



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA

CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

**INFORME DEL PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

MENCIÓN:

PERIODISMO

TEMA:

**DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN Y ORIENTACIÓN, PARA
MEJORAR EL SERVICIO DE LA TRANSPORTACIÓN URBANA DE LA
COOPERATIVA DE BUSES
“CIUDAD DE MILAGRO”**

AUTOR:

JAVIER VALLEJO PEÑAFIEL

TUTORA

ING. XIOMARA ZUÑIGA

MILAGRO-ECUADOR

2011



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación, nombrada por el Concejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias y de la Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Certifico que el estudiante:

Vallejo Peñafiel Javier Iván C.I: N°. 092342851

Ha presentado y se le ha realizado el respectivo análisis del proyecto de Tesis de Grado con el Título “Difusión de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la transportación urbana de la Cooperativa de buses “Ciudad de Milagro”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El problema de la investigación se refiere a:

Promover e implantar campañas de orientación y concienciación, para mejorar el servicio de transporte urbano dentro de sus unidades, hacia los usuarios y choferes de la Cooperativa de buses urbanos “Cuidad de Milagro”.

El mismo que se consideró debe ser aceptado, por reunir los requisitos legales y por la importancia transcendental que tiene el tema.

Ing. Xiomara Zúñiga

Tutora

Milagro, Febrero del 2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Febrero de 2011.

Javier Iván Vallejo Peñafiel

CI: 0921525184



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA
DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR, PREVIA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, MENCIÓN; PERIODISMO,
OTORGA AL PRESENTE PROYECTO EDUCATIVO LAS SIGUIENTES
CALIFICACIONES:

TRABAJO ESCRITO: _____

EXPOSICIÓN ORAL: _____

TOTAL: _____

EQUIVALENTE A: _____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

EGRESADO

Milagro, Febrero de 2011.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Dr.

Rómulo Minchala Murillo

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN Y ORIENTACIÓN, PARA MEJORAR EL SERVICIO DE LA TRANSPORTACIÓN URBANA DE LA COOPERATIVA DE BUSES “CIUDAD DE MILAGRO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y de la Comunicación

Milagro, Febrero de 2011.

Javier Iván Vallejo Peñafiel

CI: 0921525184

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi señora madre, por apoyarme en cada una de mis metas que he emprendido y ser siempre mis más fervientes admiradora, por todo lo que me ha dado en esta vida, especialmente por sus sabios consejos y por estar a mi lado en los momentos más difíciles.

A mi hermana Melanie, quien me da fuerzas para seguir, ella es la más grande ilusión de mi vida.

A un amigo ejemplar el licenciado Ricardo Cuvi, a quien le debo la gran decisión de seguir una carrera universitaria y no abandonarla en el trayecto, a vencer mis obstáculos y darme fortaleza cuando más lo necesitaba.

A mis verdaderos amigos, quienes se convirtieron en mi familia en apoyarme cada día, en la diversas actividades que me ha tocado afrontar y enfrentar para llegar a ser lo que soy y donde estoy.

“Siempre estarán en mí...esos buenos momentos que pasamos sin
Saber”

AGRADECIMIENTOS

Cuando comencé a escribir los agradecimientos pensé que por descuido podía dejar a alguien importante fuera de la mención, por eso desde ya pido las disculpas correspondientes en caso de que suceda.

Antes que a todos quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesité y bendicirme con la posibilidad de caminar a su lado durante toda mi vida.

En primer lugar quiero agradecer a esta gran Institución de Educación Superior “ Universidad Estatal de Milagro”, que me abrió sus puerta adoptándome para brindarme sus conocimientos y prepararme para encaminarme a ser un excelente alumno y a futuro un profesional competente en el acontecer periodístico, a los docentes de la Unidad Académica de la Comunicación, quienes tuvieron la dedicación, paciencia y comprensión para enriquecer mis conocimientos con su doctrinas teóricas practicas e investigativas, en los diversos niveles en los que estuve hasta finalizar mi carrera.

No puedo dejar de agradecer a la Psg. Gloria Solís, al Msc., Javier Paguay, Lic. Ricardo Cuvi, Lic. Franklin Macías, quienes a primera instancia estuvieron atento para fortalecer mi dedicación en mis estudios universitarios.

En especial para la Ing. Xiomara Zúñiga, a quien le quedo totalmente agradecido por su orientación, dedicación para el desarrollo de esta tesis, quien estuvo a mi lado cuando estuve a punto de desmayar en la idea de seguir, especialmente por sus consejos durante el tiempo que duró esta tesis.

INDICE

-Pagina de caratula o portada.....	i
-pagina de la constancia de la aprobaci3n del autor.....	ii
-Pagina de declaraci3n de autoría de la investigaci3n.....	iii
-Pagina de calificaci3n final.....	iv
-Cesi3n de derechos de autor.....	v
-Pagina de dedicatoria.....	vi
-Pagina de agradecimientos.....	vii
-Índice general.....	viii
-Índice de cuadros y gráfcos.....	xi
-Resumen.....	xiii
-Abstract.....	xiv
Introducci3n.....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematizaci3n.....	3
1.1.2. Delimitaci3n del problema.....	5
1.1.3. Formulaci3n del problema.....	5
1.1.4. Sistematizaci3n del problema.....	5
1.1.5. Determinaci3n del tema.....	6
1.2 . Objetivos.....	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específicos.....	6
1.3. Justificaci3n.....	7

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL.....	11
2.1 Marco Teórico.....	11
2.1.1 Antecedentes históricos.....	11
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	12
2.1.3 Fundamentación científica.....	12
2.2 Marco legal.....	19
2.3 Marco conceptual.....	28
2.4 Hipótesis Y Variables.....	29
2.4.1 Hipótesis general.....	29
2.4.2 Hipótesis particulares.....	29
2.4.3 Declaración de variables.....	29
2.4.4 Operacionalizacion de las variables.....	31

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.....	34
3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general.....	34
3.2 La población y la muestra.....	34
3.2.1 Características de la población.....	34
3.2.2 Delimitación de la población.....	35
3.2.3 Tipo de muestra.....	35
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	35
3.2.5 Proceso de selección.....	35
3.3 Los métodos y las técnicas.....	36
3.3.1 Métodos teóricos.....	36
3.3.2 Métodos empíricos.....	36
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	36
3.4 Procesamiento estadístico de la información.....	37

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	38
4.1 Análisis de los resultados.....	38
4.1.1 Resultado de la encuesta.....	38
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	49
4.2.1 Análisis e interpretación de la entrevista.....	50
4.3 Resultados.....	51
4.4 Verificación de hipótesis.....	51

CAPÍTULO V

PROPUESTA.....	52
5.1 Tema.....	52
5.2 Justificación.....	52
5.3 Fundamentación.....	53
5.4 Objetivos.....	53
5.5 Ubicación.....	61
5.6 Estudio De Factibilidad.....	61
5.7 Descripción De La Propuesta.....	62
5.7.1 Actividades.....	62
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	62
5.7.3 Impacto.....	62
5.7.4 Cronograma.....	63
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	65
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	66
Bibliografía.....	67
Anexo.....	70

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Operacionalización de la variable.....30

Encuesta:

Cuadro y gráfico N°1 ¿En qué nivel de satisfacción encuentra usted, el servicio de transporte urbano, de la ciudad?.....37

Cuadro y gráfico N° 2 ¿La atención que recibe por parte del conductor al utilizar el servicio de transporte, es la apropiada?.....38

Cuadro y gráfico N° 3 ¿Se debería mejorar la calidad del servicio de transporte urbano en nuestra ciudad?.....39

Cuadro y gráfico N° 4 ¿El transporte urbano en nuestra ciudad cumple con los parámetros de higiene y limpieza recomendados, dentro de sus unidades?.....40

Cuadro y gráfico N° 5 ¿El exceso de volumen de las transmisiones radiales dentro de las unidades de transportes, afectan la tranquilidad del usuario?.....41

Cuadro y gráfico N° 6 ¿La altura en la subida y bajada de las unidades, es la apropiada para la comodidad del usuario?.....42

Cuadro y gráfico N° 7 ¿El uso del diesel como elemento de limpieza dentro del bus., afecta en forma directa al usuario en su salud y comodidad?.....43

Cuadro y gráfico N° 8 ¿ Dentro de los parámetros establecidos por la ley de Tránsito, del consumidor, de salud, rige que debe darse prioridad a los niños, adultos mayores y personas con capacidades especiales, cumple este servicio de transporte urbano, con lo estipulado.....**44**

Cuadro y gráfico N° 9 ¿Se debe capacitar de forma permanente a los conductores, en materias de relaciones públicas y humanas, atención al usuario, por parte de los entes correspondientes, para mejorar el servicio de transportación urbana en la ciudad?.....**45**

Cuadro y gráfico N° 10 ¿Según su criterio se debe difundir campañas de concienciación y orientación, para que los usuarios de transporte urbano, conozcan sus derechos y obligaciones?.....**46**

Cuadro y gráfico N° 11 ¿Se debe implementar un proyecto, para encaminar el cambio y mejorar el servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano” Ciudad de Milagro” **47**

RESUMEN

Entre los diferentes aspectos que afectan la sociedad milagreña, nos enfocamos en el servicio que ofrece la transportación urbana ofrece la cooperativa “Ciudad de Milagro”, dentro de la investigación realizada en este proyecto se pudo determinar que existen un sinnúmero de falencias que afectan la directamente a los usuarios.

Hablar de ofrecer un servicio de trasportación urbana implica varias características que se deben de cumplir dentro de las unidades de transporte, que en relación de nuestra ciudad se incumplen en los parámetros de brindar capacitación a los conductores en materia de relaciones públicas y humanas, atención al usuario, eliminación del diesel como elemento de limpieza, para ofrecer un servicio de calidad con calidez a la comunidad milagreña.

No solo debemos enfocarnos en el servicio que ofrece la transportación urbana, sino también a los usuarios que por ignorancia del tema, no tienen conocimiento de sus deberes, derechos y obligaciones al hacer uso del mismo en nuestro cantón, por cuyo motivo no pueden hacer uso de ellos en defensa de sus derechos.

Tomando en consideración de la importancia del tema en la que se refleja dentro de nuestra investigación, que un 75% de la comunidad milagreña que lo utiliza no está conforme con el servicio prestado por la cooperativa antes mencionada, por lo que se ha tomado la decisión de hacer la implementación y difusión de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la transportación urbana de la cooperativa de buses “Ciudad de Milagro”, en los que están inmersos los usuario y choferes.

En este proyecto están involucrados varios entes:

- La Universidad Estatal de Milagro, como ente de educación superior,
- Comisión de Transito del Guayas, ente regulador de transito
- Cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro”, ente de servicio

Trabajando conjuntamente podemos obtener excelentes resultados logrando culturizar a los usuarios y choferes con el planteamiento del proyecto a largo plazo.

Palabras claves: Sociedad Concienciación Orientación Difusión Capacitación Culturizar

ABSTRACT

Among the different aspects that affect the society milagreña, we focus ourselves in the service that he/she offers the urban transportation he/she offers the cooperative "City of Miracle", inside the investigation carried out in this project you could determine that a fallacies innumerable that affect the directly the users exist.

To speak of offering a service of urban transportation implies several characteristics that should complete you inside the units of transport that in relationship of our city you in compliance in the parameters of offering qualification to the drivers as regards public and human relationships, attention to the user, elimination of the diesel as element of cleaning, to offer a service of quality with warmth to the community milagreña.

Not alone we should focus ourselves in the service that offers the urban transportation, but also to the users that for ignorance of the topic, you don't have knowledge of their duties, rights and obligations when making use of the same one in our canton for whose reason cannot make use of them in defense of its rights.

Taking in consideration of the importance of the topic in which is reflected inside our investigation that 75% of the community milagreña that it uses it is not before according with the borrowed service for the cooperative mentioned, for what has taken the decision of making the implementation and diffusion of an understanding campaign and orientation, to improve the service of the urban transportation of the cooperative of buses "City of Milagro", in those that are immerses the user and drivers.

In this project several entities are involved:

- The State University of Miracle, as entity of superior education,
- Commission of I Traffic of Guayas, entity regulator of I traffic
- Cooperative of transport urban "City of Milagro", entity of service

Working jointly can obtain excellent results achieving culturizar to the users and drivers with the position of the long term project.

Key words: Society Understanding Orientation Diffusion Qualification Culturizar

INTRODUCCIÓN

Dentro de los parámetros que nos llevaron a determinar el desarrollo de un proyecto investigativo a largo plazo, que establezca directamente la vinculación con la comunidad milagreña y se encamine en la búsqueda de soluciones para mejorar el servicio de transportación urbana, fijando que este es un problema que afecta a un 75% de los 200 mil habitantes que viven en el cantón Milagro.

El estudio de este problema y el posterior desarrollo de un proyecto, se lo estableció por medio del uso de técnicas cualitativas (Encuestas y entrevista), a un porcentajes de usuarios, para obtener su opinión, acerca del servicio que brinda la cooperativa de buses urbano “Ciudad de Milagro”, dentro del informe pudimos establecer un sinnúmeros falencias que enfrenta la cooperativas dentro de sus unidades, en las cuales están inmersos los usuario y choferes, entre las cuales podemos citar las siguientes:

- Mal trato de palabras al usuario.
- Desconocimientos de derechos y obligaciones por parte del usuario, choferes.
- Desacatamiento de las leyes de tránsito por parte de usuario, choferes y oficiales.
- Circulación de buses urbanos con exceso de pasajeros en su interior.
- El uso de diesel, como agente de limpieza del piso del buses, generando enfermedades.
- Falta de capacitación a los choferes.
- la contratación de conductores de las unidades, sin el requerimiento de características.

