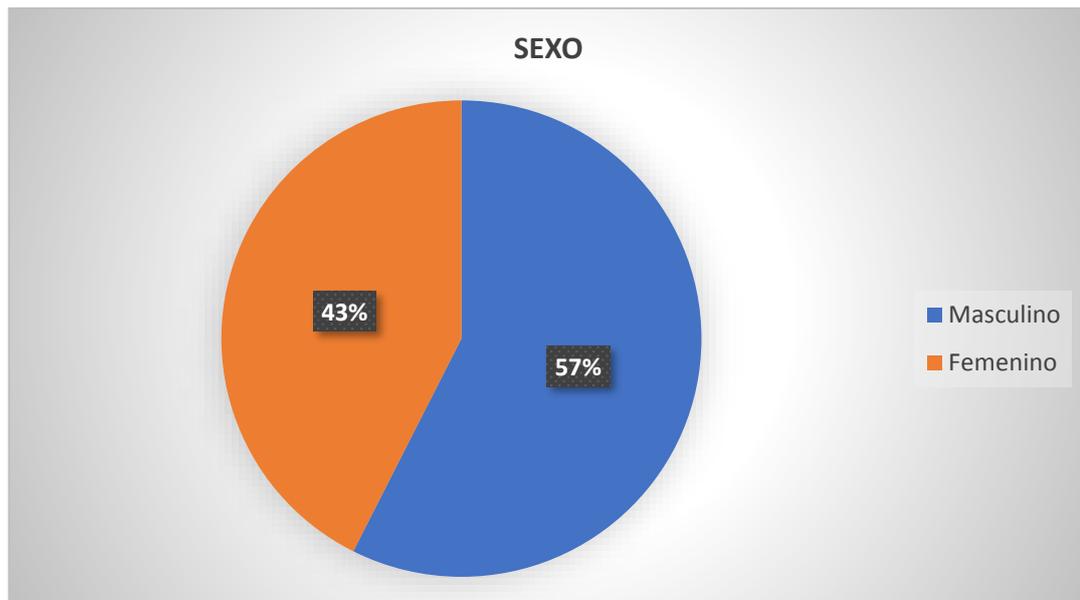
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Masculino	224	57,44%
Femenino	166	42,56%
Total	390	100%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 2:

Géneros que utilizan el servicio



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

En relación con las respuestas presentadas indica que el género que hace uso en mayor parte del servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar es el masculino mientras que los secunda de forma sucesiva el femenino, concluyendo que a pesar de presentar diferentes niveles de uso, los dos géneros consumen el servicio.

Pregunta 1. Usted hace uso del transporte “Universidad de Bolívar”.

Tabla 6:

Indagación de uso de transporte

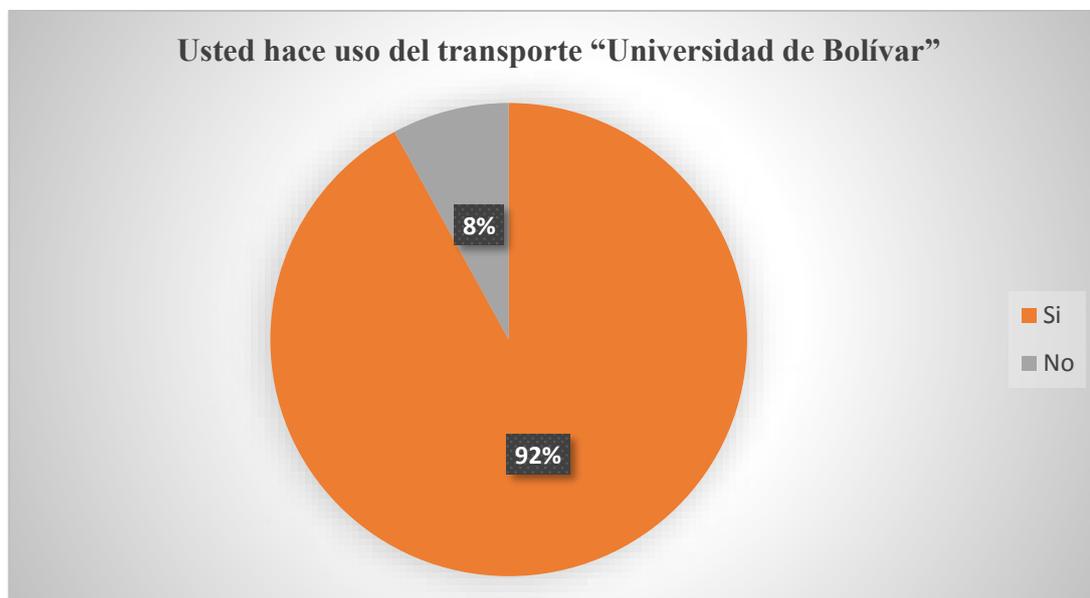
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Si	359	92,05%
No	31	7,95%
Total	390	100%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 3:

Indagación de uso de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

En relación con las respuestas presentadas indican que la mayor parte de población utiliza el servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar mientras que el restante opta por diferentes opciones ya sean públicas o privadas para poder realizar la movilización.

Pregunta 2. Número de veces que utiliza el servicio de transporte al día.

Tabla 7:

Indagación del número de veces que se hace uso el medio de transporte

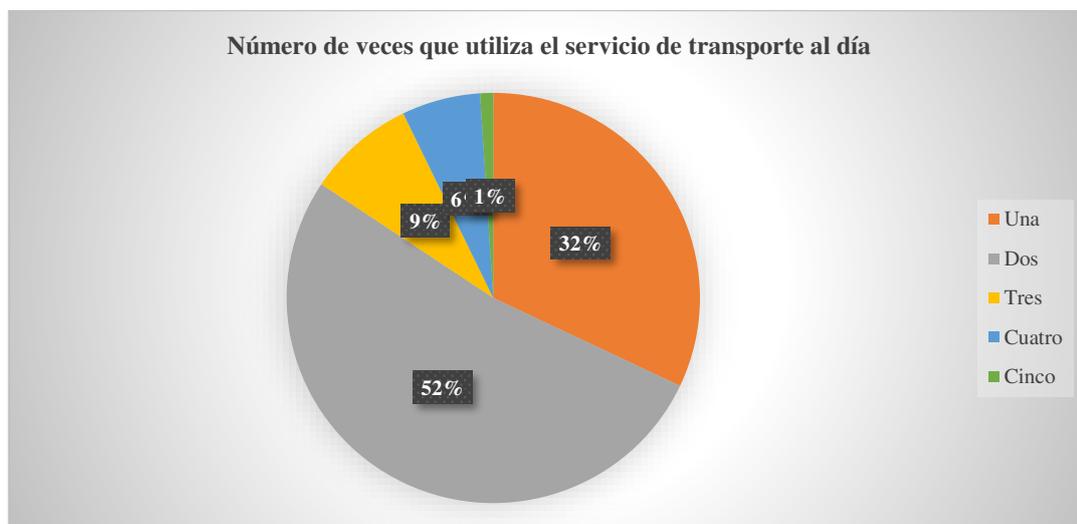
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Una	125	32,05%
Dos	204	52,31%
Tres	33	8,46%
Cuatro	24	6,15%
Cinco	4	1,03%
Total	390	100,00

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 4:

Indagación del número de veces que se hace uso el medio de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Según lo expuesto con anterioridad indica que la mayor parte de población radicada en el cantón Guaranda hace uso de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de forma mayoritario, 2 veces al día y son muy pocos los que utilizan el transporte cuatro veces o más. Estableciendo un uso mínimo de transporte de una vez al día y un máximo de 5 veces al día.

Pregunta 3. ¿Cómo califica el estado físico de los buses transporte urbano. "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda de la escala 1 y 5?

Tabla 8:

Evaluación del estado físico

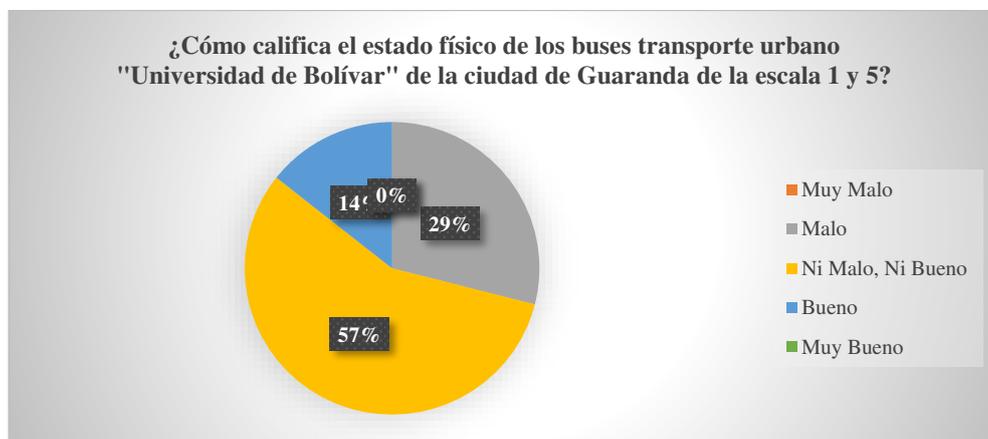
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Muy Malo	0	0,00%
Malo	113	28,97%
Ni Malo, Ni Bueno	221	56,67%
Bueno	56	14,36%
Muy Bueno	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 5:

Evaluación del estado físico



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Según los encuestados manifiestan que el estado físico de las unidades de Transporte Urbano Universidad de Bolívar no es ni buenas ni malas pero cabe mencionar que el índice más bajo de caracterización del estado físico como muy bueno es nulo.

Pregunta 4. Califique el grado de satisfacción de cada uno de los siguientes componentes en función de los siguientes enunciados.

4a- ¿Se aplica la tarifa preferencial (niños menores de 12 años, adultos de la tercera edad, mujeres embarazadas, personas discapacitadas y estudiantes de escuela y colegio) para los pasajeros del Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda?

