



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

**TÍTULO DEL PROYECTO
ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA
COOPERATIVA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL RIRCAY DEL
CANTÓN LA TRONCAL EN EL PERÍODO 2015.**

**AUTORAS:
PAUCAR BEJARANO TANIA VIVIANA
SAMANIEGO SAMANIEGO SANDRA MARIBEL**

**MILAGRO, OCTUBRE DEL 2015
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el las estudiantes Paucar Bejarano Tania Viviana y Samaniego Samaniego Sandra Maribel, para optar al título de Ingeniería Comercial y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 29 días del mes de Octubre del 2015

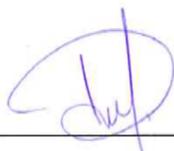


ING. CABEZAS CABEZAS ROBERTO FERNANDO
CI: 091630093-2

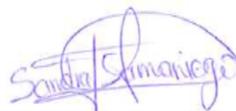
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra 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, a los 29 días del mes de Octubre del 2015



Paucar Bejarano Tania Viviana
CI: 094032995-6



Samaniego Samaniego Sandra Maribel
CI: 030234083-1

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]



ING. CABEZAS CABEZAS

ROBERTO FERNANDO

PRESIDENTE



LIC. HIDALGO HIDALGO

HUGO

SECRETARIO



ABG. ELICZA ZIADET DE

VITERI

VOCAL

DEDICATORIA

Mi proyecto de tesis se lo dedico primeramente a Dios, que me ha dado la fortaleza y la fuerza necesaria para no desmayar en el camino, y me ha permitido prepararme profesionalmente para cumplir con cada objetivo trazado en mi vida.

Con todo mi amor y cariño a mis padres, Narcisa Bejarano y Segundo Paucar, quienes han sido mi ejemplo diario, ser el pilar fundamental en mi vida, esos guías que tanto he necesitado para seguir adelante, por creer en mí en cada momento a pesar de las dificultades presentadas. De la misma manera a mi hermana Paola, por sus consejos brindados y por su apoyo absoluto.

Siendo Dios y mi familia, lo más significativos en mi vida, por su permanencia he podido cumplir con una meta más trazada en mi vida.

Tania Viviana Paucar Bejarano

DEDICATORIA

Con todo mi amor dedico este proyecto de tesis a Dios quien siempre ha sido mi fuerza para seguir adelante, facilitándome la sabiduría para llegar a donde me encuentro.

Ha mis padres, Ángel Samaniego y Mariana Samaniego, quienes desde el inicio de mi Carrera han sido un pilar fundamental, apoyándome en cada momento para que nunca me rinda, de la misma manera a mis hermanos Wilson, Jhonny, Lourdes, Carlos, a ustedes que siempre me han brindado su apoyo incondicional en los momentos que más lo he necesitado.

Dios y mi familia son lo más importante que tengo, gracias a ellos he logrado cumplir una meta más, que es culminar mi Carrera Universitaria.

Sandra Maribel Samaniego Samaniego

AGRADECIMIENTO

Agradecida primeramente con Dios, por acompañarme todos los días, brindándome los conocimientos necesarios para cumplir con cada meta trazada, y venciendo cada obstáculo presentado.

A mis padres por el apoyo brindado, ya que sin su ayuda me hubiese sido dificultoso poder llegar a los objetivos propuestos.

Al Ing. Roberto Cabezas, tutor de este proyecto, quien con dedicación y perseverancia aportó con sus conocimientos, de esta manera guiándonos para la culminación del proyecto de tesis.

A los maestros quienes con dedicación y esmero, me brindaron esa confianza y apoyo, ayudando a formarme de manera competitiva en el mundo laboral,

De la misma manera agradecida con la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO por brindarme ese apoyo y abrirme las puertas para poder captar conocimientos, para poder desenvolverme profesionalmente.

Tania Viviana Paucar Bejarano

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por brindarme sabiduría y vida para salir adelante y conseguir alcanzar este logro tan anhelado.

A mis padres por su confianza brindada, su apoyo incondicional, ya que sin ellos no hubiera logrado cumplir mi meta.

Al Ing. Roberto Cabezas Tutor de esta tesis, quien con gran sentido de responsabilidad y paciencia, día a día aportó con sus conocimientos orientándome para lograr con el cumplimiento de mi trabajo.