Dado a la importancia que tiene el tema para el desarrollo de una ciudad que cada día tiene un alto índice de crecimiento en el aspecto social y humano, se estableció la implementación de un proyecto que reúna las cualidades y las características, que tendrán que tener el debido seguimiento por parte de los entes encargado en el desarrollo del mismo en todas sus etapas, teniendo como resultado el mejoramiento del servicio de transporte y beneficiar a la comunidad en general.

La difusión de una campaña de orientación y concienciación, se lo realizara en dos grupos:

Usuarios: brindar información de sus deberes, derechos y obligaciones, como parte del sistema de transporte urbano, lo cual se lo llevara a cabo haciendo uso de herramientas audio visual, con mensajes claros y concretos:

- Afiches: serán expuestos dentro de las unidades de transportación, en sitios de concentración de pasajeros, en lugares de fácil visualización.
- Publicidad en medios impresos del cantón, con el mensaje de la campaña.
- Publicidad en medios radiodifusión; por medios de material en audio, que contengan mensaje explicito de la campaña.

Dentro del cronograma de concienciar y orientar a los usuarios en conocimientos de sus deberes y obligaciones, se les induce a que si sufren algún mal trato por parte de los choferes o ven alguna anomalía en el servicio, no duden en hacer las respectivas denuncias a los entes encargados en hacer respetar las leyes, para que tomen los correctivos necesarios en el asunto.

Choferes: Por medio de charlas de capacitación de manera continua en materias de atención al usuario, relaciones públicas y humanas, valores éticos y morales que proporcionen un conocimiento con el fin de que a futuro brinden un excelente trato a sus usuarios.

- Dentro de los estatutos de la cooperativa se reglamente la contratación de los choferes por medio del cumplimiento de características o requisitos.

La propuesta que enmarca el proyecto tanto en la metodología teórica y legal y sus respectivos compendios que registrados en todo su desarrollo, determinar que su implantación se la debe hacer con el fin de que en un periodo de largo plazo, se establezca un servicio de transportación urbana dentro del cantón de calidad con calidades, satisfaciendo las necesidades de los usuarios y choferes.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Promover e implantar campañas de orientación y concienciación, para mejorar el servicio de transporte urbano dentro de sus unidades, hacia los usuarios y choferes de la Cooperativa de buses urbanos “Ciudad de Milagro”.

1.1.1 Problematización

El planteamiento de este tema como proyecto comunicacional, a favor de la comunidad milagreña, se basa a la falta de control de parte de las autoridades y organismos encargados en la defensa de los derechos humanos a la debida forma de atender a los usuarios, por parte de los choferes y oficiales de la Cooperativa de buses urbanos “Ciudad de Milagro.

Cuando entró en vigencia la nueva Ley de Tránsito la mayoría de conductores de buses se mostraron prudentes para no infringir la ley, pero conforme avanzan los días ese cuidado fue desapareciendo especialmente en nuestro cantón.

Este problema se ve reflejado:

- Mal trato de obra y palabras al usuario.
- Desconocimientos de derechos y obligaciones por parte del usuario, choferes y oficiales

- Desacatamiento de las leyes de tránsito por parte de usuario, choferes y oficiales.
- Circulación de buses urbanos con exceso de pasajeros en su interior.
- Falta de control de parte de autoridades y organismos encargados del tema.

Se ha demostrado la violación de derechos, obligaciones, leyes y reglamentos por parte de los conductores, la más frecuente infracción está relacionada con el trato al pasajero, en la mayoría buses se observa el exceso de pasajeros y la exigencia de los ayudantes, para que sigan atrás pese a que las unidades están repletas de pasajeros.

Todos estos problemas se derivan de las dos partes;

Los pasajeros no conocen sus derechos y obligaciones, mientras que los dueños de los buses y los administradores de las cooperativas hacen caso omiso de las innumerables quejas que se sucinta a diario, por parte de los usuarios, teniendo conocimiento que esto procedimientos tienen sus respectivas sanciones, de acuerdo con la Ley de Transito y Trasporte Terrestre.

A continuación se exponen las causas y efectos del problema planteado:

Las personas que ejercen la actividad de chofer de las unidades de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, no están capacitado en lo referente a la atención y servicio al cliente.

Las personas encargadas de la administración de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, no se han preparado para brindar capacitación a todas las personas que trabajan en las unidades de transportación, aspecto que ha generado malestar en la ciudadanía que sufre el maltrato y la mala actitud de los choferes.

No existen perfiles con características para la buena selección y contratación de los choferes, por ende los señores conductores ofrecen un servicio pésimo y de calidad deficiente.

Pronóstico; al no mejorar el servicio ofrecido por la cooperativa de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, los usuarios de estas unidades de transporte, seguirán recibiendo un pésimo servicio ocasionándose inconformidad en ellos al sentirse agredidos y lesionados por el constante maltrato o situaciones desagradables.

Control del pronóstico; de aplicarse una campaña de concienciación y orientación hacia los señores usuarios de estas unidades de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro” se generara un cambio de actitud de ambas partes, trayendo satisfacción a los usuarios, que conocerán sus derechos y obligaciones.

1.1.2 Delimitación Del Problema

El proyecto se lo realizará en el cantón Milagro, estableciendo el estudio investigativo al servicio de transporte Urbano, por el servicio que presta a la ciudadanía en general (niños, adultos y adultos mayores) quienes son directamente los protagonistas en este tema.

El estudio abarca a todas las personas que utilizan las con 64 unidades, que corresponden a las 10 líneas, que recorren diariamente, las diferentes rutas, para posteriormente desarrollar e implantar el proyecto de campañas de concienciación y orientación a los choferes y usuarios, en un tiempo determinado (corto, mediano o largo plazo) según lo establecido a la respuesta que arroje dicha investigación y implantación del mismo.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo incide el trato de los choferes y las características de las unidades de los buses de transporte urbano “Ciudad De Milagro”, en la calidad del servicio recibido por los usuarios?

1.1.4 Sistematización del problema

1. ¿Por qué las personas o choferes a cargo de las unidades de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, no están capacitados para dar un servicio de calidad con calidez?

2. ¿De qué manera la ausencia de capacitación a los choferes, brindada por parte de los administradores de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, incide en la calidad del servicio?

3. ¿Cómo ha afectado la calidad del servicio del transporte urbano, el hecho de la de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, no establezca perfiles y requisitos para quienes ejecuten actividades de choferes?

1.1.5. Determinación del tema

Difusión de una campaña de concienciación y orientación para mejorar el servicio de transportación urbana de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo general de la investigación

Establecer cómo incide el trato de los choferes y la característica de las unidades de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, en la calidad del servicio recibido por los usuarios.

1.2.2 Objetivos específicos de la investigación

-Investigar por qué las personas o choferes a cargos de las unidades de la Cooperativa De Buses Urbanos “Ciudad De Milagro” en la calidad del servicio recibido por los usuarios.

-Analizar la manera en que la ausencia de capacitación a los choferes, brindada por parte de los administradores de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, incide en la calidad del servicio.

-Detallar la forma en que ha afectado a la calidad del transporte urbano, el hecho de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, no establezca perfiles y requisitos para quienes ejecuten actividades de choferes.

1.3. Justificación

El evidente desinterés por parte de las autoridades y entes encargados en educar, concienciar, orientar a la ciudadanía milagreña, acerca de sus deberes, derechos y obligaciones , este es un tema fundamental que afecta a todas las persona que hacemos uso del transporte urbano.

La inexistencia de un proceso de evaluación del servicio en general que presta a la ciudadanía milagreña, la cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro”, ha motivado a realizar este proyecto que recoge las innumerables falencias que este presenta y que a pesar de haber mejorado en ciertos aspectos aun no tiene una aceptación total de la ciudadanía.

Dado que en el cantón de Milagro, solo existe una sola cooperativa de transporte urbano, considerando como un monopolio, si existiera competencia, se entablaría un proceso para mejorar el servicio, manteniendo en un alto grado de conformidad del usuario, cumpliendo con lo estipulado en la ley de transporte y ordenamiento terrestre.

Concreta mente este proyecto se establece como un proceso de vinculación a la comunidad, desarrollando la investigación correspondiente, por la cual podamos llegar al verdadero problema que presenta el servicio de transporte, que se ven reflejado en los siguientes puntos;

- Mal trato de obra y palabras al usuario.
- Desconocimientos de derechos y obligaciones por parte del usuario, choferes y oficiales.
- Desacatamiento de las leyes de tránsito por parte de usuario, choferes y oficiales.
- Circulación de buses urbanos con exceso de pasajeros en su interior.
- El uso de diesel, como agente de limpieza del piso del buses, generando enfermedades

respiratorias y en algunas ocasiones se han resbalado los usuarios.

-La utilización de audio, en alto parlante, irrespetando a tranquilidad del usuario.

Corresponde por medio de la evaluación e investigación a la búsqueda de soluciones para mejorar el servicio que se ofrece en el interior del bus, enfocado desde que usuario sube a la unidad de transporte, el recorrido que cumple, hasta llegar a su punto de destino y baja del bus.

En el desarrollo de este proyecto se establece, la implantación de campañas y brigada de orientación y concientización, para mejorar la atención, por parte de los choferes y oficiales, hacia los usuarios de la Cooperativa de buses urbanos “Cuidada de Milagro”, las cuales al termino correspondiente, se establecerá el formato en el cual serán desarrollada.

Las campañas cumplen con la función de educar de manera continua a la ciudadanía, que hace uso del servicio que presta la cooperativa de buses urbanos, en el tema de sus derechos y obligaciones que están estipulado en las a leyes.

Una vez realizado el proceso de educación y orientación, se comprometerá a los involucrados en realizar las demandas correspondientes para que las autoridades, por medio de lo estipulado en las leyes se consideré la debida sanción, a si lo reglamentado lo especifique, en defensa de los derechos, deberes y obligaciones de los usuarios y choferes u oficiales de este medio de transporte.

Estas se realizaran por medio de la vinculación de los tres entes comprometidos con el desarrollo de una comunidad, como en sus estatutos estipulan;

-Entes de Educación; Universidad Estatal de Milagro, en especial la carrera de Comunicación Social, dentro de su parámetro establece la preparación de estudiantes y profesionales que deben

de cumplir, con aportar y mejorar las condiciones de vida de una ciudad, con un enfoque investigativo, educativo y orientador en búsqueda de encaminar la problemática hacia una solución, que puede ser acorto, mediano, largo plazo.

-Ente regulador; Comisión de Transito del guayas, este organismo es el facultado de regular los servicio de transportación de la Provincia de Guayas, que corresponde al distrito que pertenece el cantón Milagro, el cual es el encargado de verificar si la ley se cumple en toda su disposición legal, con respecto a los deberes, derechos y obligaciones de los usuarios y implantar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en las leyes de tránsito y ordenamiento terrestre, en mejora de este servicio en la comunidad.

Ente de transportación; la Cooperativa de transporte Urbano “Ciudad de Milagro “tiene la función de prestar un servicio integral al pasajero, hacia sus distintos sitios de destino, cumpliendo bajo la debida disposición de un servicio de calidad, más aun que un 75% de los habitantes del cantón hacen uso del mismo, proporcionando un buen trato de palabra, como en lo físico material, porque en base al tiempo que tiene en funcionamiento se ha ido mejorando, para beneficios de la comunidad milagreña.

Aun existen alguna falencias en el servicio brindado a la ciudadanía en general, por lo que debe establecerse un control por parte de las autoridades de la cooperativa con respecto al tema y dar las debidas sanciones a los propietarios, conductores u oficiales de la cooperativa de buses tal y como estipula las Leyes de Tránsito y Ordenamiento Terrestre.

Estos tres entes tienen como base principal y fundamental, como es el de fomentar la relación con la comunidad a la que se debe su servicio, trabajando en conformidad para resolver la problemática social que enfrentan los usuarios de este servicio de transporte urbano, con el fin de brindar un servicio de calidad y con las debidas disposiciones legales que le corresponden a los pasajeros, los resultados sirvan de modelo de desarrollo para otras ciudades del país y del mundo.

Luego debe haberse desarrollado este proyecto, debe hacerse el debido seguimiento con un ciclo de tres meses y al cumplir con los doce meses, se lo realizaría cada año, para comprobar si se mejoro, esta igual, empeoro, calificándolo de uno a cinco en las técnicas de investigación cualitativas que se realicen a la ciudadanía en cuanto al servicio que brinda la cooperativa de buses urbanos.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Reseña Histórica De La Cooperativa

La Cooperativa de Transportes Urbanos de Pasajeros en Buses “Ciudad de Milagro” con domicilio en la Cabecera Cantonal de Milagro, Provincia del Guayas, obtuvo su Personería Jurídica mediante acuerdo Ministerial N.- 245 del 21 de Marzo de 1985 inscrita con el N.- de orden 3991 en Registro General de Cooperativas, del 26 de Marzo de 1985, con Estatutos reformados mediante acuerdo Ministerial N.- 7019 del 25 de Agosto del 2004.

El transporte urbano en la ciudad de Milagro está a cargo de una sola cooperativa de transporte, que es la Cooperativa “Ciudad de Milagro” que dispone de 62 unidades, repartidas en 10 líneas de buses que recorren la Ciudad, cubriendo aproximadamente el 70% de esta. Sin embargo, dada la característica vial y la importante actividad económica de la Ciudad, todas estas líneas de buses convergen al centro, empatándose en la Av. García Moreno. El recorrido de los buses por esta importante avenida es tanto de ida como de vuelta, y la mayor parte de carga y descarga de pasajeros, se dan precisamente en este sector.

Actividad Que Realiza

La actividad fundamental de esta Cooperativa es la de prestar el Servicio Público de Transporte de Pasajeros en Microbuses en la Ciudad de Milagro en la Modalidad de Intercantonal, y los lugares que los Organismos competentes lo autoricen.