Tabla 9:

Aplicación de la tarifa preferencial

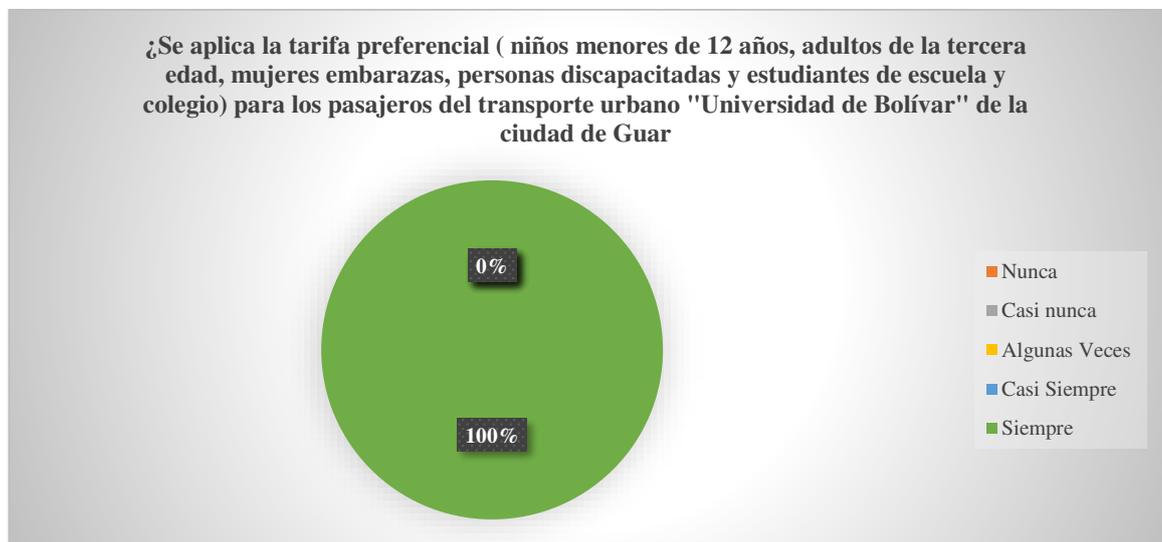
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Nunca	0	0,00%
Casi nunca	0	0,00%
Algunas Veces	0	0,00%
Casi Siempre	0	0,00%
Siempre	390	100,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 6:

Aplicación de la tarifa preferencial



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados se pudo establecer que el servicio de transporte respeta las tarifas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito- ANT, cumple con los

reglamentos establecidos, respetando de esta forma al usuario y el lugar que ocupa dentro del uso del servicio.

Pregunta 4b-¿El bus de forma interna posee información sobre las paradas establecidas?

Tabla 10:

Visualización de contenido sobre paradas

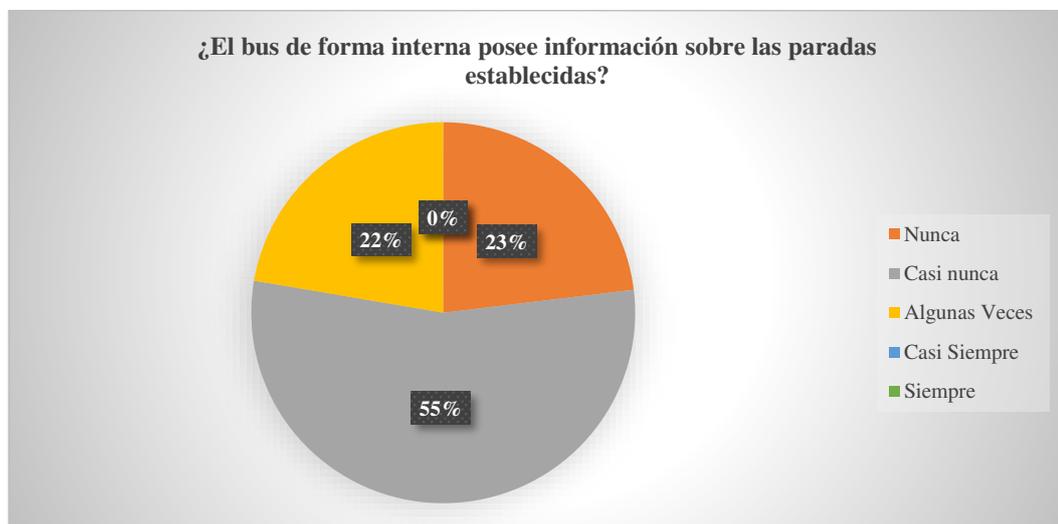
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Nunca	90	23,08%
Casi nunca	213	54,62%
Algunas Veces	87	22,31%
Casi Siempre	0	0,00%
Siempre	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023..

Gráfica 7:

Visualización de contenido sobre paradas



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Se puede establecer que la mayor parte de buses de Transporte Urbano Universidad de Bolívar casi nunca no posee información sobre las paradas o el recorrido que estas realizan, por ende ejerce un malestar en la clientela que hace uso del servicio,

por ende se establece que el 23.08% de los buses no posee información las rutas y paradas.

Pregunta 4c-¿Cree que es aceptable que los vendedores ambulantes tengan acceso a al medio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda?

Tabla 11:

Situación de vendedores ambulantes

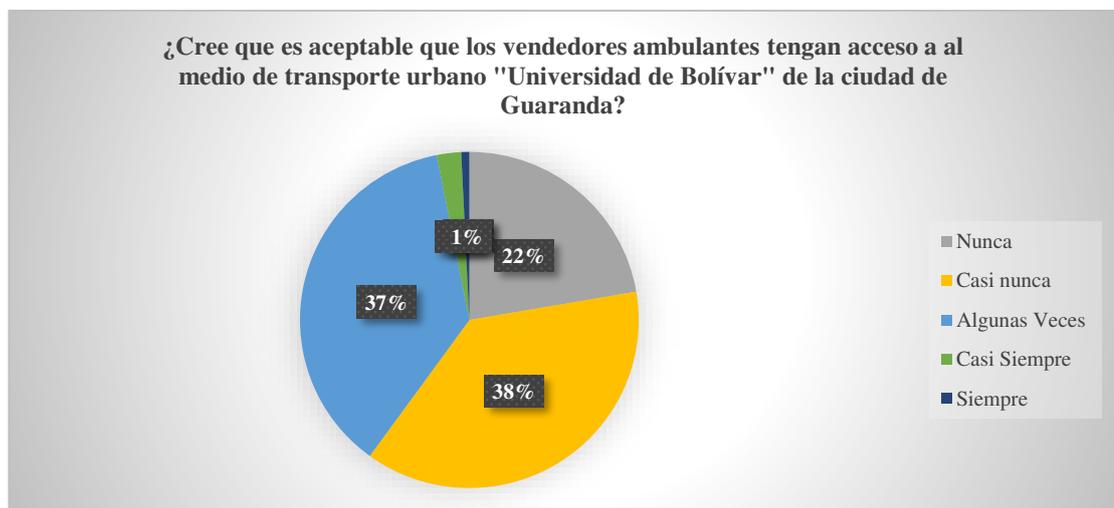
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Nunca	87	22,31%
Casi nunca	147	37,69%
Algunas Veces	144	36,92%
Casi Siempre	9	2,31%
Siempre	3	0,77%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: García y Guerrero, 2023.

Gráfica 8:

Situación de vendedores ambulantes



Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: García y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

En relación con las respuestas se establece que no es frecuente que los vendedores ambulantes sean aceptados por parte de los usuarios, Suponiendo un malestar en la clientela y una presentación de inseguridad.

Pregunta 4d-¿La capacidad designada por bus es respetada?

Tabla 12:

Capacidad del servicio de transporte

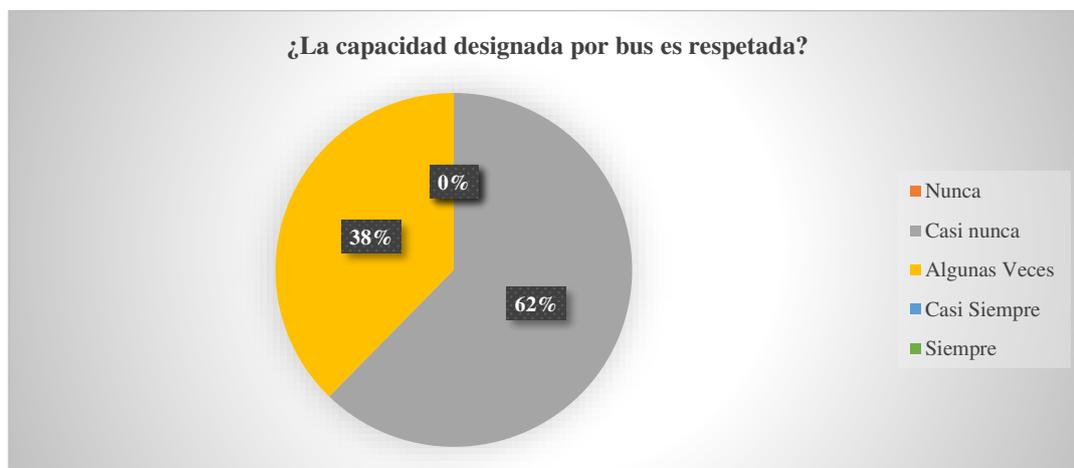
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Nunca	0	0,00%
Casi nunca	243	62,31%
Algunas Veces	147	37,69%
Casi Siempre	0	0,00%
Siempre	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 9:

Capacidad del servicio de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

De acuerdo con lo manifestado dentro de las normativas gubernamentales existe un máximo de aforo designado de acuerdo con la capacidad que tenga cada unidad de transporte esta información es remitida mediante la agencia de control de tránsito, en las respuestas se observa un irrespeto hacia esta normativa ya que en su mayor parte la clientela establece que no es considerada al momento de que la unidad de transporte brinda el servicio.

Pregunta 4e- El usuario tiene presente los valores éticos y morales al momento de hacer uso del medio de transporte.