A los docentes que han formado parte de mi crecimiento Universitario, gracias por todo este tiempo de enseñanzas.

Agradezco a la prestigiosa UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO por abrirme las puertas, brindándome la oportunidad de enriquecer mis conocimientos.

Sandra Maribel Samaniego Samaniego

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

INGENIERO

MAE. Fabricio Guevara Viejó,
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 nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: Análisis de las condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal en el periodo 2015.. Y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, 29 de Octubre del 2015

Paucar Bejarano Tania Viviana

CI: 094032995-6

Samaniego Samaniego Sandra Maribel

CI: 030234083-1

INDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN... ¡Error! Marcador no definido.	
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VII
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IX
INDICE GENERAL.....	X
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
RESUMEN	XVII
ABSTRAC.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Problematización.....	3
1.1.2. Delimitación del problema	4
1.1.3. Formulación del problema.....	4
1.1.4. Sistematización del problema	4
1.1.5. Determinación del tema	5
1.2. OBJETIVOS	5

1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	6
1.3.1 Justificación de la Investigación	6
CAPITULO II	7
2. MARCO REFERENCIAL	7
2.1. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1. Antecedentes históricos	7
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	10
2.1.3. Fundamentación Teórica.....	17
2.2. MARCO LEGAL.....	32
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	37
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES	41
2.4.1. Hipótesis general	41
2.4.2. Hipótesis particular.....	41
2.4.3. Declaración de variables	42
2.4.4. Operacionalización de Variables.....	43
CAPITULO III	46
3. MARCO METODOLÓGICO	46
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	46
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	47
3.2.1. Delimitación de la población.....	48
3.2.2. Tipo de muestra	49

3.2.3. Tamaño de la muestra	50
3.2.4. Proceso de selección	51
3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	51
3.3.1. Métodos teóricos	51
3.3.2. Métodos empíricos	52
3.3.3. Técnicas e instrumentos	52
3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	52
CAPITULO IV.....	53
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	53
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	53
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	54
4.3. RESULTADOS	77
4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	86
LINKOGRAFÍA	87
ANEXOS	92

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de Variables	43
Cuadro 2. Nivel de conocimientos sobre la Administración de la Cooperativa Rircay....	54
Cuadro 3. Calificación del servicio brindado.....	55
Cuadro 4. Técnica considera usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena comunicación entre los miembros	56
Cuadro 5. Causas por lo cual se genera los accidentes	57
Cuadro 6. Nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada.....	58
Cuadro 7. La satisfacción que usted encuentra se basa en.....	59
Cuadro 8. Cual considera Usted, es la que necesita más atención	60
Cuadro 9. Causas por el cual el Servicio no llega a su excelencia	61
Cuadro 10. El mejoramiento del servicio y qué resultados provocaría en la ciudadanía	62
Cuadro 11. La mala Organización dentro de la Cooperativa genera:.....	63
Cuadro 12. Alternativas que necesitan mayor atención	64
Cuadro 13. Los cursos de capacitación que he recibido me han permitido.	65
Cuadro 14. Con un manual de políticas se puede llegar a un mejoramiento	66
Cuadro 15. La Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es:	67
Cuadro 16. Elementos a considerar para una buena administración de la Cooperativa Rircay	68

Cuadro 17. En el ambiente de su trabajo que es lo que lo motiva a trabajar.	69
Cuadro 18. Apreciación sobre el trato a los clientes	70
Cuadro 19. Qué genera la mala organización dentro de la Cooperativa.....	71
Cuadro 20. El interés que muestra la empresa para su desarrollo profesional es:	72
Cuadro 21. El mejoramiento del Servicio, y sus resultados obtenidos	73
Cuadro: 22 Verificación de Hipótesis	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de conocimientos sobre la Administración de la Cooperativa Rircay	54
Figura 2. Calificación del servicio brindado	55
Figura 3. Las Técnica considera Usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena comunicación entre los miembros	56
Figura 4. Causas por la cuales se generan los accidentes	57
Figura 5. Nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada	58
Figura 6. La satisfacción que usted encuentra se basa en	59
Figura 7. Cual considera usted, es la que necesita más atención.....	60
Figura 8. Causas por el cual el servicio no llega a su excelencia.....	61
Figura 9. Mejoramiento del servicio y qué resultados provocaría en la ciudadanía	62
Figura 10. La mala organización dentro de la Cooperativa genera:	63
Figura 11. Alternativas que necesitan mayor atención.....	64
Figura 12. Los cursos de capacitación que he recibido me han permitido.	65
Figura 13. Con un manual de políticas se puede llegar a un mejoramiento.....	66
Figura 14. La Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es:.....	67
Figura 15. Elemental a considerar para una buena administración de la Cooperativa...	68
Figura 16. En el ambiente de su trabajo que es lo que lo motiva a trabajar.	69
Figura 17. ¿Cuál es su apreciación por el trato que se le da al cliente?	70