Misión

Brindar un servicio de transportes público sustentable en un marco de organización en un marco de organización administrativa, financiera, social tener una eficiente capacitación de los que conforman la Cooperativa, obtener rentabilidad y servicios de transportación con miras a la mejora del trato del usuario. Mantenimiento y operación de los vehículos asociados.

Visión

Proveer el servicio de transporte público sustentable financiero, social, beneficiando tanto a los usuarios como a socios de la Cooperativa de una manera directa. Al mejorar la calidad y eficiencia del transporte los operadores de autobuses disminuyen sus costos operativos y consecuentemente brindar un servicio óptimo de manera sostenida

2.1.2 Antecedentes referentes

No existen referentes acerca del estudio sobre la calidad del servicio de transporte urbano en Milagro, por los entes en cargados de la supervisión y administración de este servicio.

2.1.3 Fundamentación científica

Sociología de la comunicación.

La sociología de la comunicación es un área de la sociología que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica, con particular atención a los medios de comunicación de masas (radio, cine, televisión, internet...)

Estudiar los medios de comunicación significa examinar como el mismo mensaje mediático tiene, según el contexto cultural, económico y social consecuencias distintas sobre los grupos sociales y los individuos. Algunos de los principales sociólogos que han trabajado en esta área son: John Baptista Thompson, Anthony Gitlin, Erving Goffman, Alfred Schütz, Jürgen Habermas. Aunque también se han recibido aportaciones de autores de matriz no sociológica como Sonia Livingstone.

-La sociología de la educación

Es una disciplina que utiliza los conceptos, modelos y teorías de la sociología para entender la educación en su dimensión social. Ha sido cultivada por los sociólogos que han tenido un interés creciente por la educación y por los pedagogos que han pasado de recurrir casi exclusivamente a la psicología, a un equilibrio entre ésta y la sociología.

Émile Durkheim, uno de los padres de la sociología, es considerado el iniciador de la disciplina con sus obras Educación y sociología, “La educación: su naturaleza, su función y La evolución pedagógica en Francia,” publicadas después de su muerte en 1917.

La sociología de la educación debe distinguirse de la pedagogía social (que es una disciplina pedagógica cuyo objetivo es la educación social del hombre) y de la sociología educativa (cuya intención ha sido fundamentalmente moral: perfeccionar la conducta del hombre como ser social y a su vez la mejora de la sociedad).

La sociología de la educación se caracteriza por:

* **ser una sociología especial.** Es decir, es una de las ciencias sociológicas (como también la sociología de la familia, la sociología del trabajo, la sociología de la religión) que se ocupan de alguno de los aspectos concretos de lo social. En este sentido es una rama de la sociología general, coordinada con las otras sociologías especiales mencionadas.

* **ser una ciencia de la educación**, en tanto que tiene como objeto de estudio la educación. Esto no significa que sea una ciencia pedagógica, ni que pertenezca a la pedagogía, sino que es una ciencia sociológica que pertenece a la sociología.

* **ser una disciplina explicativa y descriptiva**, esencialmente, frente a otras que pretenden o tienen por objetivo principal intervenir en el proceso educativo. Esta afirmación que opone la sociología de la educación a las didácticas y psicología de la educación, no quita que la sociología de la educación posea un carácter provocador y crítico que provoque y oriente con sus resultados cambios y transformaciones.

Siguiendo a Durkheim, F. Ortega plantea que la sociología de la educación tiene dos objetivos mutuamente complementarios: la constitución histórica de los sistemas educativos, de cuya comprensión se desprenden las causas que los originaron y los fines que cumplen; y la forma en que funcionan en las sociedades contemporáneas.

Psicología social

Es una de las 4 ramas fundamentales de la Psicología cuyos orígenes se remontan a inicios del siglo XX. Sus inicios se pueden datar específicamente en 1879 con la aparición de la *Völkerpsychologie* o Psicología de los pueblos, desarrollada por Wilhelm Wundt.

La psicología social es el estudio científico de cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas, son influidos por la presencia real, imaginada o implicada de otras personas.

Según esta definición, científica refiere al método empírico de investigación. Los términos pensamientos, sentimientos y comportamientos incluyen todas las variables psicológicas que se pueden medir en un ser humano. La afirmación de que otras personas pueden ser imaginadas o implicadas sugiere que somos propensos a la influencia social incluso cuando no hay otra gente presente, como cuando vemos la televisión, o siguiendo normas culturales internalizadas.

La Psicología Social puede ser definida también como la ciencia que estudia los fenómenos sociales e intenta descubrir las leyes por las que se rige la convivencia. Investiga las

organizaciones sociales y trata de establecer los patrones de comportamientos de los individuos en los grupos, los roles que desempeñan y todas las situaciones que influyen en su conducta. Todo grupo social adopta una forma de organización dictaminada por la misma sociedad con el fin de resolver más eficazmente los problemas de la subsistencia y para ordenar la convivencia.

Típicamente, los psicólogos sociales explican el comportamiento humano como resultado de la interacción de estados mentales y situaciones sociales inmediatas. En general, los psicólogos sociales tienen una preferencia por los hallazgos empíricos basados en laboratorios. Sus teorías tienen tendencia a ser específicas y enfocadas, en vez de globales y generales.

La psicología social es un dominio interdisciplinario que salva el espacio entre la psicología y la sociología. Durante los años inmediatamente posteriores a la Segunda Guerra Mundial, había una colaboración frecuente entre psicólogos y sociólogos.

Sin embargo, las dos disciplinas han virado hacia una actitud cada vez más especializada, aislándose la una de la otra durante los años recientes; los sociólogos se han centrado en macro variables (por ejemplo, la estructura social), yendo hacia una extensión mucho más grande. No obstante, los enfoques sociológicos a la psicología social se convierten en una contraparte importante a la investigación psicológica en el área.

Además de la ruptura entre la psicología y la sociología, ha habido una diferencia bastante menos pronunciada en el énfasis entre los psicólogos sociales estadounidenses y los psicólogos sociales europeos. Haciendo una amplia generalización, se puede decir que, tradicionalmente, los investigadores estadounidenses se han centrado más en el individuo, mientras que los europeos han prestado más atención a los fenómenos a nivel de grupo.

-Proceso de concienciación: Es un proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra: está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.

* El proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual. Así, a través de la educación, las nuevas generaciones asimilan y aprenden los conocimientos, normas de conducta,

modos de ser y formas de ver el mundo de generaciones anteriores, creando además otros nuevos.

* Proceso de socialización formal de los individuos de una sociedad.

*La educación se comparte entre las personas por medio de nuestras ideas, cultura, conocimientos, etc. respetando siempre a los demás. Ésta no siempre se da en el aula.

Existen tres tipos de educación: la formal, la no formal y la informal. La educación formal hace referencia a los ámbitos de las escuelas, institutos, universidades, módulos... Mientras que la no formal se refiere a los cursos, academias, etc. y la educación informal es aquella que abarca la formal y no formal, pues es la educación que se adquiere a lo largo de la vida.

-Proceso de Evaluación: La evaluación es un proceso que procura determinar, de la manera más sistemática y objetiva posible, la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de las actividades formativas a la luz de los objetivos específicos. Constituye una herramienta administrativa de aprendizaje y un proceso organizativo orientado a la acción para mejorar tanto las actividades en marcha, como la planificación, programación y toma de decisiones futuras.

Lo que no debe hacer la evaluación es categorizar. La categorización del conocimiento impide reconocer de manera efectiva el avance en el proceso de enseñanza-aprendizaje, al enmarcar por episodios la capacidad intelectual del aprendiz. Tampoco debe generalizar. Así como todo conocimiento es diferente, todo proceso que conlleva a él es diferente de persona a persona, es decir, todos aprendemos de manera diferente, no debemos generalizar, aunque sí establecer criterios.

La evaluación nos ayuda a medir los conocimientos adquiridos, y nos proporciona información de los avances de los mismos con la finalidad de conocer si se están cumpliendo o no los objetivos propuestos.

Con una lista de comprobación puede resumirse el desempeño estableciendo criterios de calificación o calculando el porcentaje de los criterios cumplidos.

Orientación educativa psicopedagógica

Bisquerra, define la orientación psicopedagógica como "un proceso de ayuda continua, a todas las personas, en todos sus aspectos, con una finalidad de prevención y desarrollo, mediante programas de intervención educativa y social basados en principios científicos y filosófico".

Bajo el concepto de orientación psicopedagógica se reúnen las distintas manifestaciones de la orientación. Podemos destacar:

La orientación académica es un proceso de ayuda al estudiante para que sea capaz de resolver los problemas que la vida académica le plantea por lo tanto, el proceso de ayuda se refiere siempre a situaciones de ayuda en actividades escolares, y para que a lo largo de su recorrido por la escuela realice elecciones de acuerdo con sus intereses, capacidades, y con su situación personal. El tipo de ayuda que la orientación escolar ofrece presenta características distintas según la edad y nivel del escolar.

La orientación profesional es un proceso de ayuda al sujeto para que sea capaz de elegir y prepararse adecuadamente a una profesión o trabajo determinado, implica decisión, formación y la ubicación profesional. Trata de integrar las exigencias personales con las necesidades sociales.

La orientación personal apunta hacia la vida interior del hombre, hacia su armonía interior, equilibrio personal, conocimiento de sí mismo, sin perder las perspectivas de su entorno.

-Proceso complejo

La complejidad del proceso de orientación y su dimensión educativa se justifican, por un lado, en que la elección profesional comporta a describirse a un tipo de vida concreto; y por otra parte, por la complejidad del mundo laboral, que continuamente lleva a nuevas profesiones, movilidad profesional, reconversión profesional; y esto hace que aumente la dificultad en los sucesivos momentos de elección, tanto en la formación o preparación como en la especialización.

La orientación educativa es la disciplina que estudia y promueve las capacidades pedagógicas, psicológicas y socioeconómicas del ser humano, con el propósito de vincular su desarrollo personal con el desarrollo social del país.

Conceptualización mejora de servicio público

León Diguít sustentaba “el criterio de que cuando el Estado proporciona enseñanza, transporte, sanidad, no ejerce un poder de mando; aún cuando esas actividades son regidas por un sistema de Derecho Público, el fundamento del Estado no es la soberanía sino la noción de servicio público”.

El Estado moderno no es más que una comunidad o corporación de servicios públicos cuyos agentes son los gobernantes. Por lo tanto, es de entender que las funciones del Estado son todas aquellas actividades que los gobernantes ejercen para crear, organizar y asegurar el funcionamiento ininterrumpido de los servicios públicos. En consecuencia, cabe concluir que para esta doctrina administración y servicios públicos son la misma cosa.

En el preámbulo de la Constitución, entre los valores que debe consolidar el Estado se consagra el bien común el cual se logra en parte, mediante una adecuada creación y prestación ininterrumpida de los servicios públicos. A partir de allí, se desprende que los "servicios públicos" son las actividades asumidas por órganos o entidades públicas o privadas, creados por la Constitución o por Ley, para dar satisfacción en forma regular y continua a cierta categoría de necesidades de interés general, bien sea en forma directa, mediante concesionario o, a través de cualquier otro medio legal, con sujeción a un régimen de derecho Público o Privado, según corresponda.

Es por ello, que cuando nos referimos a que toda tarea llevada a cabo por una entidad pública, bien se trate de un órgano del Estado (Nacional, Estatal o Municipal) como persona jurídica de derecho Público de carácter territorial, o, de un ente descentralizado (Instituto Autónomo, Empresa del Estado), decimos que «son actividades asumidas por órganos o entidades públicas o Privadas».

No obstante, la prestación de un servicio público no puede ser irregular ni discontinua, ni debe atender a un fin particular.

Si bien existen características, que se desprenden de los servicios públicos, encontramos que el mismo debe ser prestado para cubrir necesidades de interés general, y no particular. Por lo tanto, la prestación de un servicio público no debe perseguir fines de lucro.

Generalmente, los servicios públicos son ejercidos por un organismo, pero también pueden hacerlo los particulares, bajo la autorización, control, vigilancia y fiscalización del Estado, con sujeción al ordenamiento jurídico permanente. En sentido general, están sometidos al régimen legal de derecho público, pero, también pueden estar sometidos a un régimen de derecho privado, siempre y cuando así lo disponga expresamente la Ley.

2.2 MARCO LEGAL

LEY ORGANICA DE TRANSPORTE Y ORDENAMIENTO TERRESTRE; Y SEGURIDAD VIAL.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

Art. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

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

Art. 4.- Es obligación del Estado garantizar el derecho de las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial. Para el efecto se establecen, entre otras medidas, la enseñanza obligatoria en todos los establecimientos de educación públicos y privados del país en todos sus niveles, de temas relacionados con la prevención y seguridad vial, así como los principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte terrestre, de conformidad con los programas de estudios elaborados conjuntamente por la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y el Ministerio de Educación.

Art. 5.- El Estado promoverá la capacitación integral, formación y tecnificación del conductor profesional y no profesional e impulsará un programa nacional de aseguramiento para los conductores profesionales.

DEL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR

TITULO I DE LA NATURALEZA Y OBJETO

CORRESPONDIENTE AL SERVICIO

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

CORRESPONDIENTE A TARIFAS ESPECIALES

Art. 48.- En el transporte terrestre, gozarán de atención preferente las personas con capacidades especiales, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niños y adolescentes, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ley. Se establecerá un sistema de tarifas especiales en la transportación pública en beneficio de los estudiantes de los niveles pre-primario, primarios y secundarios, a través de un carné estudiantil obligatorio, personas con capacidades especiales y adultos mayores de 65 años de edad, el mismo que se regirá a través del Reglamento respectivo.