Tabla 13:

Valores éticos y mores de la clientela

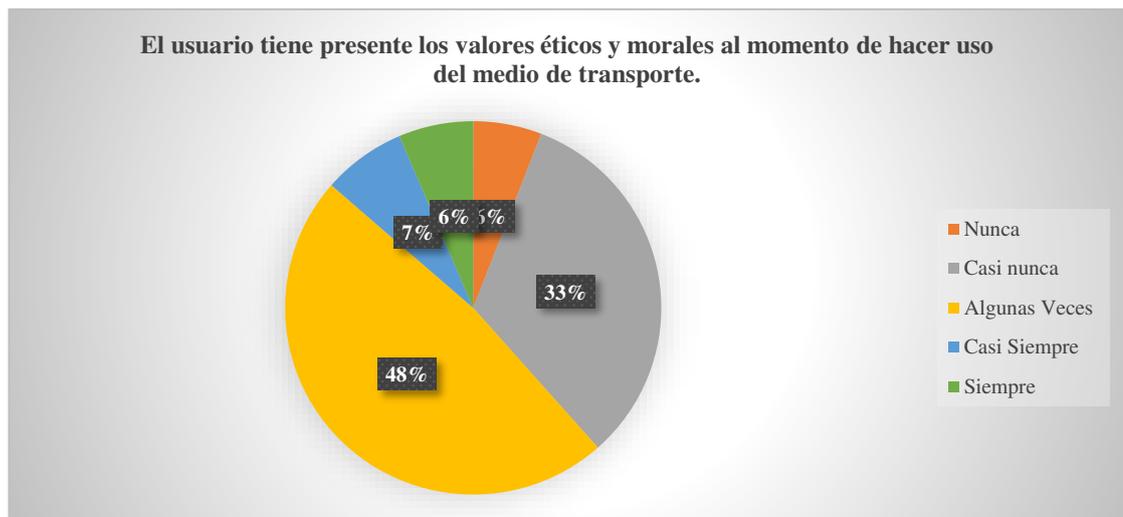
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Nunca	23	5,90
Casi nunca	127	32,56
Algunas Veces	187	47,95
Casi Siempre	28	7,18
Siempre	25	6,41
Total	390	100,00

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 10:

Valores éticos y mores de la clientela



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Según lo manifestaron los encuestados en relación con los valores éticos y morales se establece un punto medio de expresión ya que esto depende mucho del comportamiento dado por ambas partes.

Pregunta 5. ¿Cómo calificaría el nivel de dificultad para ingresar al autobús de Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de Guaranda, de 1 a 5, ¿siendo 1 muy difícil y 5 muy fácil?

Tabla 14:

Accesibilidad a la Unidad de Transporte

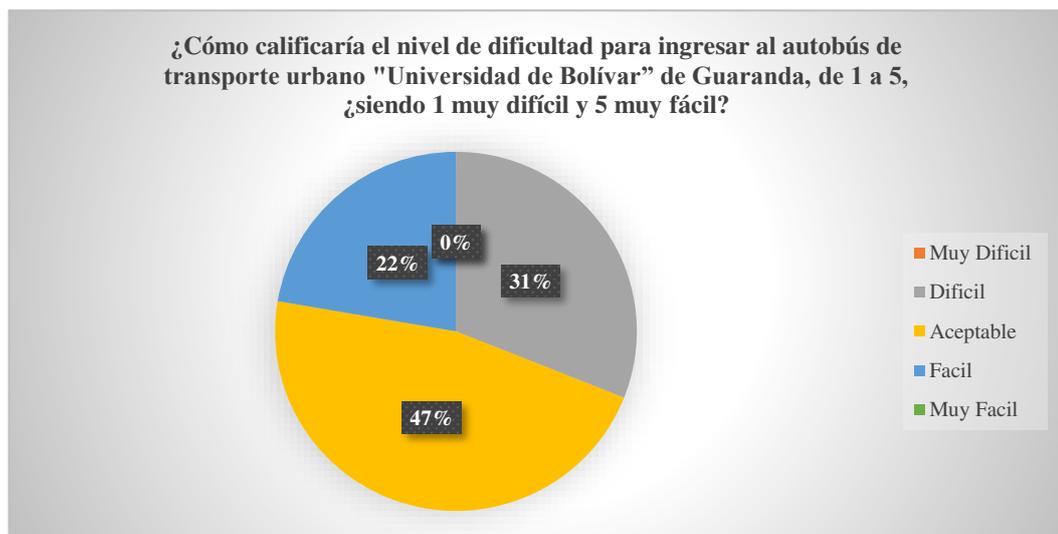
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Muy Difícil	0	0,00%
Difícil	121	31,03%
Aceptable	182	46,67%
Fácil	87	22,31%
Muy Fácil	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 11:

Accesibilidad a la Unidad de Transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Los encuestados establecen que es aceptable el tipo de ingreso que tiene el usuario a las unidades de transporte ya que éstos refieren barandales o ayuda misma del ayudante de chofer.

Pregunta 6. ¿Considera usted que el incumplimiento de las leyes vigentes por parte del servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar “Universidad de Bolívar” deba ser sancionado?

Tabla 15:

Incumplimiento de leyes de tránsito

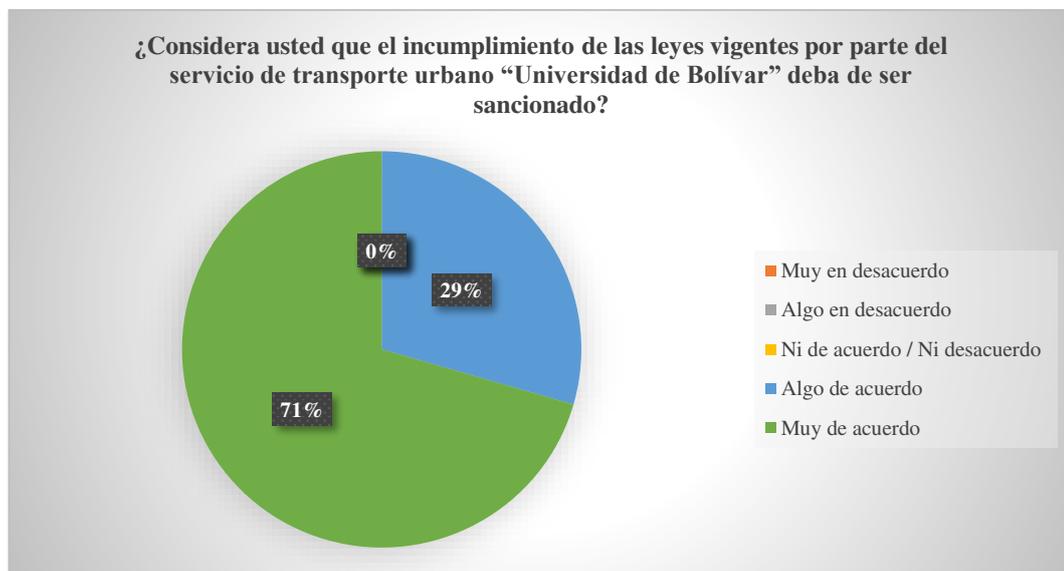
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Muy en desacuerdo	0	0,00%
Algo en desacuerdo	0	0,00%
Ni de acuerdo / Ni desacuerdo	0	0,00%
Algo de acuerdo	115	29,49%
Muy de acuerdo	275	70,51%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 12:

Incumplimiento de leyes de tránsito



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

La encuesta presentada establece que todo medio de transporte que no acata las leyes vigentes en relación con servicios de transporte en donde existen vidas humanas deben de ser sancionados, afirmado así por 70.51% de los encuestados que hacen uso de los medio de transporte.

Pregunta 7. En la escala del 1 al 5 ¿Se siente cómodo al viajar en el Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de Guaranda?

Tabla 16:

Evaluación comodidad del medio de transporte

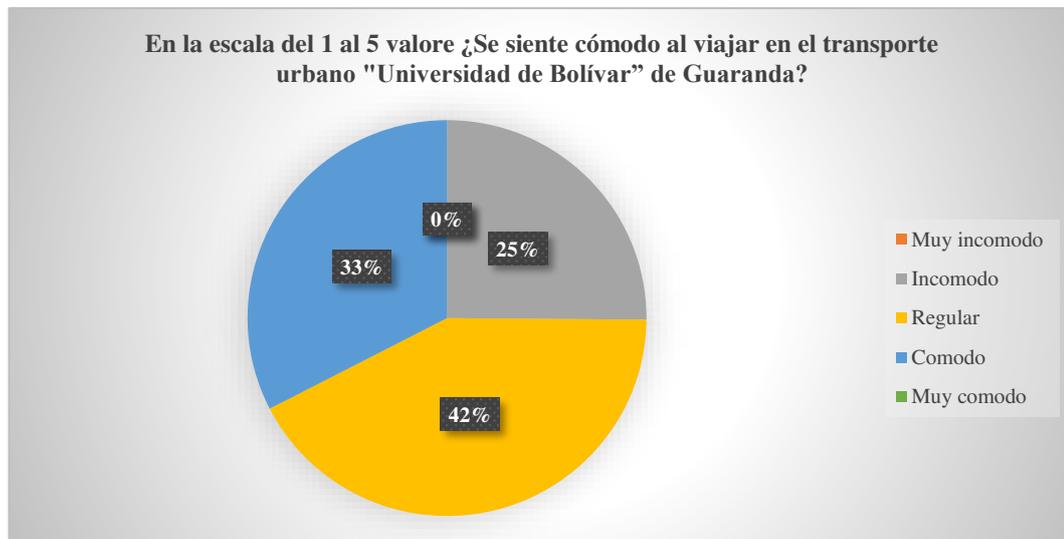
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Muy incomodo	0	0,00%
Incomodo	98	25,13%
Regular	165	42,31%
Cómodo	127	32,56%
Muy cómodo	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 13:

Evaluación comodidad del medio de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Según los encuestados expresaron que el nivel de comodidad que posee al momento de transportarse dentro de las unidades es regular debido a que muchos de estos no se encuentran en condiciones totalmente óptimas.

Pregunta 8. ¿Las unidades de transporte contienen algún tipo de sistema de seguridad como; alarmas, cámaras o botón de ayuda?