Figura 18. Qué genera la mala organización dentro de la Cooperativa Rircay71

Figura 19. El interés que muestra la empresa para su desarrollo profesional es:72

Figura 20. Al mejorar el servicio al cliente, que resultados provocaría en los ciudadanos.
.....73

RESUMEN

Para la realización de este proyecto de investigación se procedió con la elaboración de un estudio a una sección de clientes y trabajadores de la Cooperativa Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal, el objetivo principal por lo cual se llevó a cabo este estudio es analizar las condiciones del servicio ofrecido por parte de la Cooperativa de Transporte, de esa manera lograr conocer cuál es su grado de satisfacción con respecto al servicio ofrecido, empleando varios tipos de investigación, entre ellos tenemos la investigación de campo, la cual nos permitió recopilar información en el lugar donde se detectó el problema, la cual fue muy importante para la realización de nuestro proyecto, ya que nos permitió obtener una apreciación más clara de los aspectos más relevantes para la realización del mismo, por ende nos permitiera conocer en qué condiciones se encuentra el servicio ofrecido y el grado de satisfacción que recibe por parte de la Cooperativa, dialogando principalmente con los clientes y empleados de dicha Cooperativa. El objetivo de la Cooperativa es ofrecer un mejor servicio conforme pasa el tiempo, aunque les resulta un poco difícil debido a que son un equipo de trabajo numeroso y no todos se sienten comprometidos con la ciudadanía, conforme a esto se ha producido la existencia de otras Cooperativas donde estas han generado competitividad. Toda empresa siempre va a desear lo mejor para sus clientes por este motivo es que ellos siempre van a buscar la manera más apropiada para satisfacerlos, tratando de atraer nuevos clientes y retener a los ya existentes.

Con la realización de este estudio se ha logrado demostrar la importancia de que las Empresas se esmeren a diario con respecto al servicio que ofrecen, investigando cuan satisfactorio llega a ser para sus clientes, tratando de buscar mejoras, brindándoles comodidad y seguridad en el transcurso del viaje.

Palabras claves: Servicio al cliente, Competitividad, Profesionalismo, Usuarios, Organización.

ABSTRAC

To carry out this research project we proceeded with the preparation of a study on a section of customers and employees of the Interprovincial Cooperative Rircay Canton la Troncal, the main purpose for which it was conducted this study is to analyze conditions service offered by the Cooperative Transport, thus get to know what their degree of satisfaction with the service provided, using various types of research, among them are field research, which allowed us to collect information on site where the problem was detected, which was very important for the realization of our project, as it allowed us to get a clearer appreciation of the most relevant to the realization of the same aspects, thus allowing us to know on what terms the service is offered and the satisfaction you get from the cooperative, mainly dialogue with customers and employees of the Cooperative. The aim of the cooperative is to offer a better service as time passes, but find it a little difficult because they are a team of numerous work and not all feel committed to the public, as this has been the existence of other Cooperative where these have generated competitiveness. Every company will always want the best for their clients for this reason it is that they are always going to find the most appropriate way to satisfy them, trying to attract new customers and retain existing ones.

With the completion of this study it has successfully demonstrated the importance that companies be diligent daily with respect to the service offered, investigating how satisfying it becomes to its customers, trying to seek improvements, providing comfort and safety during the journey.

Keywords: Customer Service, competitiveness, professionalism, users and organization.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación está enfocado en el servicio a la atención al cliente en la Cooperativa de Transporte Rircay, la cual ofrece este servicio en el Cantón La Troncal, donde se ha podido notar en el transcurso del tiempo, que no existe una atención al cliente satisfactoria, por la descoordinación y falta de políticas que permita mejorar diariamente y ofrecer al usuario la atención correspondiente. El proyecto se encuentra desglosado en cuatro capítulos en los cuales cada uno contiene fundamentos relevantes para el análisis.