CORRESPONDIENTE A LA SALUD DEL USUARIO

Art. 49.- El transporte terrestre de mercancías peligrosas tales como productos o sustancias químicas, desechos u objetos que por sus características peligrosas: corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, biológicas, infecciosas y radiactivas, que pueden generar riesgos que afectan a la salud de las personas expuestas, o causen daños a la propiedad y al ambiente, se regirá a lo establecido en las leyes pertinentes y a lo dispuesto en el Reglamento de esta ley y en los reglamentos específicos y los instrumentos internacionales vigentes.

Art. 53.- Prohíbese toda forma de monopolio y oligopolio en el servicio de transporte terrestre. La Comisión Nacional regulará las formas de prestación del servicio conforme la clasificación prevista en esta Ley.

La prestación del servicio del transporte terrestre estará sujeta a la celebración de un contrato de operación.

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

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

c) La protección ambiental; y,

d) La prevalencia del interés general por sobre el particular

TITULO II

DE LA EDUCACION VIAL Y CAPACITACION

Art. 185.- La educación para el tránsito y seguridad vial establece los siguientes objetivos:

g) Capacitar a los docentes de educación básica y bachillerato, de escuelas de capacitación de conductores profesionales y no profesionales, en materia de seguridad vial y normas generales de tránsito, en coordinación con el Ministerio de Educación;

h) Difundir, por los medios de comunicación, los principios y normas generales de señalización universal y comportamiento en el tránsito;

i) Garantizar la capacitación permanente para el mejoramiento profesional de docentes, instructores, agentes de control y conductores;

TITULO IV DE LOS ACTORES DE LA SEGURIDAD VIAL

CAPITULO I DE LOS USUARIOS DE LAS VIAS

SECCION 1 DE LOS PASAJEROS

Art. 201.- Los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros tienen derecho a:

a) Ser transportados con un adecuado nivel de servicio, pagando la tarifa correspondiente;

b) Exigir de los operadores la observancia de las disposiciones de la Ley y sus reglamentos;

d) Denunciar las deficiencias o irregularidades del servicio de transporte de conformidad con la normativa vigente;

e) Que se respete las tarifas aprobadas, en especial la de los niños, estudiantes, adultos mayores de 65 años de edad y personas con discapacidad; y,

Art. 202.- Los usuarios o pasajeros del servicio de transporte público tendrán las siguientes obligaciones:

c) Exigir la utilización de las paradas autorizadas para el embarque o desembarque de pasajeros, y solicitarla con la anticipación debida;

e) En el transporte público urbano ceder el asiento a las personas con capacidades especiales, movilidad reducida y grupos vulnerables;

f) No fumar en las unidades de transporte público;

g) No arrojar desechos que contamine el ambiente, desde el interior del vehículo; y,

h) Las demás señaladas en los reglamentos e instructivos.

Art. 203.- En los casos que se atente contra los derechos de los usuarios, la Policía Nacional está obligada a prestar auxilio inmediato.

SECCION 1

CONTRAVENCIONES LEVES DE PRIMERA CLASE

Art. 139.- Incurren en contravención leve de primera clase y serán sancionados con multa equivalente al cinco por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 1,5 puntos en su licencia de conducir:

-LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR.

Que la Constitución Política de la República en su artículo 96 faculta al Defensor del Pueblo para

defender y excitar la observancia de los derechos fundamentales consagrados en ella, así como para observar la calidad de los servicios públicos;

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

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

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;

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

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;

3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

CAPITULO XII

CONTROL DE CALIDAD

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN,

determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 69.- Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

-LEY ORGANICA DE SALUD

18. Regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad, a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez y otras dependencias del Ministerio de Salud Pública;

34. Cumplir y hacer cumplir esta Ley, los reglamentos y otras disposiciones legales y técnicas relacionadas con la salud, así como los instrumentos internacionales de los cuales el Ecuador es signatario.

Estas acciones las ejecutará el Ministerio de Salud Pública, aplicando principios y procesos de desconcentración y descentralización; y,

35. Las demás previstas en la Constitución Política de la República y otras leyes.

CAPITULO III

CALIDAD DEL AIRE Y DE LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

Art. 111.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con la autoridad ambiental nacional y otros organismos competentes, dictará las normas técnicas para prevenir y controlar todo tipo de emanaciones que afecten a los sistemas respiratorio, auditivo y visual.

Todas las personas naturales y jurídicas deberán cumplir en forma obligatoria dichas normas.

Art. 112.- Los municipios desarrollarán programas y actividades de monitoreo de la calidad del aire, para prevenir su contaminación por emisiones provenientes de fuentes fijas, móviles y de fenómenos naturales. Los resultados del monitoreo serán reportados periódicamente a las autoridades competentes a fin de implementar sistemas de información y prevención dirigidos a la comunidad.

Art. 113.- Toda actividad laboral, productiva, industrial, comercial, recreativa y de diversión; así como las viviendas y otras instalaciones y medios de transporte, deben cumplir con lo dispuesto en las respectivas normas y reglamentos sobre prevención y control, a fin de evitar la contaminación por ruido, que afecte a la salud humana.

-LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR

Art.64.- De conformidad con los lineamientos generales definidos por el CONESUP y las normas que cada institución expida al efecto, los estudiantes, antes de registrar en el respectivo ministerio o colegio profesional su título, deberán acreditar servicios a la comunidad y prácticas o pasantías pre profesionales en los campos de su especialidad.

Estas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones del Estado, relacionadas con la respectiva especialidad, las que otorgarán las debidas facilidades.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Actitud.- Disposición personal, usualmente basada en la experiencia, que influye en el comportamiento de un individuo.

Colectividad.- La colectividad es una noción que alude a un número amplio de formas de agrupamiento humano.

Comunicación.- La comunicación es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno y de otros entornos y son capaces de compartirla haciendo partícipes a otros de esa información.

Conformidad.- Conformidad es el grado hasta el cual los miembros de un grupo social cambiarán su comportamiento, opiniones y actitudes para encajar con las opiniones del grupo.

Socialización.- La socialización es el proceso mediante el cual los individuos pertenecientes a una sociedad o cultura aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en la interacción social.

Desinformación.- Falta de información u ocultación de ella o manipulación intencionada de una información para conseguir un fin.

Contexto.- Es todo aquello que forma parte de un medio ambiente o entorno y resulta significativo en la formación y desarrollo de la sociedad.

Categorización.- Jerarquía de una persona o cosa en una clasificación según su importancia o grado

Orientación.- Es la acción y efecto de orientar, informar a alguien de los que ignoran y desea saber o dirigir.

Interdisciplinario.- Dicho de un estudio o de otra actividad: Que se realiza con la cooperación de varias disciplinas

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLE

2.4.1 HIPÓTESIS GENERALES

Al implementarse una campaña de concienciación y orientación para mejorar el servicio de transporte urbano, los usuarios recibirían un servicio de calidad.

2.4.2 HIPOTESIS PARTICULARES

1. La falta de capacitación de los choferes de las unidades de transporte urbano, incide en el servicio diferente recibidos por los usuarios.
2. La poca preocupación de los administradores de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, genera ausencia de capacitación a los choferes.
3. La ausencia de perfiles y requisitos para seleccionar los choferes, incide en la deficiente calidad del servicio del transporte urbano.

2.4.3 DECLARACIÓN DE LAS VARIABLES

Hipótesis General

Variable Independiente.-Implementación de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la Cooperativa de Buses Urbanos “ciudad de Milagro”.

Variable Dependiente.-Ausencia de capacitación a choferes

Hipótesis Particular

Numero 1

Variable Independiente.-Falta de capacitación a los choferes.

Variable Dependiente.- Servicio deficiente.

Numero 2

Variable Independiente.-Poca preocupación de los administradores de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”.

Variable Dependiente.- ausencia de capacitación a choferes.

Numero 3

Variable Independiente.- ausencia de perfil y requisitos para seleccionar chóferes.

Variable Dependiente.- Deficiente calidad del servicio.

2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS GENERAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN	
<p>Implementación de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la Cooperativa de Buses Urbanos “ciudad de Milagro”.</p>	<p>Difusión; Extensión de una cosa por el espacio en todas direcciones Campaña: es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo Orientación: dirigir alguien su interés, su conducta sus acciones hacia un objetivo determinado. Mejorar: perfeccionar algo, haciéndolo pasar de un estado bueno a otro mejor. Servicio Servicio; es el conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrece de bien o producto. Calidad: es la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día el proceso y resultados .</p>	
VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	ISTRUMENTOS
<p>Ausencia De capacitación a choferes.</p>	<p>.Quejas de usuarios .Conflictos dentro de la unidad</p>	<p>.Encuesta .Observaciones . Entrevistas</p>

HIPOTESIS PARTICULARES

NUMERO 1

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	
Falta de capacitación a los choferes	<p>Capacitación; Disposición y aptitud para conseguir un objeto</p> <p>Chofer; Persona que conduce automóviles de manera profesional.</p> <p>Deficiencia; defecto, imperfección, carencia.</p>	
VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Servicio deficiente	<p>-Quejas de usuarios</p> <p>-Conflictos dentro de la unidad.</p>	<p>-Encuestas.</p> <p>-Observaciones</p> <p>-Entrevista</p>

NUMERO 2

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	
Poca preocupación de los administradores de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”	<p>Preocupación; intranquilidad, inquietud, o temor que produce alguna cosa.</p> <p>Administración; suministro o distribución de algo</p> <p>Ausencia; privación o falta de algo.</p> <p>Chofer; persona que conduce automóviles de manera profesional.</p> <p>Capacitación; disposición y aptitud para conseguir un objetivo.</p>	
VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Ausencia de capacitación a choferes	<p>-Calidad de servicio</p> <p>-Quejas de usuarios</p> <p>-Conflictos dentro de la unidad.</p>	<p>-Encuestas.</p> <p>-Observaciones</p> <p>-Entrevista</p>

NUMERO 3

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	
Ausencia de perfil y requisitos para seleccionar choferes	<p>Ausencia; privación o falta de algo</p> <p>Perfil; Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a una persona.</p> <p>Selección; selección de una persona o de una cosa entre otras varias.</p> <p>Deficiencia; defecto, imperfección, carencia.</p> <p>Calidad: es la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día el proceso y resultados.</p> <p>Servicio; es el conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrece de bien o producto.</p>	
VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Deficiente calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> -Quejas de usuarios -Conflictos dentro de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas. -Observaciones -Entrevista

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación corresponde a un estudio exploratorio de la realidad del servicio ofertado por la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, por lo tanto será de tipo descriptivo y explicativo.

Al describir cada una de las variables que intervienen en el problema estableciendo una investigación sobre el comportamiento de la misma.

Sin embargo se efectuó el diagnóstico sobre la forma en que el usuario se comporta en base al servicio recibido, para ella se establecieron hipótesis que exigen su correspondiente comprobación. En síntesis el proyecto es de tipo factible por que generara soluciones aplicables con el fin de corregir la problemática en nuestra comunidad.

3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

La investigación se centra en el involucramiento directo con los afectados

-Niños. Adultos, Adultos mayores, personas con capacidades especiales, ciudadanía en general. En el cantón Milagro la cifra es de 40.000 usuarios de lunes a viernes, feriados, sábado y domingo la cifra de 30.000 personas que utilizan las 64 unidades que corresponden a las 10

líneas, que recorren el perímetro urbano de nuestra ciudad.

3.2.2 Delimitación de la población

Ciudadanía en general que emplea el servicio del transporte Urbano (niños, adultos, adultos mayores, con capacidades comunes y capacidades especiales)

3.2.3 Tipo de Muestras

La muestra es de tipo no probabilística por que se la trabajo en base a datos estadísticos proporcionada por la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, a demás se aplicará en forma especial, considerando los 7 días de la semana

3.2.4 Tamaño de la Muestra

Para efectuar el tamaño el cálculo de la muestra; se ha tomado como base la información proporcionada por la gerencia de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, la misma que indica que la frecuencia promedio de empleo del servicio de transporte urbano, asciende a 40.000 usuarios semanales.

3.2.5 Proceso de la Selección

N: Población

PQ: Coeficiente de variación 0,25

E: Error estadístico (5%)

K: Coeficiente de variabilidad 2

$$n = \frac{N \times PQ}{(N-1) (E^2 / K^2) + PQ}$$

$$n = \frac{40.000 \times (0.25)}{(40.000-1) (0.05^2 / 2^2) + 0.25}$$

$$n = \frac{10.000}{(24.999375) + 0.25}$$

$$n = \mathbf{396 \text{ Encuestas}}$$

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

La investigación trabajara con los siguientes métodos teóricos:

Método inductivo.- Su empleo se ido a través de la información referente a cada variable de la investigación para posteriormente generalizar su interpretación en la formulación de la hipótesis.

Método deductivo.- Hacer uso de toda la información referente al servicio ofrecido por la transportación urbana, para luego emitir un juicio crítico sobre la calidad del servicio.

Método histórico.- Ha sido de gran relevancia y no ha permitido conocer a profundidad LA Historia de la cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro”.

Método lógico.- Ha permitido relacionar la variable independiente y dependiente.

3.3.2 Métodos empíricos

Entre los métodos empíricos tenemos;

Método matemático.- Su empleo permitió la tabulación de los datos correspondiente a la muestra de la investigación (estadísticas).

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Dentro de las técnicas e instrumentos de cualitativos de la investigación se han utilizado las siguientes, para obtener los óptimos resultados.

Encuestas; efectuados a los usuarios del transporte urbano

Entrevista; efectuados a presidente de la Cooperativa de Transporte.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los datos recolectados en la presente investigación realizada a los usuarios de la Cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro”, en los diferentes lugares en donde hace sus recorridos las 60 unidades de transportación, conjuntamente con la entrevista y la aplicación de test, serán procesadas, tabuladas, graficadas e interpretadas para explicar ampliamente sus resultados.