Tabla 17:

Seguridad de la unidad de transporte

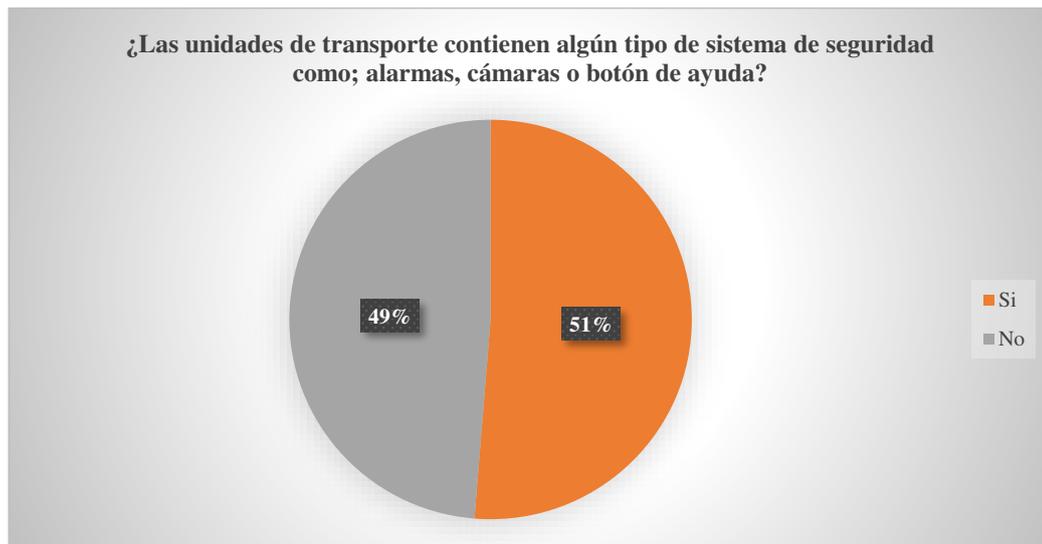
Respuesta	Nº de respuestas	Porcentaje de respuestas
Si	200	51,28%
No	190	48,72%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 14:

Seguridad de la unidad de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

En relación con las respuestas mencionadas con anterioridad se puede establecer qué el nivel de seguridad dentro de los medios de transporte es considerable.

Pregunta 9. ¿Los buses disponen de un sistema de apoyo de barandales para el ingreso de adultos mayores o personas discapacitas?

Tabla 18:

Evaluación de los sistemas de apoyo de la unidad de transporte

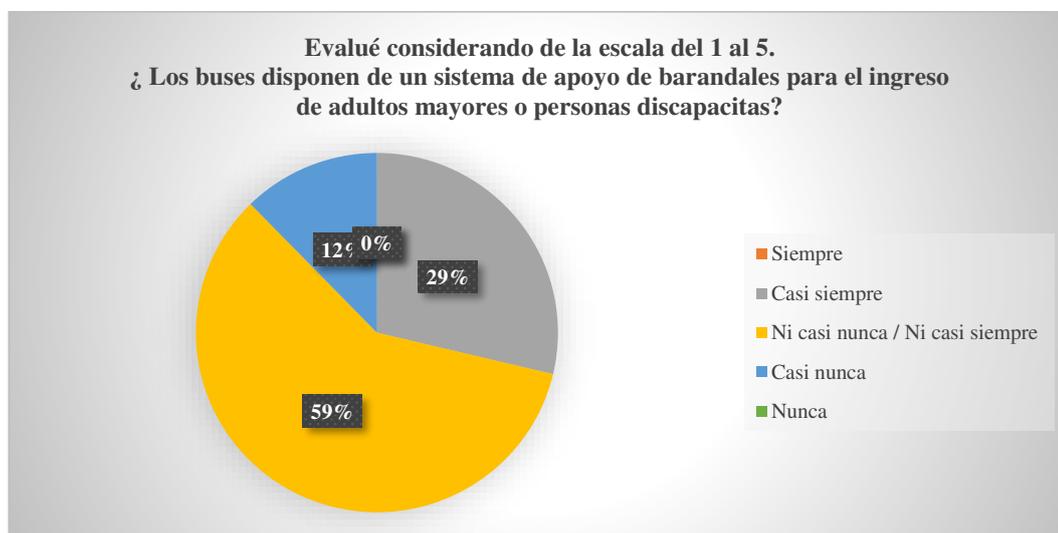
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Siempre	0	0,00%
Casi siempre	112	28,72%
Ni casi nunca / Ni casi siempre	230	58,97%
Casi nunca	48	12,31%
Nunca	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 15:

Evaluación de los sistemas de apoyo de la unidad de transporte



Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Según los encuestados indican que casi nunca dentro de los medios de transporte existen barandales que les ayuden a la movilización ya sea de personas de la tercera edad, mujeres embarazadas o niños pequeños.

Pregunta 10. Evalué considerando de la escala del 1 al 5; ¿Cuál es la posibilidad de sufrir un robo dentro del bus?

Tabla 19:

Seguridad orientada a robos o hurtos

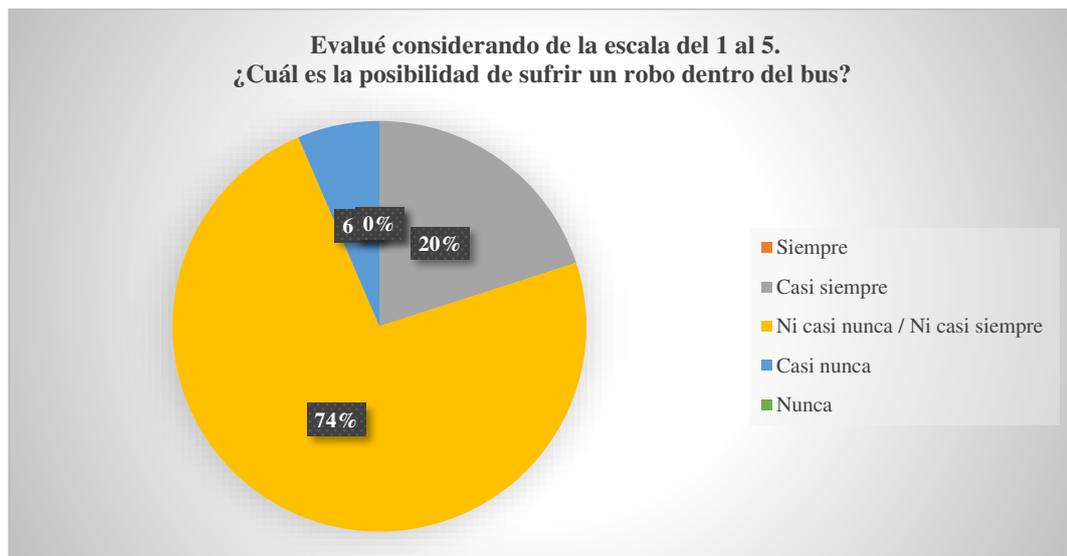
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Siempre	0	0,00%
Casi siempre	78	20,00%
Ni casi nunca / Ni casi siempre	287	73,59%
Casi nunca	25	6,41%
Nunca	0	0,00%
Total	390	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 16:

Seguridad orientada a robos o hurtos



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

La pregunta establece que los clientes sí consideran que pueden ser atracados dentro de las instalaciones del servicio de transporte esto puede darse por varios factores tanto internos como externos.

Pregunta 11. Evalué considerando de la escala del 1 al 5. ¿Se siente protegido en la unidad de transporte?

Tabla 20:

Precepción sobre la protección dirigida al usuario

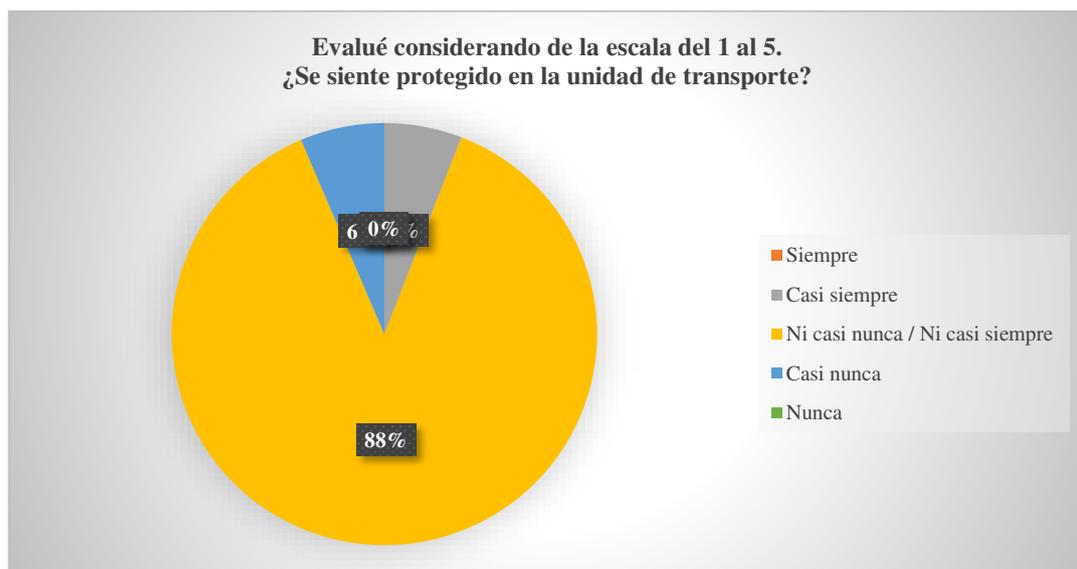
Respuesta	N° de respuestas	Porcentaje de respuestas
Siempre	0	0,00
Casi siempre	23	5,90
Ni casi nunca / Ni casi siempre	342	87,69
Casi nunca	25	6,41
Nunca	0	0,00
Total	390	100,00

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 17:

Precepción sobre la protección dirigida al usuario



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados indican que en rara ocasión se sienten protegidos dentro de la unidad de transporte ya que muchos de ellos no cuentan con sistemas de seguridad para poder protegerlos.