En el proyecto abarcamos englobamos la descripción del problema a estudiar, su debida delimitación, es decir la descripción de donde existen los inconvenientes a solucionar, también se crean los objetivos y la debida justificación del trabajo.

Se desarrolla el marco teórico el cual comprende antecedentes históricos, referenciales y la fundamentación del tema a estudiar, también se realizó el marco teórico conceptual, las hipótesis y variables de estudio.

De la misma manera el tipo y diseño de la investigación, donde se limita la población y se procede a obtener el tamaño de la muestra, la cual se procederá estudiar, se explican cada uno de los métodos y técnica a utilizar, en las cuales se procede hacer las preguntas de en cuentas y entrevistas que se llevaron a cabo a los clientes y trabajadores de la Cooperativa de Transporte.

También se realizó los análisis de cada encuesta realizada, así como un análisis donde nos permitió comparar cada uno de las diferencias que se han presentado en esta Cooperativa, la evolución que han tenido, las predisposiciones y perspectivas de otros estudios, además se hizo la verificación de las hipótesis, que nos permitió saber cada problema presentado.

Sabiendo cada una de estas imperfecciones se establece la propuesta, de esta manera poder establecer una solución posible, el cual nos permita solucionar y mejorar la atención al servicio al cliente, donde cada persona pueda disfrutar de esto, permitiéndole a la empresa crecer en prestigio, y económicamente, para ello se mide la factibilidad de la propuesta y se realizan las conclusiones a las que se han podido llegar con la ejecución de la tesis y se presentan las recomendaciones.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematicación

El servicio de transporte público favorece con el progreso de la economía del País, reduciendo el tiempo a las personas para que se puedan trasladar de un lugar a otro, o al lugar que requiera el cliente, por esta situación los servicios brindados por estas Cooperativas deben ser apropiados a los requerimientos de los usuarios. En este proyecto se estudia el caso de la Cooperativa de Transporte Rircay, principal Empresa que ofrece este tipo de servicio, esta Empresa de transporte llegó a nuestra localidad brindando los servicios que la sociedad requería, pero a pesar de ello notamos que la mayoría de las personas nos están totalmente satisfechas referentes a la calidad del servicio ofrecido.

Para el desarrollo de la investigación se ha observado una problemática en el servicio de Transporte terrestre Interprovincial que ofrece la Cooperativa Rircay en el Cantón La Troncal, centrado en que este no es el adecuado para los clientes, esto se puede atribuir a la falta de competencia en el servicio, donde esta situación influye en el cobro de las tarifas.

También el deficiente profesionalismo genera un alto nivel de accidentes, lo cual no sería conveniente para la imagen de la empresa.

Existe otra causa que es la mala organización por parte de los directivos de la empresa generaría el desacuerdo por parte de los socios.

De la misma manera se ha observado que el exceso de pasajeros en la Cooperativa influye en la comodidad que brinda a los clientes durante el viaje y en ocasiones infidelidad por parte de ellos buscando otro medio para poder trasladarse, siendo conocedores que esta situación afectaría a los ingresos que la Empresa obtendría si ofreciera un servicio óptimo a sus usuarios.

1.1.2. Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Cañar

Ciudad: La Troncal

Área: Administrativa

Beneficiados: Clientes internos y externos de la Cooperativa

Tiempo: 4 meses

1.1.3. Formulación del problema

¿De qué manera las condiciones del servicio de Transporte que ofrece la Cooperativa Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal, generan insatisfacción a los clientes?

1.1.4. Sistematización del problema

- ¿De qué forma influye la falta de competencia en las condiciones de cobros a los clientes por parte de los Directivos de la Cooperativa?

- ¿De qué modo incide el deficiente profesionalismo por parte de los choferes, para que se ocasionen accidentes?
- ¿Cómo afecta la mala organización por parte de los directivos de la Empresa Rircay, en el desarrollo de las actividades diarias?
- ¿Qué injerencia tiene el exceso de pasajeros en la comodidad que se brinda a los usuarios durante el viaje?