Dentro de este proceso de evaluación utilizaremos los gráficos de análisis de composición estadísticos, los cuales explicaran y visualizaran de una mejor manera cada uno de los resultados aportados por el desarrollo de este sumario de investigativo.

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados.

4.1.1 Resultado de la encuesta

1.- ¿En qué nivel de satisfacción encuentra usted, el servicio de transporte Urbano, de la Ciudad?

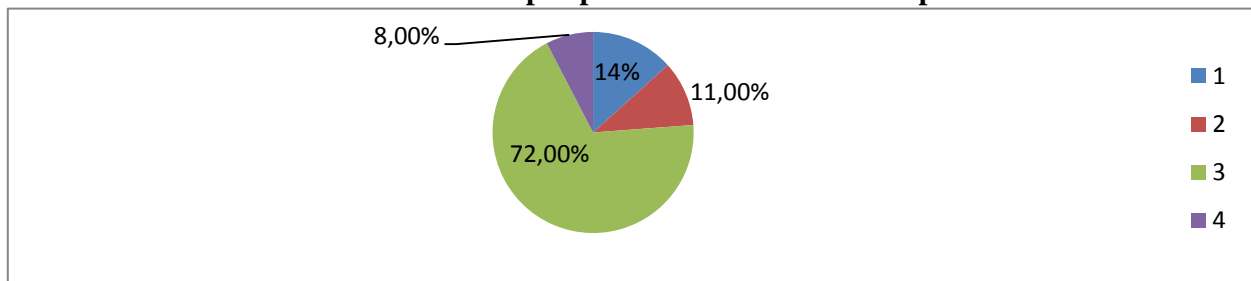
Tabla °1
Satisfacción de necesidades por parte del servicio de transporte urbano.

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Muy satisfactorio	51	13 %
Satisfactorio	40	10%
Poco satisfactorio	273	69%
Nada satisfactorio	32	8%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafico °1
Satisfacción de necesidades por parte del servicio de transporte urbano.



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

Se pueden determinar que la poca satisfacción que existe de parte de los usuarios, hacia el servicio de transportación urbana con un 69% y 10% se siente satisfecha.

2.- ¿La atención que recibe por parte del conductor al utilizar el servicio de transporte, es la apropiada?

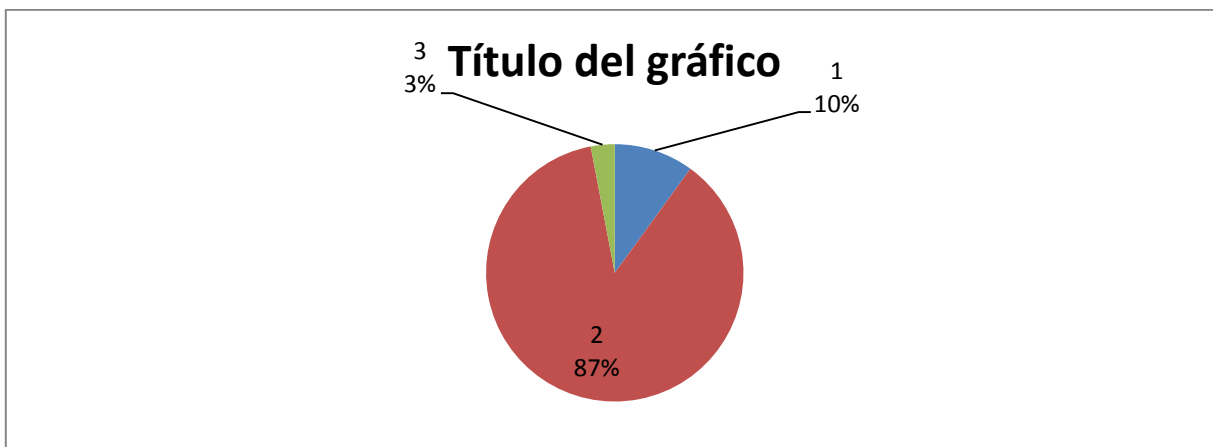
Tabla °2
Opinión sobre la apropiada atención que brindan los conductores de las unidades

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
SI	40	10%
NO	345	87%
No contesto	12	3%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafico °2
Opinión sobre la apropiada atención que brindan los conductores de las unidades



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

Dentro de la muestra que arrojan los resultados, de la encuesta se puede determinar que los usuarios del servicio de transportación urbana, no están conforme con la atención del conductor y lo demuestra con un resultado de un 87% (descontento) y un 10% a favor.

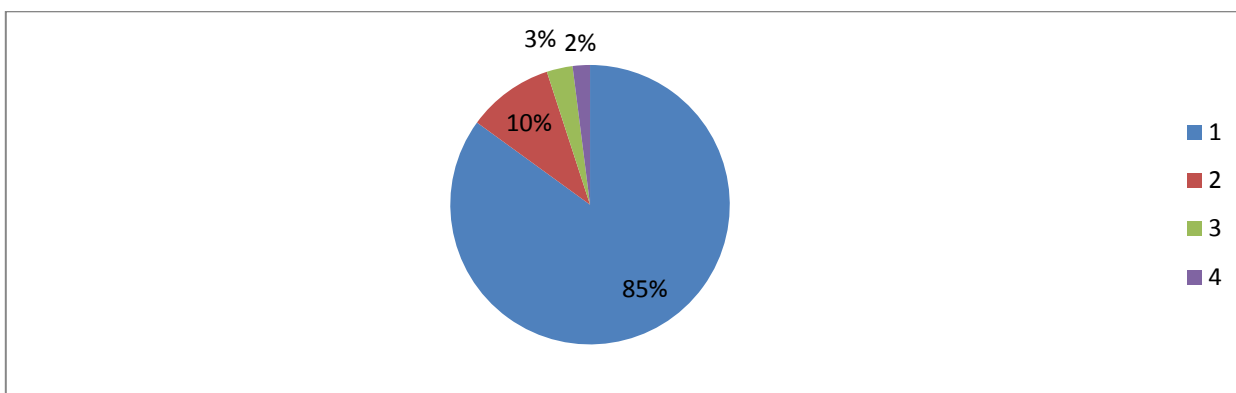
3.- ¿Se debería mejorar la calidad del servicio de transporte urbano en nuestra ciudad?

Tabla °3
Necesidad de mejoras en el servicio de transporte urbano en el cantón Milagro

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Totalmente De acuerdo	337	85%
De acuerdo	40	10%
En desacuerdo	12	3%
No aplica	8	2%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.
Autor: Javier Vallejo

Grafio °3
Necesidad de mejoras en el servicio de transporte urbano en el cantón Milagro



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.
Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determinar que los usuarios del servicio de transportación urbana, están de acuerdo en un 85%, con un margen de un 2% en desacuerdo, por ello es necesario implementar estrategias para mejorar el servicio de transporte urbano.

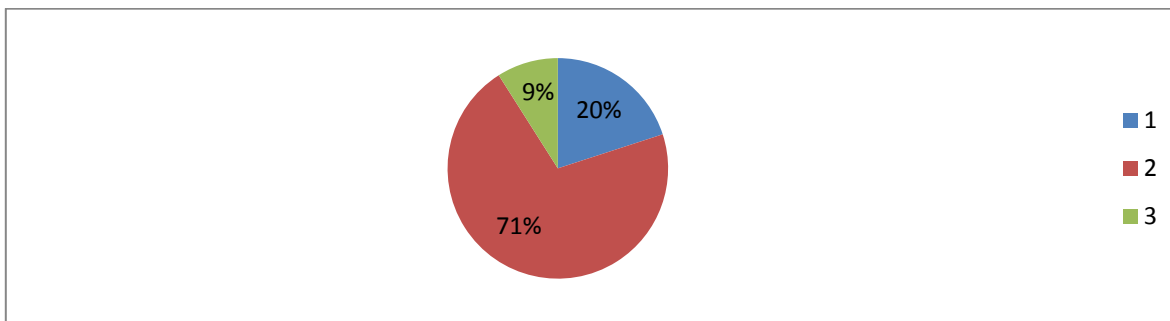
4.- ¿El transporte urbano en nuestra ciudad cumple con los parámetros de higiene y limpieza recomendados, dentro de sus unidades?

Tabla °4
Los parámetros de higiene no son los recomendados para los usuarios del transporte Urbano.

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
SI	79	20%
NO	217	71%
No contesto	36	9%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.
Autor: Javier Vallejo

Grafio °4
Los parámetros de higiene no son los recomendados para los usuarios de transporte urbano



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.
Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determinar que los parámetros de higiene no son los adecuados para brindar el servicio de transporte urbano, el NO con 71% y el SI con un 20%, en los usuarios en el ciudad de Milagro.

5.- ¿El exceso de volumen de las transmisiones radiales dentro de las unidades de transportes, afectan la tranquilidad del usuario?

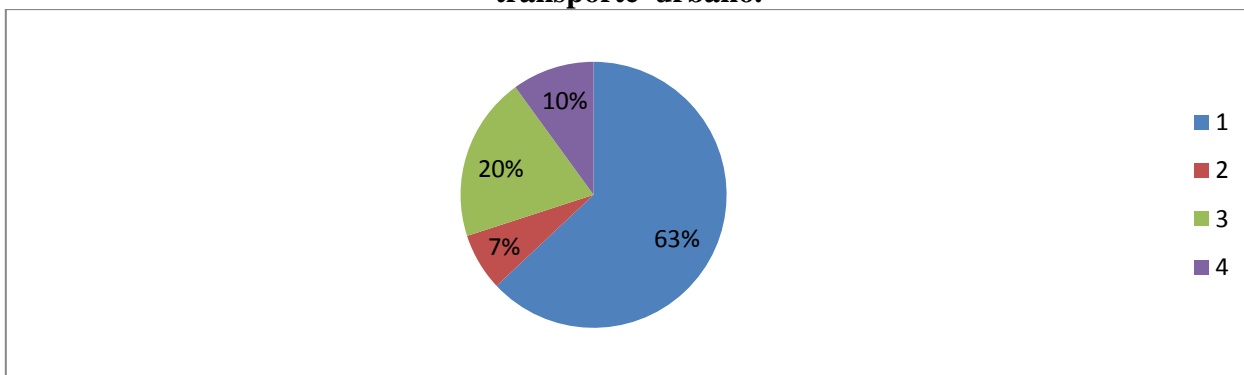
Tabla °5
Opinión sobre el efecto negativo de los transistores radiales dentro de los buses de transporte urbano.

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Totalmente De acuerdo	249	63%
De acuerdo	28	7%
En desacuerdo	79	20%
No aplica	38	10%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafico °5
Opinión sobre el efecto negativo de los transistores radiales dentro de los buses de transporte urbano.



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la propuesta

La encuesta puede determinar que el 63% de los usuarios de transporte se sienten afectados por el excesivo volumen de los transmisores radiales y apenas un 20% en desacuerdo de usuarios consideran que el exceso de volumen dentro de las unidades de transporte no los afecta o molesta.

6.- ¿La Altura en la subida y bajadas de la unidad, es apropiada para la comodidad del usuario?

Tabla °6

Malestar ocasionado por la altura de los vehículos de transportación urbana

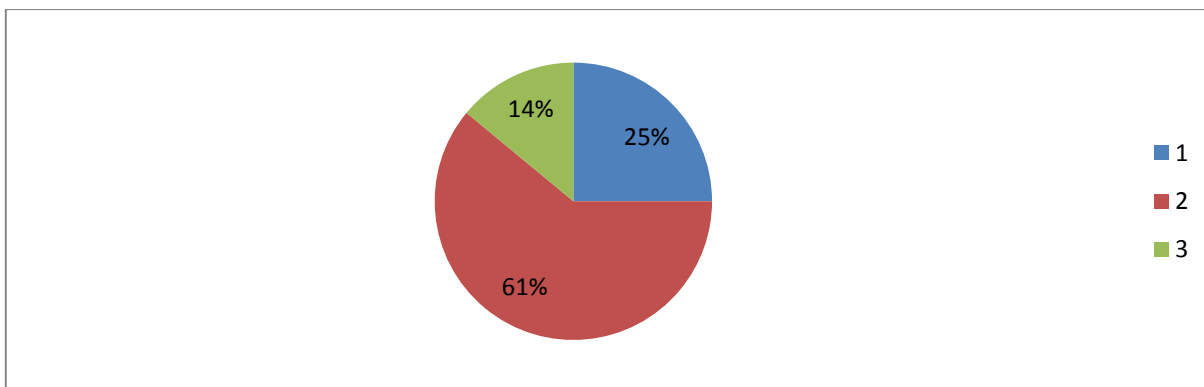
Alternativas	Respuestas	Porcentajes
SI	99	25%
NO	242	61%
No contesto	55	14%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafio °6

Malestar ocasionado por la altura de los vehículos de transportación urbana



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determinar que el 61% de los usuarios se sienten incómodos y observan dificultades al ingresar o subir a una unidad de transportación urbana y un 25% siente que la altura no les afecta.

7.- ¿El uso de diesel como elemento de limpieza dentro del bus, afecta en forma directa al usuario en su salud y comodidad?