Ficha de Observación

Tabla 21:

Evaluación por cada unidad de transporte

Lista de verificación “Unidad de Transporte”		Unidad 1		Unidad 2		Unidad 3		Unidad 4		Unidad 5		Unidad 6		Unidad 7		Unidad 8		Unidad 9		Unidad 10		Unidad 11		Unidad 12		Unidad 13		Unidad 14		Unidad 15		
		S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	Si	No											
1	Espejos ubicados en la parte externa y de forma lateral	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
2	Espejos ubicados en la parte interna	1		0	1		1		1		0	1		1		0	1		0	1		0	1		0	1		0	1		0	
3	Neumáticos en buen estado	1		1		1		1		1		1		1		0	1		0	1		1		0	1		1		1		1	
4	Dispone de un botiquín de primeros auxilios		0	1		1		0	1		1		1		0	1		0	1		1		1		1		1		1		0	
5	Dispone de un extintor	1		1		1		1		1		0	1		1		1		1	0	1		1		1		0		0	1		
6	Ventana de Emergencia señalizada	1		1		1		0	1		1		0	1		1		1		1		0	1		0	1		0	1		1	
7	Delimitación entre el chofer / pasajeros	1		1		0	1		1		1		1		1		1		1	0	1		0	1		0	1		1		1	
8	Dispone de piso Antideslizante	1		1		1		1		1		1		1		0	1		1		1		1		1		1		1		1	
9	Conserva un piso en buen estado(limpio, no resbaladizo)	1		1		0	1		0		0		0	1		1		1		1		1		1		0	1		0		0	
10	Pasamanos en buenas condiciones	1		0	1		1		1		1		1		1		1		1	0	1		0	1		0	1		1		1	
11	Asientos en buenas condiciones		0	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1
12	Posee aviso de parada		0	1		1		1		0	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
13	La bocina funciona de forma correcta	1		0	1		1		1		1		1		1		1		1		0	1		0	1		1		1		1	

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

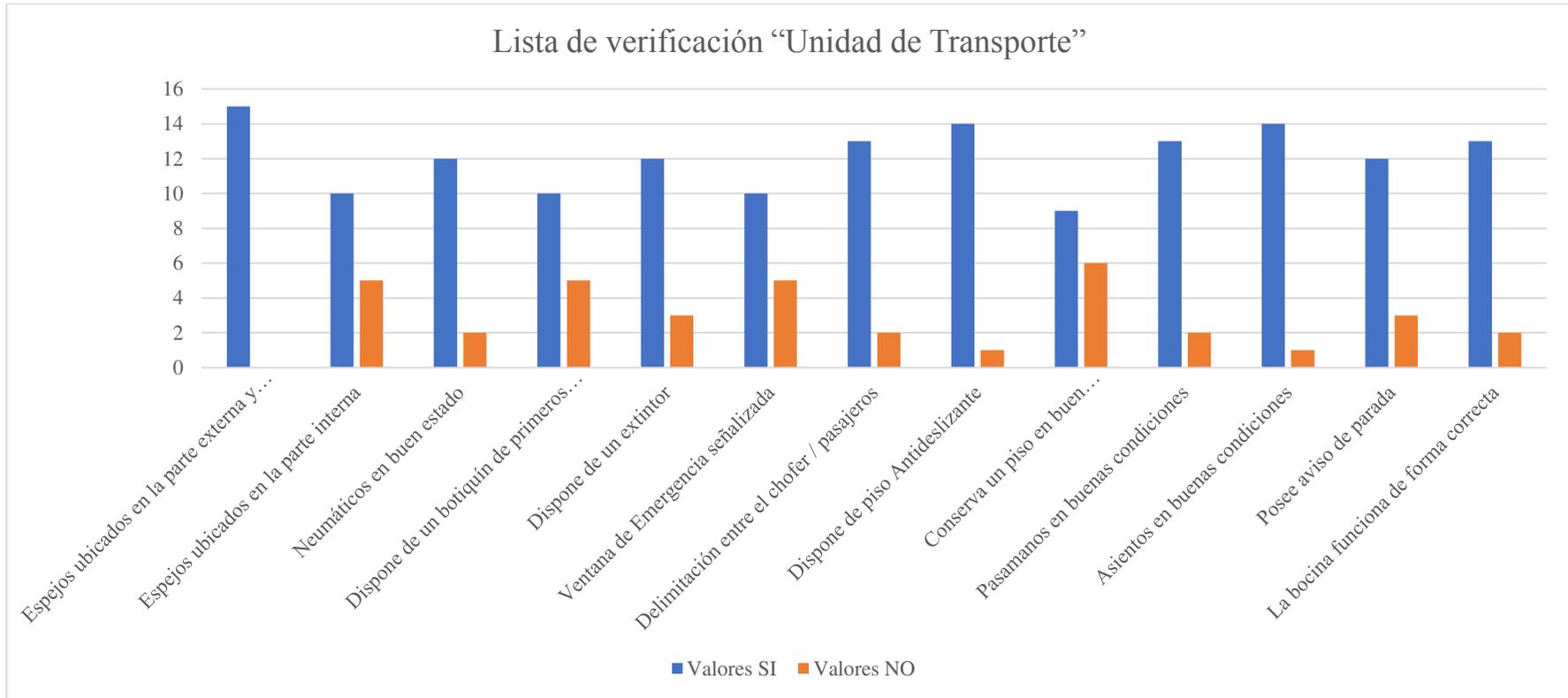
Tabla 22:*Resumen de la evaluación física de las unidades de transporte*

Enunciados	Valores		Porcentajes	
	SI	NO	SI	NO
Espejos ubicados en la parte externa y de forma lateral	15	0	8%	0%
Espejos ubicados en la parte interna	10	5	5%	3%
Neumáticos en buen estado	12	2	6%	1%
Dispone de un botiquín de primeros auxilios	10	5	5%	3%
Dispone de un extintor	12	3	6%	2%
Ventana de Emergencia señalizada	10	5	5%	3%
Delimitación entre el chofer / pasajeros	13	2	7%	1%
Dispone de piso Antideslizante	14	1	7%	1%
Conserva un piso en buen estado(limpio, no resbaladizo)	9	6	5%	3%
Pasamanos en buenas condiciones	13	2	7%	1%
Asientos en buenas condiciones	14	1	7%	1%
Posee aviso de parada	12	3	6%	2%
La bocina funciona de forma correcta	13	2	7%	1%
Total	157	37	81%	19%
	194		100%	

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.**Elaborado por:** Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 18:

Resumen de la evaluación física de las unidades de transporte



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Tabla 23:

Evaluación del chofer y ayudante

Lista de verificación “Chofer y Ayudante”	Unidad 1		Unidad 2		Unidad 3		Unidad 4		Unidad 5		Unidad 6		Unidad 7		Unidad 8		Unidad 9		Unidad 10		Unidad 11		Unidad 12		Unidad 13		Unidad 14		Unidad 15	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	1	El chofer se presentó o saludo de forma cordial	1		1		0	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1
2	El aspecto físico del chofer genera “presencia” y acorde del oficio que tiene a cargo.	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		0	1			
3	El aroma que se encuentra alrededor del chofer es agradable		0	1		1		1		0		0	1		1		1		1		0	1		1		1		1		
4	El chofer posee una adecuada presentación (vestuario)	1			0	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
5	El ayudante del chofer posee un aspecto físico “aceptable”	1		1		1		1		1		1		1		1		0	1		0	1		1		1			0	
6	El ayudante posee una adecuada presentación (vestuario)	1		1		1		1		1			0		0		0	1		1		1			0	1		1		
7	La higiene que presenta los integrantes del bus	1		1		1		0	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

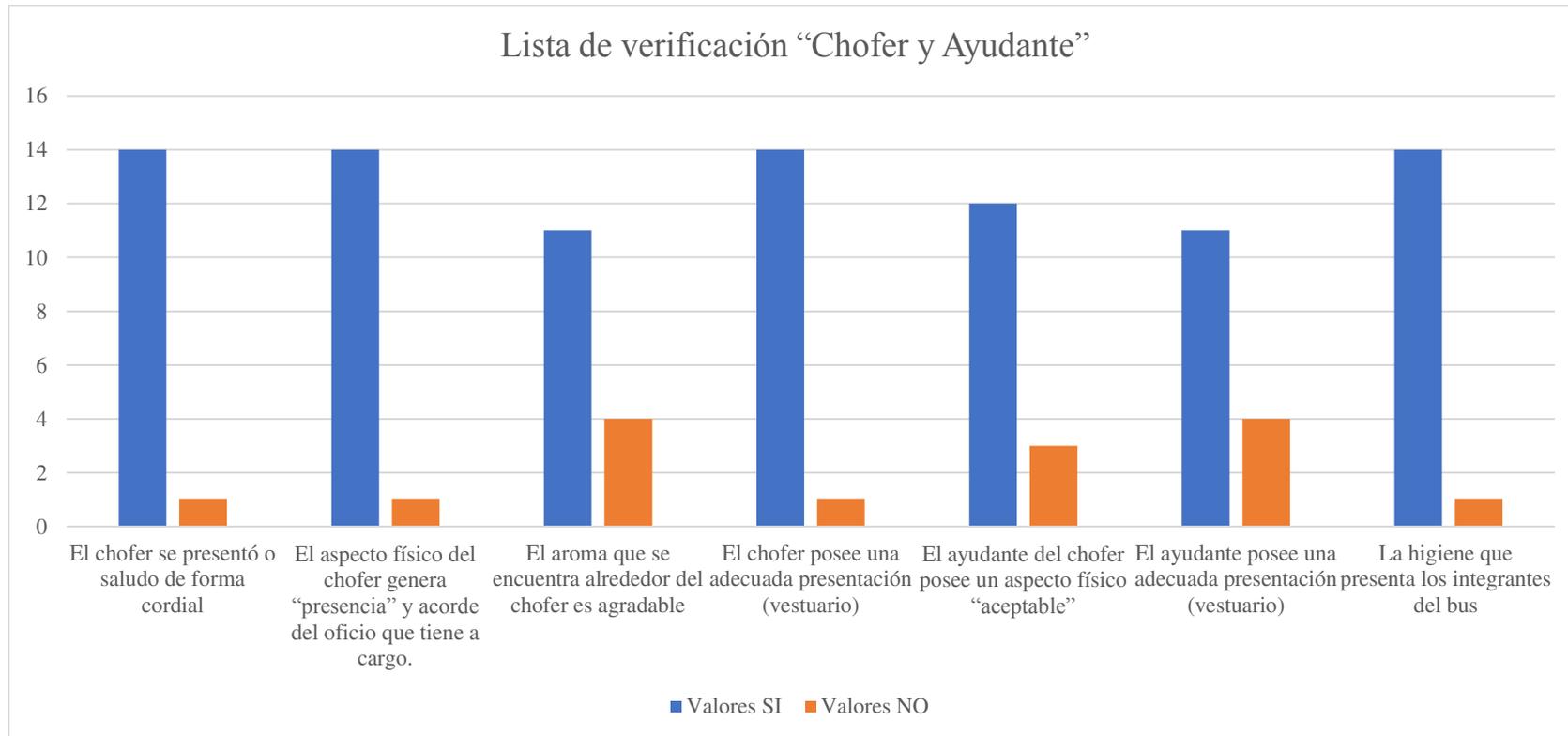
Tabla 24:*Resumen de evaluación del chofer y ayudante*

Enunciados	Valores		Porcentajes	
	SI	NO	SI	NO
El chofer se presentó o saludo de forma cordial	14	1	13%	1%
El aspecto físico del chofer genera “presencia” y acorde del oficio que tiene a cargo.	14	1	13%	1%
El aroma que se encuentra alrededor del chofer es agradable	11	4	10%	4%
El chofer posee una adecuada presentación (vestuario)	14	1	13%	1%
El ayudante del chofer posee un aspecto físico “aceptable”	12	3	11%	3%
El ayudante posee una adecuada presentación (vestuario)	11	4	10%	4%
La higiene que presenta los integrantes del bus	14	1	13%	1%
Total	90	15	86%	14%
	105		100%	

Fuente: Encuesta aplicada por las investigadoras.**Elaborado por:** Garcia y Guerrero, 2023.