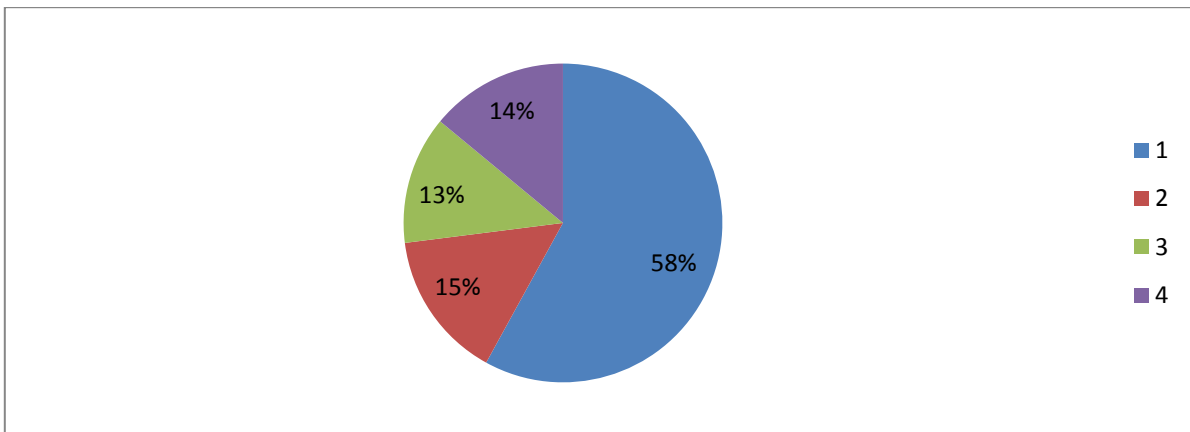
Tabla ° 7
Opinión sobre el uso del diesel como elementos de limpieza

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Totalmente De acuerdo	230	58%
De acuerdo	59	15%
En desacuerdo	51	13%
No aplica	55	14%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafio ° 7
Opinión sobre el uso del diesel como elementos de limpieza



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

El resultado de la encuesta se puede determinar que el 58 % de los usuarios de transporte urbana en que el diesel es nocivo para la salud y apenas un 13 % consideran que es un elemento inofensivo o no nocivo.

8.- ¿Dentro de los parámetros establecidos por la ley de Tránsito, del consumidor, de salud, rige que se debe darse prioridad a los niños, adultos mayores y personas con capacidades especiales, cumple este servicio de transporte urbano, con lo estipulado?

Tabla %

Opinión de la ciudadanía sobre el incumplimiento de los reglamentos estipulados dentro de las leyes de tránsito, salud, consumidor, por parte de la transportación urbana.

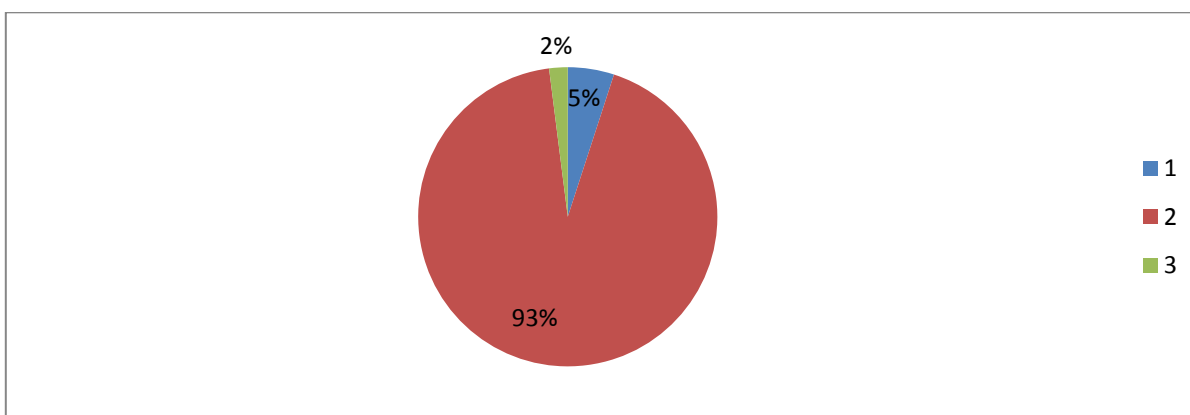
Alternativas	Respuestas	Porcentajes
SI	20	5%
NO	368	93%
No contesto	8	2%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafio %6

Opinión de la ciudadanía sobre el incumplimiento de los reglamentos estipulados dentro de las leyes de tránsito, salud, consumidor, por parte de la transportación urbana.



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determina con un 93% de los usuarios opinan que no se da prioridad a los niños, adultos mayores y personas con capacidades especiales, en el servicio de transporte urbano.

9.- ¿Se debe capacitar de forma permanente a los conductores, en materias de relaciones públicas y humanas, atención al usuario, por parte de los entes correspondientes, para mejorar el servicio?

Tabla ° 9

Opinión sobre la necesidad de capacitar permanente mente a los conductores, en materia de relaciones públicas y humanas, para mejorar la atención al usuario del transporte urbano.

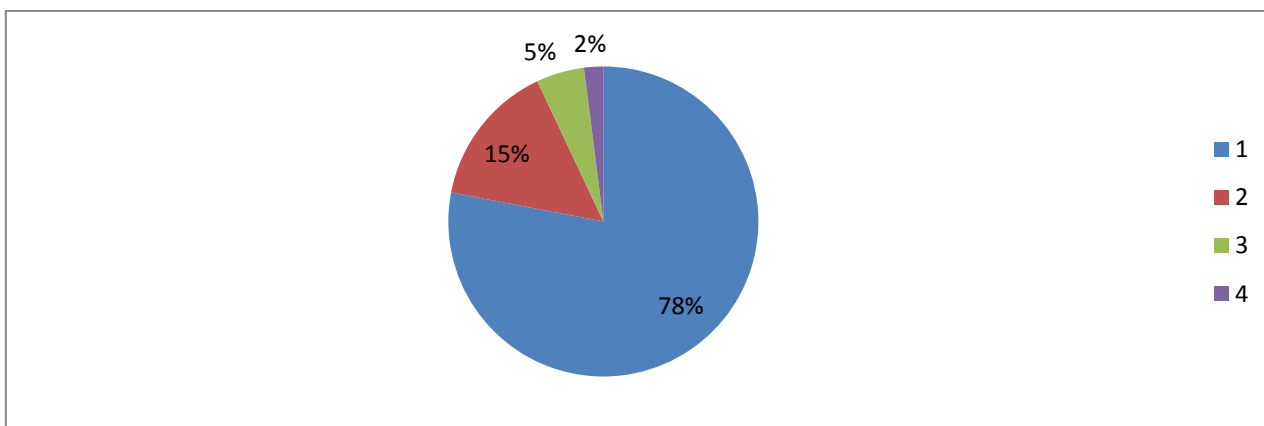
Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Totalmente De acuerdo	309	78%
De acuerdo	59	15%
En desacuerdo	20	5%
No aplica	8	2%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafio ° 9

Opinión de la ciudadanía sobre el incumplimiento de los reglamentos estipulados dentro de las leyes de tránsito, salud, consumidor, por parte de la transportación urbana.



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determina que un 78% está totalmente de acuerdo con la capacitación a los conductores del transporte urbano y un 5% en desacuerdo para mejorar el servicio.

10.- ¿Según su criterio se debe implementar campañas de concienciación y orientación, para que los usuarios de transporte urbano, conozcan sus derechos y obligaciones?

Tabla °10

Opinión sobre las necesidades de implementar campañas de concienciación y orientación, para que los usuarios de la transportación urbana, conozca sus derechos y obligaciones.

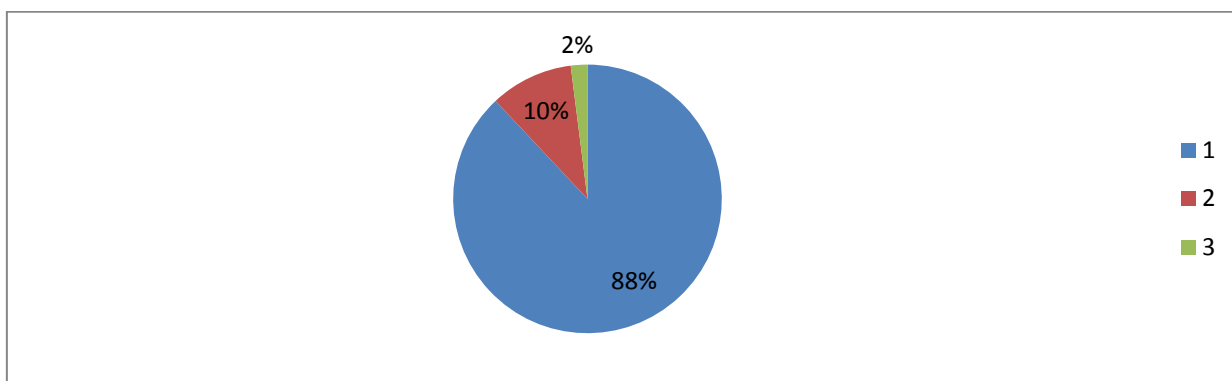
Alternativas	Respuestas	Porcentajes
SI	348	88%
NO	39	10%
No contesto	8	2%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafico ° 10

Opinión sobre las necesidades de implementar campañas de concienciación y orientación, para que los usuarios de la transportación urbana, conozca sus derechos y obligaciones



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

Un 88% de los usuarios encuestados está totalmente de acuerdo con la capacitación a los conductores del transporte urbano para mejorar el servicio.

11.- Se debe implantar un proyecto, para encaminar el cambio y mejora el servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”

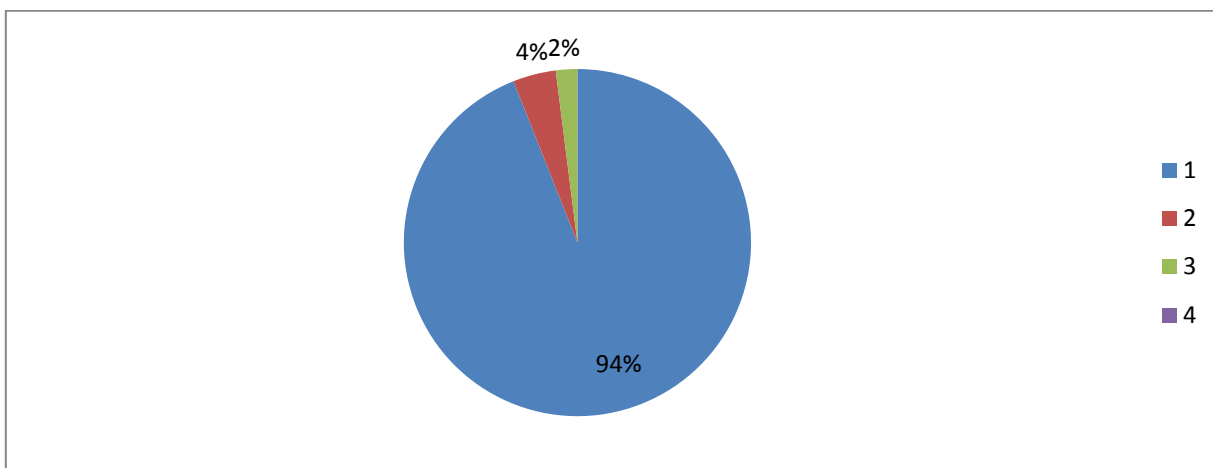
Tabla ° 11
Opinión sobre las necesidades de la implementación de proyectos, para mejorar el servicio de transportación urbana.

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Totalmente De acuerdo	372	94%
De acuerdo	16	4%
En desacuerdo	8	2%
No aplica	00	0%
	396	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Grafico ° 11
Opinión sobre las necesidades de la implementación de proyectos, para mejorar el servicio de transportación urbana.



Fuente: Encuesta a usuarios de la transportación urbana.

Autor: Javier Vallejo

Análisis de la encuesta

En resultados de la encuesta se puede determina que un 94% está totalmente de acuerdo con la implementación de un proyecto para mejor el servicio de transportación urbana y apenas un 2% de usuarios opinan que no es importante.

4.2 Resultado de la entrevista

Entrevistado; Ing. Carlos Hurtado

Cargo; Presidente de la Cooperativa de transportación urbana “Ciudad de Milagro”

1.- ¿Cual es su opinión acerca de la implementación de proyectos para mejorar el servicio que brinda el sistema de transporte urbano, por parte de estudiantes universitarios?

Nosotros como Cooperativa estamos prestos a establecer vinculaciones con los estudiantes sean estos de colegio o universidades, que por medio de sus proyectos, quieran mejorar el servicio de transporte, en primer lugar conocemos su propuesta y luego ponerlo en marcha según lo plantado.

2.- ¿En su periodos como presidente de la Cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro” se han implementados proyectos, para mejorar el servicio a los usuarios?

Dentro de mi periodo de trabajo se han implementado varios proyectos en lo concerniente a mejorar el servicio que presta la cooperativa a los usuarios, entre los cuales puedo mencionar;

- La eliminación de los oficiales
- La apertura de la parte posterior de las unidades de transporte para darle mayor comodidad en la bajada a los usuarios.
- La eliminación del sistema de marcación de tarjetas, para medir el tiempo.

3.- En la actualidad tienen proyectos o propuestas acerca del tema?

Existen varios proyectos que se están estudiando sus propuestas todo esto está establecido ponerlo en marcha para el año 2012 entre los que podemos mencionar los siguientes;

- La implementación de una estación de servicios para la cooperativa.
- Remodelar el parque automotor y compra de buses modernos, para brindar un servicio de

transportación urbana óptimo a la ciudadanía en general.

- Convenios con la Comisión de Tránsito del Guayas, para brindar capacitación a los choferes.

- Abrir el diámetro de recorrido de los buses a sectores apartados.

4.-Dentro de la investigación realizada por medio de encuestas se ha establecido un porcentaje alto de no aceptación del servicio de transporte urbano en Milagro?

Como todos los servicios prestados a la ciudadanía, tenemos pros y contras, por esto cada día estamos buscando mejoras para brindar un servicio de calidad, pero todo esto es con una proyección de largo plazo, dentro de todo el proceso hay que comenzar realizando cambios en forma progresiva para que las personas se vayan acostumbrando y poco a poco ir formando parte del desarrollo, por esto se está trabajando fuerte en el tema.

4.2.1 Análisis e interpretación de la entrevista.

Dentro del análisis de la información que se pudo obtener de la entrevista sin duda alguna, se pudo determinar que el presidente de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, el cual está presto a trabajar por el beneficio de la comunidad y el mejoramiento del servicio que presta la institución que él representa.

Siempre se ha dado prioridad a los proyectos de estudiantes de colegios y universidades, que cumplan con los parámetros establecidos, a los cuales se les hacen los estudios correspondientes, en algunos casos haciéndoles modificaciones, para luego ponerlos en marcha, consiguiendo así una vinculación con la comunidad milagreña en general.

También se pudo conocer que se están realizando varios proyectos para beneficio de la Cooperativa y la ciudadanía milagreña, que en las semanas siguientes se van hacer públicos, para el oportuno su conocimiento de los usuarios que en números suman 40.000 usuarios, de las 10 líneas que recorren la ciudad de lunes a domingo, por medio de 64 buses.

4.3 Resultado (conclusiones y recomendaciones)

Analizando los resultados de la encuesta y la entrevista se puede concluir lo siguiente:

1. El servicio de transportación urbana no satisface a los usuarios.
2. Los usuarios se quejan por el trato recibido por parte de los choferes de las unidades de transporte urbano.
3. El transporte urbano no brinda las facilidades para el ingreso o acceso a sus unidades.
4. El ambiente dentro de las unidades de transportación urbana demuestra una cultura pobre y de irrespeto hacia el prójimo.
- 5.

Con lo antes expuesto, me permite efectuara las siguientes recomendaciones:

1. Capacitar en materia de Relaciones Públicas y Humanas a los choferes.
2. Efectuar una selección de choferes basándose en competencias laborales y sobre todos personales (valores).
3. Modernizar las unidades para que se han de fácil acceso.
4. Implementar una campaña de concienciación y orientación para mejorar el servicio de transportación urbana.

4.4 Verificación de las hipótesis.

Los usuarios de la transportación urbana, consideran que el servicio ofrecido no los satisface por ello se recomienda la implementación de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de transporte urbano, para ello la campaña debe considerar aspectos sobre capacitación de los choferes, para que brinden un mejor trato a los usuarios, estableciendo perfiles para seleccionarlos, controlar el ruido de las bocinas que se origina dentro de las unidades, mejorar la limpieza de las mismas, empleando artículos que no sean nocivos para la salud y adicionar herramientas que hagan más fácil el acceso a las unidades de transportación urbana.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Difusión de una campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la transportación urbana de la Cooperativa de Buses “Ciudad de Milagro”

5.2 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el sistema de transportación urbana de nuestro cantón, es cada vez más utilizado por ser el único en la localidad, por esto se ha tomado la decisión de hacer la difusión de una campaña de información que oriente y conciencie a los usuarios y choferes de una manera directa haciéndole conocer sus derechos deberes y obligaciones.

En el marco de estudio y desarrollo de la investigación se ha determinado que en la ciudad existe un alto índice de insatisfacción, en los usuarios de este sistema de transportación, estableciendo el tratamiento esta problemática por medio de la implementación de esta campaña.

Consiguiendo el mejoramiento del uso del servicio del transporte urbano en la ciudad de Milagro, dentro de cada unidad, obteniendo con esto un ambiente de convivencia de calidad con calidez, todo esto planteado a largo plazo, por lo que se aconseja realizar el seguimiento minucioso del proyecto de los entes implicados en su desarrollo, para alcanzar resultados excelentes.

5.3. Fundamentación

El proyecto es un aporte de vinculación con la comunidad, dentro del desarrollo de la investigación y por los resultados podemos establecer las falencias que presenta el servicio de transporte urbano en el cantón Milagro, se ven reflejado en los siguientes puntos;

- Mal trato en palabras al usuario.
- Desconocimientos de derechos y obligaciones por parte del usuario, choferes.
- Desacatamiento de las leyes de tránsito por parte de usuario, choferes.
- Circulación de buses urbanos con exceso de pasajeros en su interior.
- El uso de diesel, como agente de limpieza de los buses, generando enfermedades respiratorias y en algunas ocasiones se han resbalado los usuarios.
- La utilización de audio, en alto parlante, irrespetando a tranquilidad del usuario.
- Falta de control de parte de autoridades y organismos encargados del tema.

En base a estas falencias aportadoras en el desarrollo de la investigación se determino la difusión de una campaña de orientación y concientización, para mejorar la atención, por parte de los choferes hacia los usuarios de la Cooperativa de de buses urbanos “Cuidada de Milagro, las cuales cumplen con la función de educar de manera continua a la ciudadanía, bajo la temática de hacerles conocer sus derechos y obligaciones como los estipulan las leyes vigentes en el Ecuador, que resguardan los derechos de sus ciudadanos.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Educar por medio de campañas de concienciación y orientación de los deberes y obligaciones que tienen como usuarios y conductores de la Cooperativa de Buses Urbanos “Ciudad de Milagro”, para mejorar el servicio de transporte.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer las herramientas que se utilizar en la campaña.
- Elaborar los mensajes que permitirán concienciar a los transportistas.
- Establecer las presupuestación de la capacitación a los choferes.
- Concienciar a los usuarios y choferes, para que tengan los conocimiento y respeto a las nomenclaturas de tránsito (utilización de los paraderos, límites de velocidad, tiempo de subida y bajada de los usuarios)

5.4.3 Descripción de la campaña

Esta campaña está estratégicamente diseñada para fomentar de manera cultural por medio de campañas de concienciación y orientación a los usuarios, choferes y entidades relacionadas en el tema de mejorar el servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano” Ciudad de Milagro”, para mejorar el servicio que ofrecen la ciudadanía en general.

5.4.3.1 Campaña de Concienciación y Orientación

La campaña de concienciación y orientación se establece bajo varios parámetros en elocuencia de las necesidades y molestias que afectan a los usuarios de la transportación urbana en la ciudad de Milagro y por estas razones se ha tomado como preámbulo mejorar el nivel de calidad del servicio, por medio de la capacitación y la orientación en materias de Relaciones Públicas y Humanas, Ley del Consumidor y en especial Ley Orgánica de Transporte y Ordenamiento Terrestre; y Seguridad Vial para que haya una buena interrelación entre los usuarios y choferes creando un ambiente cálido.

5.4.3.2 PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

1.- Objetivos de la campaña

Concienciar y orientar a los choferes de los transporte de la Cooperativa” Ciudad de Milagro”, sobre la calidad del servicio que se debe ofrecer a través de la difusión de una campaña de comunicación para lograr altos niveles de satisfacción en los usuarios

2. El briefing:

-Público objetivo.- El público que se ha considerado para el estudio y posterior desarrollo de la campaña es a toda la ciudadanía en general que hace uso del transporte, en especial a los jóvenes, adultos, adultos mayores, y a los choferes de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”.

El proyecto busca que el público objetivo lograr un correcto servicio del transporte, pero sobre todo concienciar a los choferes sobre el correcto trato que debe brindar a los usuarios.

-Descripción de la campaña.- La campaña de concienciación y orientación será difundida a los señores usuarios y choferes para mejorar el sistema de transportación (dentro de las unidades) y brindar un servicio de calidad pero con calidez para así, satisfacer las necesidades y deficiencias que este presenta actualmente.

El entorno en que se desarrolla este servicio de transporte urbano, es dentro de una ciudad pequeña, por lo que se puede determinar que existe una sola empresa o Cooperativa, convirtiéndose en un Monopolio, al no existir competencia dentro del cantón .Por tal motivo suele existir poco interés en mejorar el servicio.

Esta campaña será difundida a través de algunos medios de comunicación local como prensa, radio, televisión, dentro de las unidades por medio de afiches y hacia los señores usuarios por medio de charlas de concienciación y orientación, en base al estudio que se ha realizado de las deficiencias actuales a fin de eliminarlos.

Dentro de las campañas que se han establecido para mejorar el servicio de transportación urbana en nuestro cantón han existido algunos datos específicos en relación del tema del proyecto, pero los resultados no han sido favorables para el mejoramiento del mismo.

Hemos tomado en consideración las falencias que este servicio presenta para lograr así una campaña que se enfoque en difundir los derechos, deberes y obligaciones, que tienen tanto los usuarios, como los choferes de las unidades de transportación.

3. ELABORACION DEL MENSAJE

El mensaje busca comunicar al usuario y choferes del servicio de transportación urbana, a fin de brindar un trato caracterizado por el respeto y al mismo tiempo brindar en forma reciproca un comportamiento caracterizado por la educación y buenas costumbres.

Señores usuarios, conocen sus derechos y obligaciones.

¡Basta ya del mal servicio!

¡Con tu ayuda, es posible lógralo!

4. Realización de artes finales

Entre los recursos a utilizarse en esta campaña de difusión detallaremos los siguientes;

-Afiches a Full color en papel crochet

TAMAÑO; 65 X 56 cm

100 UNIDADES

Pueden establecerse como prácticas pre-profesionales de estudiantes de LA UNEMI, de la carrera de DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD, EL DISEÑO DE LA PUBLICIDAD.

-Cuña radiofónica

DEPENDIENDO LOS MEDIOS RADIOFONICO.

TIEMPO; 2 meses, 30 segundo en 6 emisiones diarias.

-Publicidad gráfica para la prensa (DISEÑO)

DEPENDIENDO LOS MEDIOS IMPRESOS DEL CANTÓN

TAMAÑO; cuarto de página semanal

TIEMPO; 2 meses

Pueden establecerse como practicas pre-profesionales de estudiantes de LA UNEMI, de la carrera de DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD, EL DISEÑO DE LA PUBLICIDAD.

-Charlas, seminarios, bajo la temática de los deberes, obligaciones y derechos de los usuarios y choferes.

DURACION; 2 horas en horarios de 09 H 00 A 11 h 00

DIAS; sábados o domingos

TIEMPO; 2 meses

Puede establecerse como practicas pre-profesionales de estudiantes de LA UNEMI, de la carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL.

5. Presupuesto

RUBROS	CANTIDAD	VALORES (totales)
-Afiches a Full color en papel crochet	100	\$150
-Cuña radiofónica	X 2 MESES	\$ 100
-Publicidad gráfica para la prensa (DISEÑO)	X 2 MESES	\$ 300
-Charlas, seminarios	2 horas en horarios de 09 H 00 A 11 h 00, sábados o domingos TIEMPO; 2 meses	\$120 X Cada charla
Gastos misceláneos		\$ 300
Reuniones		\$100
TOTAL		\$1.070

6. ARTES FINALES

AFICHE PUBLICITARIO (PARTE POSTERIOR)

¿SABES CUÁLES SON TUS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO USUARIOS DE ESTE TRANSPORTE?



RECIBIR:

UN SERVICIO DE CALIDAD
CON CALIDEZ,

-DENTRO DE LAS UNIDADES DE
TRANSPORTACIÓN URBANA Y
POR PARTE DE LOS CHOFERES



-CAPACITACION PERMANENTE
DE LOS CHOFERES, PARA BRINDAR
UN MEJOR SERVICIO AL USUARIO



PARA ELLO:

-CONTROL DEL AUDIO
EN LA UNIDADES 

-ELIMINACION DEL DIESEL
COMO ELEMENTO DE LIMPIEZA

-RESPETAR LA CAPACIDAD DE
LOS PASAJEROS DENTRO DE LA UNIDAD



-BUEN TRATO
RESPECTO A LOS
NIÑOS, ADULTOS
Y ADULTOS MAYORES

-ELIMINAR LA DISCRIMINACION
SEA DE GENERO, ETNIA,
O CONDICION SOCIAL



¡CON TU AYUDA, ES POSIBLE LOGRALO!

REALICE SUS DENUNCIAS A LOS NUMEROS 042 710-333 

-PUBLICIDAD PARA MEDIOS IMPRESOS O BOLANTES.

¿SABES CUÁLES SON TUS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO USUARIOS DE ESTE TRANSPORTE?



RECIBIR:

**UN SERVICIO DE CALIDAD
CON CALIDEZ,**

- DENTRO DE LAS UNIDADES DE
TRANSPORTACIÓN URBANA Y
POR PARTE DE LOS CHOFERES



PARA ELLO:

- CONTROL DEL AUDIO
EN LA UNIDADES 
- ELIMINACION DEL DIASEL
COMO ELEMENTO DE LIMPIEZA
- RESPECTAR LA CAPACIDAD DE
LOS PASAJEROS DENTRO DE LA UNIDAD



**-CAPACITACION PERMANENTE
DE LOS CHOFERES, PARA BRINDAR
UN MEJOR SERVICIO AL USUARIO**



**-BUEN TRATO
RESPECTO A LOS
NIÑOS, ADULTOS
Y ADULTOS MAYORES**



**-ELIMINAR LA DISCRIMINACION
SEA DE GENERO, ETNIA,
O CONDICION SOCIAL.**

¡CON TU AYUDA, ES POSIBLE LOGRALO!

REALICE SUS DENUNCIAS A LOS NUMEROS 042 710-333 

5.5 UBICACIÓN

La campaña se efectuara en la Provincia del Guayas, cantón Milagro, en el perímetro urbano, considerando también los sitios para la implementación su implementación de las capacitaciones a los señores conductores.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

A continuación se establece el cuadro correspondiente al presupuesto, ahí se desglosan los costos, los mismos que serán financiados con autogestión de la cooperativa de Transportes en el momento que ellos decidan ponerlo en práctica.

Desde el punto de vista expuesto el proyecto se vuelve factible y con disposición a ser aplicado con el objetivo de solucionar un problema que se suscita en la sociedad.