Gráfica 19:

Resumen de evaluación del chofer y ayudante



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Hallazgos

- Los hallazgos presentes en la investigación se basan en la información recopilada mediante la aplicación de la encuesta y ficha de observación dirigidas, a la muestra de 390 personas, dato calculado mediante fórmula y a las unidades de transporte en conjunto el chófer y ayudante. Representando un análisis global de primera instancia de la encuesta, la cual evalúa el servicio que presta la cooperativa a la comunidad, mientras que la ficha de observación establece el análisis sobre la atención y comodidad que brinda el chófer y el ayudante dentro del autobús.
- El análisis de la encuesta presentada a continuación se fundamenta en la investigación que tuvo como objetivo principal la evidencia del servicio de Transporte Urbano “Universidad de Bolívar” en la ciudad de Guaranda, para lo cual se requería la colaboración de forma objetiva de las preguntas planteadas, la presente información fue recolectada de forma anónima, confidencial y con fines académicos.
- Mediante la encuesta se pudo determinar que el mayor uso de las unidades de transporte está dado por los habitantes entre 21 a 30 años, con uso por parte de los 2 sexos, los cuales indican que el uso del servicio es de gran nivel, por ende se estableció que este presenta una gran demanda y un nicho de mercado de amplio consumo.
- La percepción que tiene la población guarandeña sobre el estado físico de las unidades de transporte rodea un nivel deficiente, ya que no presenta un lugar

con las comodidades necesarias para un confort de la clientela, así como el hecho de que no cuentan con la información sobre las paradas.

- La aplicación de tarifas preferenciales es respetada en las unidades de Transporte Urbano Universidad de Bolívar. Las unidades de transporte consideran la situación de seguridad y opiniones de la clientela con relación a los vendedores ambulantes, los cuales tienen restringido en su mayor parte en el ingreso a las unidades.
- La ficha de observación tuvo un valor del 86% de respuestas afirmativas dentro de las unidades de transporte, como consideración se estableció que, ***al obtener más del 50% de respuestas afirmativas se considerará a la unidad de transporte público en óptimas condiciones.*** De forma separada se indica que en resumen de evaluación de ficha direccionada al estado físico de los autobuses fue excelente, ya que la mayor parte de ellas posee los recursos físicos para brindar una atención de calidad, pero también establecen las falencias sobre este criterio.
- El chofer y el ayudante conservan una buena relación con la clientela de forma mayoritaria, puesto que su presentación ante ellos es de realce y conserva la identidad de la empresa.

CONCLUSIONES

- La presente se realizó con el fin de establecer las características y el nivel de satisfacción en relación con el servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano “Universidad de Bolívar” ya que no existen estudios previos sobre esta temática en ninguno de los repositorios disponibles a nivel nacional. La realización de un estudio de mercado o análisis investigativo del entorno empresarial establece los indicadores de partida para el fortalecimiento de la atención y el servicio que puede brindar el corporativo.
- La identificación de las características técnicas de las unidades de transporte de la cooperativa “Universidad de Bolívar” se estableció mediante la ficha de observación en la cual indicó que de 15 unidades de transporte, 10 de ellas conservan espejos ubicados de forma lateral y, externa e interna, disposición de botiquín de primeros auxilios, ventanas de emergencia, pisos antideslizamientos conservados de forma correcta y limpia. Las características técnicas evaluadas indican que las unidades de transporte presentan un nivel excelente con un 86% de respuestas afirmativas dentro de las unidades de transporte.
- El análisis del servicio y atención al cliente se realizó mediante la encuesta dirigida a la población guarandeha y la ficha de observación realizado por las investigadoras en el apartado de lista de verificación chofer ayudante, los cuales explicaron en primera instancia que la atención que brinda el personal es proporcional al nivel de valores que presenta la clientela ya que es aspecto

físico evaluado en las unidades y el personal representa un nivel alto para la satisfacción del cliente.

- El nivel de satisfacción se determinó mediante los criterios; accesibilidad de ingreso, confort y seguridad los cuales poseen un nivel de excelente designado por previo criterio en la ficha de observación, por este se puede establecer que la población guarandeña encuentra el servicio de categoría óptima.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda enfocar las investigaciones (tesis) a empresas o emprendimientos locales con la finalidad de poder brindarles la oportunidad de crecimiento dentro de los nichos de mercado conociendo de forma certera la percepción que tiene la clientela sobre el servicio o producto que este oferte.
- Para la realización de encuestas y fichas técnicas que se deseen aplicar para análisis de servicio y atención al cliente se deben de considerar los aspectos en relación con el lugar y opiniones recolectadas previamente con la finalidad de poder establecer criterios exactos para la determinación del nivel de satisfacción que tenga la clientela.
- Para estudios que se fundamenten en la atención y el servicio se recomienda la utilización de enfoque cuantitativo con un tipo de investigación de campo con base en una escala Likert para posterior análisis de alfa de Cronbach con la finalidad de determinar el nivel confiabilidad del instrumento.
- Se recomienda que las conclusiones deben de ser redactadas en relación con los objetivos específicos previamente presentados.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-29/constitucion-republica-inc-sent-cc.pdf>
- Campoverde Galarza, S. (2021). *Análisis de las estrategias de marketing digital para posicionamiento y fidelización del centro académico LOREANCORP S.A. UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20739>
- Carranza, A. (17 de octubre de 2022). *Future of People*. Obtenido de Conoce cómo hacer un plan de comunicación y ¡conecta mejor con los públicos de tu empresa!: <https://www.crehana.com/blog/negocios/plan-de-comunicacion/>
- Cucchiari. (2019). *IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora*. Mendoza: UNCUYO- Universidad Nacional de Cuyo. Obtenido de http://ica.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf

- de Vicuña Ancín, J. M. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. Esic editorial.
- Del Pozo Barrezueta, H. (2011). *Ley Orgánica de Educación Intercultural*. Quito: Editora Nacional. Obtenido de https://oig.cepal.org/sites/default/files/2011_leyeducacionintercultural_ecu.pdf
- El Telegrafo. (2022). *otaip.eltelegrafo*. Obtenido de LEY ORGANICA DE COMUNICACION.pdf: <https://lotaip.eltelegrafo.com.ec/2017/junio/LEY-ORGANICA-DE-COMUNICACIONO.pdf>
- Guerrero De Carrión, M., y del Milagro Quezada Barrios, L. (2021). *Estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la ferretería NCM del Perú S.A.C. en la ciudad de Chiclayo, año 2020*.
- Guihurt Isaac, E. (2022). *La Comunicación es la transferencia de información con sentido desde un lugar*. Obtenido de Calameo: <https://es.calameo.com/books/0012000693a31e149e76b>
- Gutiérrez Peñaherrera , J., y Pérez Rodríguez, S. (2021). *El marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Herrera Ochoa, C. L. (2017). *El manejo de facebook como herramienta de comunicación corporativa en la facultad de comunicación social (carrera de comunicación social). análisis del aporte académico*

y relaciones sociales. caso fan page “facultad de comunicación social -uce. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Jimenez, A. (2020). *Smile Comunucation.*

Kloter. (2021). *Fundamentos de Marketing.* Universidad de Lima.

McGraw-Hill. (2020). *mheducation.* Obtenido de Empresa y comunicación:
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/Capítulo/8448614178.pdf>
f

Montecé Moreno, C. (2020). *Diseño de Plan de Comunicación Externa para fortalecer la Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces.* Sistema de Posgrado. Guayaquil: Universidad Católica de SANTIAGO de Guayaquil.
doi:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14734>

Obando. (2017). *Propuesta de un Plan Marketing Digital para mejorar el Posicionamiento de la Marca Eletes Trades.* Costarica.

QuijijeChoez, M., y Arteaga Morante , G. (2015). *Diseño de estrategias de marketing digital para el posicionamiento de marca del centro académico Dulcería y cafetería La Palma de la Ciudad de Guayaquil.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Ríos Pilco, K. (2020). *La Comunicación Interna para el Desarrollo de la Imagen Corporativa de la Facultada de Ciencias de la Salud y del Ser Humano de la Universidad Estatal de Bolívar, Cantón Guaranda.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar .

- Rios, R. P. (12 de Mayo de 2018). *redalyc*. Obtenido de LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON:
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524411059.pdf>
- Rodríguez, J. A., Gutiérrez, Peña, y Pérez. (2021). *El marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 31 de mayo de 2023, de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33268/1/004%20MT.pdf>
- Romero Llerena, M. (2019). *Marketing digital y posicionamiento de marca en la empresa Cifen Perú, Santiago de Surco*.
- Ruiz Martínez, L. E. (12 de julio de 2021). *Uho*. Obtenido de Hablemos de comunicación: funciones de la comunicación organizacional:
<https://www.uho.edu.cu/2021/07/12/hablemos-de-comunicacion-funciones-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Sordo, A. I. (2023). *Hubspot*. Recuperado el 01 de julio de 2023, de Imagen corporativa: ¿qué es y en qué se diferencia de la identidad corporativa?:
<https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>
- Telecomunicaciones. (2022). *telecomunicaciones.gob*. Obtenido de LEY ORGANICA DE COMUNICACION:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp->

content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-
Comunicaci%C3%B3n.pdf

Ulloa-Menta, D. (2023). *Documentación Solicitud_Foda*. Guaranda: Edubry
Asesoramiento Académico.