RUBROS	CANTIDAD	VALORES (totales)
-Afiches a Full color en papel crochet	100	\$150
-Cuña radiofónica	X 2 MESES	\$ 100
-Publicidad gráfica para la prensa (DISEÑO)	X 2 MESES	\$ 300
-Charlas, seminarios	2 horas en horarios de 09 H 00 A 11 h 00, sábados o domingos TIEMPO; 2 meses	\$120 X Cada charla
Gastos misceláneos		\$ 300
Reuniones		\$100
total		\$1.070

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

En el desarrollo de la campaña establecemos las siguientes actividades;

- Implementar dentro de cada unidad, un afiche en donde se describe el tema de la campaña.
- Por medio de la prensa escrita se publicitara la campaña, cada sábado.
- La reproducción del mensaje de la campaña grabado en audio, para que sea difundido dentro de cada unidad de transportación a los usuarios.
- Charlas seminarios de concienciación y orientación a los choferes de la cooperativa en un periodo de dos meses, fines de semana en forma rotativa.

5.7.2 Recursos y análisis financiero.

La cantidad de \$ 1070 se necesitan para llevar a cabo la campaña propuesta, valor monetario que será financiado por la misma Cooperativa.

5.7.3 IMPACTO

El impacto que tendrá esta campaña de concienciación y orientación se verá reflejado en los resultados o beneficios que se obtendrán luego de su implementación.

- Un servicio de transportación urbana de calidad con calidez.
- Satisfacción en los usuarios.
- Capacitación de manera continúa a los choferes, para mejorar su atención a los usuarios.
- Lograr concienciar a los usuarios de este medio de transportación, para que den sus comentarios y sugerencia como parte de sus derechos y obligaciones.

5.7.4 Cronograma de las actividades

Capacitación de choferes

TEMA DE CHARLAS	HORARIO	LUGAR
Relaciones Publicas y Humana	Sábados o Domingos horario a elegir según conveniencia de la Cooperativa.	Sede de la Cooperativa
Atención al usuario	Sábados o Domingos horario a elegir según conveniencia de la Cooperativa.	Sede de la Cooperativa
Comportamiento Humano	Sábados o Domingos horario a elegir según conveniencia de la Cooperativa.	Sede de la Cooperativa
TIEMPO DE DURACION		
Se establecen dos meses a partir de la implementación parcial de la campaña, puede formarse como prácticas pre-profesionales de estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro , de la carrera de Licenciatura En Comunicación Social .		

Campaña publicitaria

ACTIVIDAD	CANTIDAD Y TIEMPO	LUGAR
Afiches a Full color en papel crochet	TAMAÑO; 65 X 56 cm 100 UNIDADES	Dentro de las unidades de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad De Milagro”, en paraderos y lugares de concentración de pasajeros.
Publicidad gráfica para medios impresos.	TAMAÑO; cuarto de página. TIEMPO; A consideración de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad De Milagro”.	Los días sábados en los principales diarios del cantón.
Cuña radiofónica	TIEMPO; 2 meses, 30 segundo en 6 emisiones diarias	Dependiendo los medios radiofónico a consideración de la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad De Milagro”.
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN		
<p>Todos estas actividades están establecidas dentro del cronograma en el desarrollo de la “Difusión de la campaña de concienciación y orientación, para mejorar el servicio de la transportación urbana de la Cooperativa de Buses “Ciudad De Milagro”, dejando a consideración de su autoridades , el estudio y posteriores modificaciones a conveniencia de la misma.</p>		

5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta

Como resultado de todo el desarrollo del este proyecto investigativo se ha considerado que la propuesta podrá ser evaluada a través de los siguientes indicadores:

- Disminución de un mínimo del 25% de quejas de los usuarios.
- Incremento en un 30% del número de usuarios.
- Disminución en un 20% de conflictos dentro de las unidades de transportación.
- Disminución en un 20% de las multas impuestas a los choferes por imprudencias en el manejo de las unidades.
- Disminución de los decibeles ocasionados por el ruido excesivo dentro de cada unidad de transportación.
- Disminución de enfermedades auditivas provocadas por el ruido excesivo dentro de las unidades de transportación.

Conclusiones

Después de haber realizado el debido análisis en el planteamiento de la propuesta del proyecto se puede concluir lo siguiente:

- 1.- El servicio de transportación urbana incumplen con los parámetros establecidos para brindar su servicio, por lo que no satisface en un 75% de usuarios.
- 2.- Los usuarios se sienten inconformidad por el trato recibido por parte de los choferes de las unidades de transporte urbano.
- 3.- La Cooperativa de Transporte Urbano no brinda información de los deberes, derechos y obligaciones del usuario y choferes, por lo que no se pueden establecer las denuncias correspondientes en caso a sufrir algún maltrato.
- 4.-El ambiente dentro de las unidades de transportación urbana demuestra una cultura pobre, de irrespeto e incomodidad hacia el prójimo, por la utilización de altavoces en volumen exagerados, insalubridad y la aceptación de vendedores ambulantes.

La implementación y difusión de un proyecto de orientación y concienciación a los usuarios y choferes, es necesaria para mejorar el servicio que ofrece la Cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro”, logrando con esto la disminución del alto nivel de insatisfacción que presenta dentro de la colectividad Milagreña.

Recomendaciones

Mediante el planteamiento de la difusión de nuestro proyecto y por la determinación de resultados se recomienda lo siguiente:

- 1.- Capacitar de manera permanente a los choferes en materia de Relaciones Públicas y Humanas, Comportamiento Humano, Atención al Usuario y Ley Orgánica de Transporte y Ordenamiento Terrestre; y Seguridad Vial.
- 2.- Implementación de un plan de selección de choferes basándose bajo un perfil que reúna los requisitos de competencias laborales y personales (valores).
- 3.- Eliminar definitivamente el diesel como elemento de limpieza dentro de los buses.
- 4.- Realizar periódicamente sondeos o encuestas a los usuarios y choferes para determinar resultados del proceso de la difusión de la campaña de concienciación y orientación en mejora del servicio de transportación urbana.

La oportuna implementación de este proyecto lograra a largo plazo, mejorar la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”, por medio de la brindar capacitación a los choferes y usuarios, a través de respectivas técnicas, para que tengan conocimiento de sus deberes, derechos y obligaciones que como parte del sistema de transportación posee.

Logrando establecer un trato excelente y correcto, con respecto, entre el chofer y el usuario dentro de las unidades de transporte urbano, buscando no solo el bienestar personal, sino también el social dentro del cantón Milagro.

4.5 BIBLIOTECA DE INVESTIGACIÓN

Referencias de libros

- ALSINA, Miguel Rodrigo: *Teoría de la Comunicación*, Universidad Autónoma de Barcelona- España, 2001.
- Asamblea Nacional de Ecuador: *Constitución de la Republica del Ecuador*, 2008.
- DELORS, Jacques: *La Educación encierra un tesoro*, UNESCO, 1998.
- DEWEY, John: *Democracia y Educación*, European Publishing, 2010.
- IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa: *Teoría de la Comunicación*, Síntesis, 2004.
- MORÍN Edgar, TORTELLA Jaime: *Sociología*, Tecnos, 1995.
- MOLINAS, Denyz Luz: *Programa De Orientación, Fundamentos e Implicaciones Educativas En La Educación*, S.N, 2003
- MUÑOS, Mercedes, IZAGUIRRE, Repiso, MURILLO, Javier, HERNÁNDEZ María, *Mejorar Procesos, Mejorar Resultados en Educación*, Ministerio de Educación, 2003.
- MUÑOS, Blanca: *Cultura y Comunicación, Introducciones a las Teorías Contemporáneas*, 2º Edición Fundamentos, 2005.
- PEARCE, John, RODRIGO, Tere, ÁLVAREZ, ARTIGA Antonio, SANSA Joan: *Aprendizaje y Cognición*, Ariel, 1998.

- Real Academia de la Lengua Española, ESPASA, 2004.
- RODRÍGUEZ, Antonio, *Psicología Social*,– Trillas, 1991.

Referencias de fuentes electrónicas

- Diccionario de la Lengua Española, www.wordreference.com , extraído el 10 septiembre del 2010.
- DIGUIT, León: *Conceptualización mejora de servicio público*, www.economiconline.com , extraído el 10 septiembre del 2010.
- DURKHEIM, Émile: *Sociología de la educación*, www.conceptos.com, extraído el 10 septiembre del 2010.
- DURKHEIM, F, Ortega: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org/wiki/Educación) /wiki/Educación, extraído el 22 de agosto del 2010.
- GOFFMAN, Erving: *Sociología de la comunicación*, [www.uch.edu.ar](http://www.uch.edu.ar/rrhh) /rrhh, extraído el 22 de agosto del 2010.
- LAWRENCE, Kohlberg: *Metodología de la comunicación*, www.encarta.com, extraído el 22 de agosto del 2010.
- WUNDT, Wilhelm: *Psicología social*, www.mografias.com, extraído el 10 septiembre del 2010.

Diarios virtuales

- Comisión de tránsito sancionan a infractores, www.elexpreso.com, extraído el 19 octubre del 2010.
- Regulación de tránsito en la provincia del Guayas, www.ElComercio.com”, extraído el 10 julio del 2010.
- *Sanciones para infractores del servicio público de transporte*, www.eluniverso.com, extraído el 25 septiembre del 2010.

ANEXOS

Anexo 2: Formato de las encuestas.**UNIVERSIDAD ESTAL DE MILAGRO**

Este proceso investigativo se ejecuta con el fin de realizar una evaluación a través de la opinión o criterio de la ciudadanía milagreña, que hace uso del servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano "Ciudad de Milagro".

Las respuestas serán calificada de la siguiente forma; **MS**: Muy satisfactorio, **S**: Satisfactorio, **PS**: Poco Satisfactorio, **NS**: Nada Satisfactorio, **SI** o **NO** correspondientemente.

1.- **¿En qué nivel de satisfacción encuentra usted, el servicio de transporte Urbano, de la Ciudad?**

MS **S** **PS** **NA**

2.- **¿La atención que recibe por parte del conductor al utilizar el servicio de transporte, es la apropiada?**

SI **NO**

3.- **¿Se debería mejorar la calidad del servicio de transporte urbano en nuestra ciudad?**

MS **S** **PS** **NA**

4.- **¿El transporte urbano en nuestra ciudad cumple con los parámetros de higiene y limpieza recomendados, dentro de sus unidades?**

SI **NO**

5.- **¿El exceso de volumen de las trasmisiones radiales dentro de las unidades de transportes, afectan la tranquilidad del usuario?**

MS **S** **PS** **NA**

6.- **¿La Altura en la subida y bajadas de la unidad, es apropiada para la comodidad del usuario?**

SI

NO

7.¿El uso de diesel como elemento de limpieza dentro del bus, afecta en forma directa al usuario en su salud y comodidad?

M S

S

P S

NA

8.- ¿Dentro de los parámetros establecidos por la ley de Tránsito, del consumidor, de salud, rige que se debe darse prioridad a los niños, adultos mayores y personas con capacidades especiales, cumple este servicio de transporte urbano, con lo estipulado?

SI

NO

9.- ¿Se debe capacitar de forma permanente a los conductores, en materias de relaciones públicas y humanas, atención al usuario, por parte de los entes correspondientes, para mejorar el servicio?

M S

S

P S

NA

10.¿Según su criterio se debe implementar campañas de concienciación y orientación, para que los usuarios de transporte urbano, conozcan sus derechos y obligaciones?

SI

NO

11.- Se debe implantar un proyecto, para encaminar el cambio y mejora el servicio que ofrece la Cooperativa de Transporte Urbano “Ciudad de Milagro”

M S

S

P S

NA

Anexo 3: Formato de las entrevistas.

Realizado a: Ing. Carlos Hurtado

Cargo; Presidente de la Cooperativa de transportación urbana “Ciudad de Milagro”

1.- ¿Cual es su opinión acerca de la implementación de proyectos para mejorar el servicio que brinda el sistema de transporte urbano, por parte de estudiantes universitarios?

Nosotros como Cooperativa estamos prestos a establecer vinculaciones con los estudiantes sean estos de colegio o universidades, que por medio de sus proyectos, quieran mejorar el servicio de transporte, en primer lugar conocemos su propuesta y luego ponerlo en marcha según lo plantado.

2.- ¿En su periodos como presidente de la Cooperativa de transporte urbano “Ciudad de Milagro” se han implementados proyectos, para mejorar el servicio a los usuarios?

Dentro de mi periodo de trabajo se han implementado varios proyectos en lo concerniente a mejorar el servicio que presta la cooperativa a los usuarios, entre los cuales puedo mencionar;

-La eliminación de los oficiales

- La apertura de la parte posterior de las unidades de transporte para darle mayor comodidad en la bajada a los usuarios.

-La eliminación del sistema de marcación de tarjetas, para medir el tiempo.

3.- En la actualidad tienen proyectos o propuestas acerca del tema?

Existen varios proyectos que se están estudiando sus propuestas todo esto está establecido ponerlo en marcha para el año 2012 entre los que podemos mencionar los siguientes;

-La implementación de una estación de servicios para la cooperativa.

- Remodelar el parque automotor y compra de buses modernos, para brindar un servicio de trasportación urbana óptimo a la ciudadanía en general.
- Convenios con la Comisión de Transito del Guayas, para brindar capacitación a los choferes.
- Abrir el diámetro de recorrido de los buses a sectores apartados.

4.-Dentro de la investigación realizada por medio de encuestas se ha establecido un porcentaje alto de no aceptación del servicio de transporte urbano en Milagro?

Como todos los servicio prestado a la ciudadanía, tenemos pos y contra, por esto cada día estamos buscando mejoras para brindar un servicio de calidad, pero todo esto es con una proyección de largo plazo, por nada se puede cambia de la noche a la mañana, por esto se está trabajando fuerte en el tema.

Dado como resultado