UMNG. (2023). *Facultad de Estudios a Distancia* . Obtenido de Técnicas de
recolección de datos:
http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/seminario_de_grado/unidad_5/medios/documentacion/p6h1.php#:~:text=1-
,El%20Cuestionario,et.al%2C%202003).

Valdez Cedeño, M. (2017). *Diseño de estrategias de marketing de servicios para la fidelización de los clientes del centro académico Codemera S.A. Ciudad de Guayaquil, Año 2017*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40845>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma Grant

Trabajo de Titulación	Tiempo de Realización																	
	Mayo /16				Junio/16				Julio/16				Agosto /16				Septiembre /08	
Calorificación de actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2
Capítulo I																		
Descripción del problema																		
Formulación del problema																		
Preguntas de investigación y justificación																		
Objetivos, hipótesis, variables																		
Capítulo II																		
Antecedentes																		
Marco científico																		
Bases conceptuales																		
Marco legal																		
Capítulo III																		
Tipo de investigación y métodos																		
Técnicas e instrumentos																		
Población y muestra																		
Procesamiento de la información																		

Trabajo de Titulación	Tiempo de Realización																		
	Mayo /16				Junio/16				Julio/16				Agosto /16				Septiembre /08		
Calorificación de actividades	Se m 1	Se m 2	Se m 3	Se m 4	Sem 1	S e m 1	Sem 3	S e m 4	Se m 1	Se m 2	Se m 3	Se m 4	Se m 1	Se m 2	Se m 3	Se m 4	S e m 1	S e m 2	
Capítulo IV																			
Análisis de resultados																			
Interpretación de análisis																			
Ideas para la propuesta																			
Consolidación de la propuesta																			
Redacción final																			
Aceptación del trabajo																			

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 2: Presupuesto

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor total
1	Computador	300	300
1	Pendrive	12	12
100	Copias	0,5	50
300	Impresiones	0,1	30
	Anillado	3	3
	Empastado	15	15
	Servicio de internet	15	15
	Hospedaje	60	60
	Alimentación	30	30
2	Carpetas	0,5	1
20	Scanner	2,5	50
2	CD's	10	20
	Otros gastos	3	3
	TOTAL		589

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 3: Carta de Aceptación



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

Guaranda, 12 de junio de 2023

ING.

IVAN YACCHIREMA TARAGUAY

COORDINADOR DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CARRERA DE
MERCADOTECNIA

Presente

De mi consideración:

Con un cordial saludo y deseándole éxitos en sus funciones tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de darle a conocer que la Srta. **GUERRERO VAZCONEZ MARÍA JOSÉ**, con C.I: **0202196424**, y la Srta. **GARCIA RODRIGUEZ PAOLA NATALY** con C.I: **0250316304**, han obtenido el permiso correspondiente de mi parte para realizar su proyecto de investigación denominado "EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLIVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023".

Por la atención a la presente le quedo muy agradecido.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. Vazquez', enclosed in a blue oval.

LIC. DANILO VAZCONEZ

GERENTE GENERAL DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD
DE BOLIVAR

Resivido 12-06-2023

13:15 hrs.

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 4: Encuesta

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
CARRERA DE MERCADOTECNIA

FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023

La ficha de observación actual es un estudio de investigación que tiene como objetivo evaluar la eficiencia del servicio de transporte público urbano "Universidad de Bolívar" en la ciudad de Guaranda.

Se requiere su colaboración para responder a las preguntas con la mayor objetividad posible. La información es anónima y confidencial y será utilizada con fines académicos.

Instrucciones: De acuerdo con su experiencia en las unidades de transporte público urbano de la ciudad de Guaranda, marque la opción siguiente con una X.

DATOS GENERALES DEL FICHA DE OBSERVACIÓNDO:

Edad: _____

Sexo:

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

1. Usted hace uso del transporte "Universidad de Bolívar":

Si _____ No _____

2. Número de veces que utiliza el servicio de transporte al día _____

Vehículo de Transporte Público Urbano

3. ¿Cómo califica el estado físico de los buses transporte público urbano "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda de la escala 1 y 5?

Muy malo	Malo	Ni malo, ni bueno	Bueno	Muy bueno
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Atención al Cliente

4. Califique el grado de satisfacción de cada uno de los siguientes componentes en función de los siguientes enunciados.

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
4a-¿Se aplica la tarifa preferencial (niños menores de 12 años, adultos de la tercera edad, mujeres embarazadas, personas discapacitadas y estudiantes de escuela y colegio) para los pasajeros del transporte urbano "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda?					
4b-¿El bus de forma interna posee información sobre las paradas establecidas?					
4c-¿Cree que es aceptable que los vendedores ambulantes tengan acceso a al medio de transporte urbano "Universidad de Bolívar" de la ciudad de Guaranda?					
4d-¿La capacidad designada por bus es respetada?					
4e- El usuario tiene presente los valores éticos y morales al momento de hacer uso del medio de transporte.					

5. ¿Cómo calificaría el nivel de dificultad para ingresar al autobús de Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de Guaranda, de 1 a 5, ¿siendo 1 muy difícil y 5 muy fácil?

Muy difícil	Difícil	Aceptable	Fácil	Muy Fácil
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

6. ¿Considera usted que el incumplimiento de las leyes vigentes por parte del servicio de Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" deba ser sancionado?

Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo / Ni desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

7. En la escala del 1 al 5 ¿Se siente cómodo al viajar en el Transporte Urbano Universidad de Bolívar "Universidad de Bolívar" de Guaranda?

Muy incómodo	Incómodo	Regular	Cómodo	Muy incómodo
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

8. ¿Las unidades de transporte contienen algún tipo de sistema de seguridad como; alarmas, cámaras o botón de ayuda?

Si	No
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>

9. ¿Los buses disponen de un sistema de apoyo de barandales para el ingreso de adultos mayores o personas discapacitas?

Siempre	Casi siempre	Ni casi nunca / Ni casi siempre	Casi nunca	Nunca
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

10. Evalúe considerando de la escala del 1 al 5; ¿Cuál es la posibilidad de sufrir un robo dentro del bus?



Siempre	Casi siempre	Ni casi nunca / Ni casi siempre	Casi nunca	Nunca
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

11. Evalúe considerando de la escala del 1 al 5. ¿Se siente protegido en la unidad de transporte?

Siempre	Casi siempre	Ni casi nunca / Ni casi siempre	Casi nunca	Nunca
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

¡Gracias por su colaboración!

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 5: Ficha de Observación

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR CARRERA DE MERCADOTECNIA

FICHA DE OBSERVACIÓN SOBRE EL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO UNIVERSIDAD DE BOLIVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2023

La ficha de observación actual es un estudio de investigación que tiene como objetivo evaluar la eficiencia del servicio de transporte público urbano “Universidad de Bolívar” en la ciudad de Guaranda.

Se requiere su colaboración para responder a las preguntas con la mayor objetividad posible.

La información es anónima y confidencial y será utilizada con fines académicos.

Consideración: Se establece que al obtener más del 50% de respuestas afirmativas se considerará a la unidad de transporte público en óptimas condiciones.

Nº	Ítems	Si	No
Lista de verificación “Unidad de Transporte”			
1	Espejos ubicados en la parte externa y de forma lateral		
2	Espejos ubicados en la parte interna		
3	Neumáticos en buen estado		
4	Dispone de un botiquín de primeros auxilios		
5	Dispone de un extintor		
6	Ventana de Emergencia señalizada		
7	Delimitación entre el chofer / pasajeros		
8	Dispone de piso Antideslizante		
9	Conserva un piso en buen estado(limpio, no resbaladizo)		
10	Pasamanos en buenas condiciones		
11	Asientos en buenas condiciones		
12	Posee aviso de parada		
13	La bocina funciona de forma correcta		
Lista de verificación “Chofer y Ayudante”			
14	El chofer se presentó o saludo de forma cordial		
15	El aspecto físico del chofer genera “presencia” y acorde del oficio que tiene a cargo.		
16	El aroma que se encuentra alrededor del chofer es agradable		
17	El chofer posee una adecuada presentación (vestuario)		
18	El ayudante del chofer posee un aspecto físico “aceptable”		
19	El ayudante posee una adecuada presentación (vestuario)		
20	La higiene que presenta los integrantes del bus		

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 6: Fachada de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar
“Universidad de Bolívar”



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 7: Unidades de Transporte Urbano Universidad de Bolívar “Universidad de Bolívar”

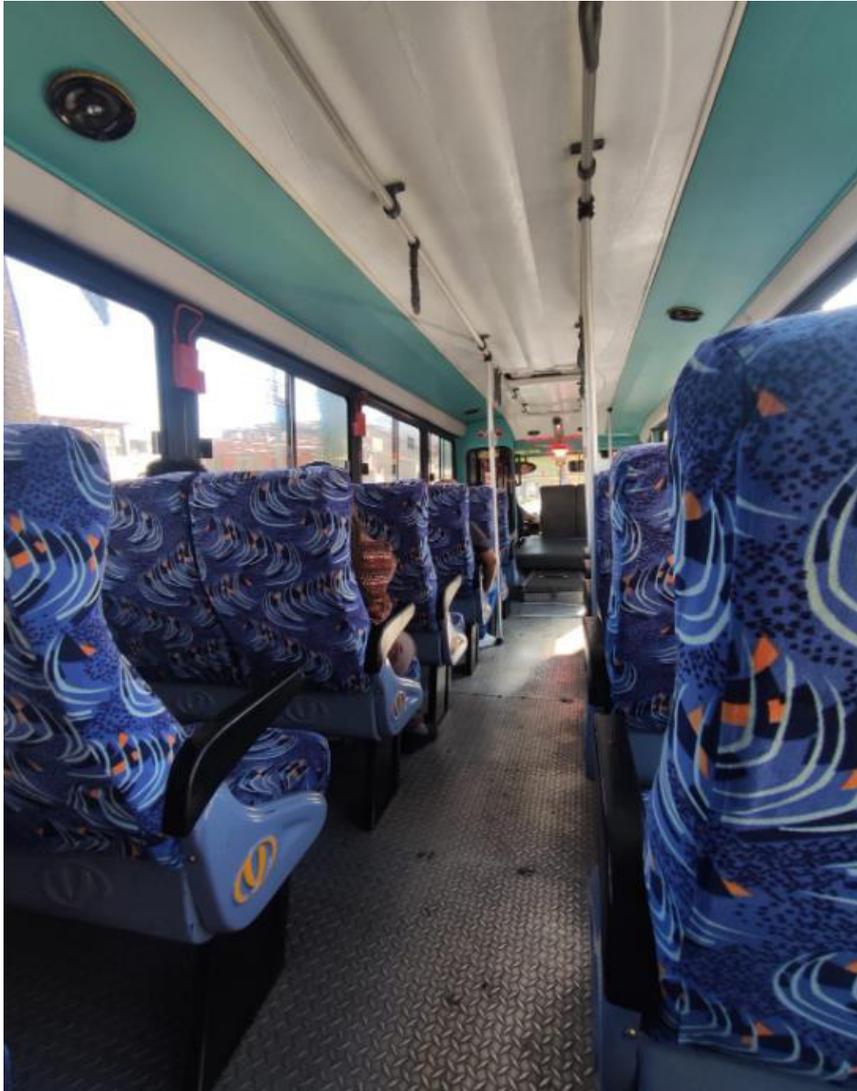


Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 8: Interior de la unidad de transporte “Universidad de Bolívar”



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 9: Aplicación de encuesta

Encuesta realizada a la población guarandea (juvenil)



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023

Encuesta realizada a la población guarandehña (adulta)



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023

Anexo 10: Aplicación de ficha de observación

Evaluación de la lista de verificación de la unidad de transporte y el chofer en conjunto con su ayudante.



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023



Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023

Anexo 11: Ficha de validación por expertos “Asistente Administrativo”

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

I. DATOS DEL JURADO EXPERTO

APELLIDOS Y NOMBRES	Garcia Morante Emilio Adrián
CARGO QUE DESEMPEÑA	Asistente Administrativo
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Preuniversitario High Quality/Fids
AÑOS DE EXPERIENCIA	5 años
ESPECIALIZACIÓN-TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en Marketing y Negociación Comercial

II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	“El servicio y la atención al cliente en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda, año 2023”
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	¿Cómo se manifiesta el servicio y la atención al cliente en la cooperativa de transporte urbano “Universidad de Bolívar” de la ciudad de Guaranda en el año 2023?
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿Cuál es el estado de físico de los buses que forman parte de la cooperativa de transporte urbano? ¿Cuál es la apreciación que tienen los usuarios sobre el servicio y atención al cliente? ¿Cómo es el tipo de servicio y atención al usuario que presenta la cooperativa de transporte?
OBJETIVO GENERAL	Conocer el servicio y atención al cliente de la cooperativa Transporte Urbano Universidad de Bolívar en la población guarandeña sector urbano, año 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Identificar las características técnicas de las unidades de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.</p> <p>Establecer la calidad del servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar.</p> <p>Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios guareñaes en relación con el servicio y la atención receptada.</p>
-----------------------	---

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Para calificar los criterios mostrados debe tener en cuenta la siguiente nomenclatura de calificación:

ESCALA	
Muy Pertinente	5
Pertinente	4
Indeciso	3
Poco Pertinente	2
Nada Pertinente	1

CUADRO DE CALIFICACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	5	4	3	2	1
		MP	P	I	PP	NP
1. LENGUAJE	Está formulado en el lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado de acuerdo con los aspectos o categorías relacionadas a cada variable de estudio.	X				
3. ORDEN EN LAS PREGUNTAS	Existe una organización lógica de las ideas que sustentan el instrumento propuesto.		X			
4. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con el objetivo de la investigación y probar hipótesis.		X			
5. COMPLEMENTARIEDAD	Entre las preguntas existe una complementariedad que permite la correlación de causa y efecto.	X				
6. METODOLOGIA	El instrumento o instrumentos propuestos tienen relación con el objeto de estudio.	X				

7.PERTINENCIA	El instrumento es útil para dar respuesta al problema	X				
OBSERVACIÓN O SUGERENCIA:						
FIRMA						
FECHA	01/08/2023					

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 12: Ficha de validación por expertos “Jefa de seguridad y bienestar”

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

IV. DATOS DEL JURADO EXPERTO

APELLIDOS Y NOMBRES	Agualongo Arias Karen Mishell
CARGO QUE DESEMPEÑA	Jefa de seguridad y bienestar
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Edubry Asesoramiento Académico
AÑOS DE EXPERIENCIA	3 años
ESPECIALIZACIÓN-TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniera en Administración para Desastres y Gestión del Riesgo

V. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	“El servicio y la atención al cliente en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda, año 2023”
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	¿Cómo se manifiesta el servicio y la atención al cliente en la cooperativa de transporte urbano “Universidad de Bolívar” de la ciudad de Guaranda en el año 2023?
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿Cuál es el estado de físico de los buses que forman parte de la cooperativa de transporte urbano? ¿Cuál es la apreciación que tienen los usuarios sobre el servicio y atención al cliente? ¿Cómo es el tipo de servicio y atención al usuario que presenta la cooperativa de transporte?

OBJETIVO GENERAL	Conocer el servicio y atención al cliente de la cooperativa Transporte Urbano Universidad de Bolívar en la población guarandaña sector urbano, año 2023.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Identificar las características técnicas de las unidades de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar. Establecer la calidad del servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios guarandños en relación con el servicio y la atención receptada.

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Para calificar los criterios mostrados debe tener en cuenta la siguiente nomenclatura de calificación:

ESCALA	
Muy Pertinente	5
Pertinente	4
Indeciso	3
Poco Pertinente	2
Nada Pertinente	1

CUADRO DE CALIFICACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	5	4	3	2	1
		MP	P	I	PP	NP
1.LENGUAJE	Está formulado en el lenguaje apropiado.	X				
2.OBJETIVIDAD	Está expresado de acuerdo con los aspectos o categorías relacionadas a cada variable de estudio.	X				
3.ORDEN EN LAS PREGUNTAS	Existe una organización lógica de las ideas que sustentan el instrumento propuesto.	X				
4. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con el objetivo de la investigación y probar hipótesis.	X				
5.COMPLEMENTARIEDAD	Entre las preguntas existe una complementariedad que permite la correlación de causa y efecto.	X				

6.METODOLOGIA	El instrumento o instrumentos propuestos tienen relación con el objeto de estudio.	X				
7.PERTINENCIA	El instrumento es útil para dar respuesta al problema	X				
OBSERVACIÓN O SUGERENCIA:						
FIRMA						
FECHA	01/08/2023					

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

Anexo 13: Ficha de validación por expertos “Atención al cliente”

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

VII. DATOS DEL JURADO EXPERTO

APELLIDOS Y NOMBRES	Estrada Santana Samantha Elizabeth
CARGO QUE DESEMPEÑA	Atención al cliente
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Automotores S.A
AÑOS DE EXPERIENCIA	1 año y medio
ESPECIALIZACIÓN-TÍTULO PROFESIONAL	Licenciada en marketing

VIII. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	“El servicio y la atención al cliente en la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la ciudad de Guaranda, año 2023”
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	¿Cómo se manifiesta el servicio y la atención al cliente en la cooperativa de transporte urbano “Universidad de Bolívar” de la ciudad de Guaranda en el año 2023?
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	¿Cuál es el estado de físico de los buses que forman parte de la cooperativa de transporte urbano? ¿Cuál es la apreciación que tienen los usuarios sobre el servicio y atención al cliente? ¿Cómo es el tipo de servicio y atención al usuario que presenta la cooperativa de transporte?

OBJETIVO GENERAL	Conocer el servicio y atención al cliente de la cooperativa Transporte Urbano Universidad de Bolívar en la población guarandeña sector urbano, año 2023.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Identificar las características técnicas de las unidades de la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar. Establecer la calidad del servicio y atención al cliente que brinda la cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar. Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios guarandeños en relación con el servicio y la atención receptada.

IX. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Para calificar los criterios mostrados debe tener en cuenta la siguiente nomenclatura de calificación:

ESCALA	
Muy Pertinente	5
Pertinente	4
Indeciso	3
Poco Pertinente	2
Nada Pertinente	1

CUADRO DE CALIFICACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	5 MP	4 P	3 I	2 PP	1 NP
1.LENGUAJE	Está formulado en el lenguaje apropiado.		X			
2.OBJETIVIDAD	Está expresado de acuerdo con los aspectos o categorías relacionadas a cada variable de estudio.		X			
3.ORDEN EN LAS PREGUNTAS	Existe una organización lógica de las ideas que sustentan el instrumento propuesto.	X				
4. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con el objetivo de la investigación y probar hipótesis.	X				
5.COMPLEMENTARIEDAD	Entre las preguntas existe una complementariedad que permite la correlación de causa y efecto.		X			

6.METODOLOGIA	El instrumento o instrumentos propuestos tienen relación con el objeto de estudio.	X				
7.PERTINENCIA	El instrumento es útil para dar respuesta al problema		X			
OBSERVACIÓN O SUGERENCIA:						
FIRMA						
FECHA	01/08/2023					

Elaborado por: Garcia y Guerrero, 2023.

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis_servicioyatencionalcliente_final_001.pdf

AUTOR

Paola Garcia & Maria jose Guer

RECUENTO DE PALABRAS

14280 Words

RECUENTO DE CARACTERES

83910 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

100 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.7MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 11, 2023 11:53 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 11, 2023 11:54 AM GMT-5**● 5% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)



020112482-3

Guaranda, 11 de Octubre del 2023

CERTIFICADO

A petición de las partes interesadas:

Que, las estudiantes: **Paola Nataly García Rodríguez** y **María José Guerrero Vásconez** presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: “**El Servicio y la Atención al Cliente en la Cooperativa de Transporte Urbano Universidad de Bolívar de la Ciudad de Guaranda, Año 2023**”, para el respectivo análisis Turnitin, el mismo que refleja un **5%** de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente



Ing. Wilter Rodolfo Camacho Arellano MSc.
DIRECTOR