1.1.5. Determinación del tema

Investigar las condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay ubicada en el Cantón la Troncal, Provincia del Cañar en el periodo 2015.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Investigar las causas por las que el servicio al cliente brindado por la Cooperativa de Transporte Rircay del Cantón la Troncal, influye en la satisfacción de los usuarios al momento de utilizar este servicio en el período 2015, a través de un estudio de campo para tomar las acciones necesarias, lo cual nos permita mejorar el servicio ofrecido a los usuarios.

1.2.2. Objetivos específicos

- Evaluar como la falta de competencia hacia la Cooperativa de Transporte Rircay, produce inadecuados cobros de tarifas.
- Conocer los motivos que provoca falta de profesionalismo de los choferes de la Cooperativa de Transporte Rircay, por medio de técnicas de investigación.
- Analizar los motivos de la mala organización de los directivos de la Cooperativa de Transporte Rircay, utilizando encuestas.
- Identificar las causas por las que se tiene exceso de pasajeros en los recorridos realizados por la Cooperativa de Transporte Rircay, para tener una apreciación más real de la situación.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

En la Cooperativa de transporte Interprovincial Rircay se ha logrado analizar que el servicio que ofrecen en esta Cooperativa no satisface las exigencias de los usuarios, ya que existen quejas continuas por partes de ellos, lo cual ha ocasionado una mala imagen para la empresa.

Uno de los orígenes que ocasiona este problema sería la falta de competencia hacia la Cooperativa de transporte Rircay, lo cual da lugar a inadecuados cobros de tarifas, esta situación no es admitida por los usuarios ya que esto afectaría a la situación económica de ellos.

Esta investigación pretende estudiar las razones que han producido esta situación, y las implicaciones que ha tenido con el medio, pudiendo ser también otra causa el deficiente profesionalismo por parte de los choferes, ocasionaría accidentes en los usuarios, lo cual no sería rentable para la imagen de la empresa, siendo esta muy reconocida por la ciudadanía Troncaleña.

Los directivos de la cooperativa deberían tener un mayor interés por los acontecimientos que se producen en el servicio al cliente ya que también la mala organización por parte de los directivos de la Empresa, provocaría desacuerdo por parte de los socios en el desarrollo de las actividades diarias, este tipo de sucesos pueden desprestigiar a la empresa, donde los altos directivos deberán tomar las acciones pertinentes del caso, para ayudar a la mejora de la misma.

Para estas deficiencias en el servicio al cliente se va a realizar un estudio e implementar estrategias óptimas que nos permitan solucionar este tipo de inconvenientes, y que de esta manera exista mayor productividad para la cooperativa y mejor atención a todos los usuarios de esta ciudad.

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos

Los archivos más antiguos fechan en unos 5.500 años atrás el invento de la rueda, aunque no existe acuerdo exacto sobre el momento de su nacimiento. Con independencia de este dato, su aparición lo convirtió en uno de los inventos fundamentales para la Humanidad. La necesidad de cargar objetos y distribuirlos entre distintos territorios se sitúa en el origen del transporte terrestre pero también del transporte marítimo y del transporte aéreo. Actualmente, servicios feriales y transporte de stand en ferias son dos ejemplos concretos de la continua necesidad de esta prestación.

En sí, la historia del transporte terrestre puede entenderse como el reflejo de la evolución social. En sus inicios, las necesidades de traslado de objetos y mercancías de un punto a otro fueron auxiliadas por el empleo de animales como fuerza motor. Los perros en un primer momento y animales de mayor tamaño con el paso del tiempo se convirtieron en elementos imprescindibles en el transporte terrestre. Tirados por caballos, carros y diligencias propiciaron el intercambio de todo tipo de materias primas y productos manufacturados gracias al establecimiento de rutas comerciales.

La investigación y actividad inventiva dio lugar, posteriormente, al surgimiento de métodos de transporte más modernos: la bicicleta dio paso a la motocicleta y esta, a su vez, al automóvil. En este último caso, fue clave el descubrimiento, en 1882, del petróleo. (Moldtrans, 2014)

El transporte a lo largo de los años ha logrado una gran evolución, ya que el hombre empezó a desplazarse de un lugar a otro y sintió la necesidad de la creación de un medio que le permita lograrlo, empezaron a montar en carros y trineos jalados por animales, salió a la luz su, en el momento de que un hombre invento un motor el cual fue creado el primer ferrocarril a motor.

Los procesos de formación de los mercados nacionales y regionales en los siglos XIX y XX tienen a los transportes, los servicios y los flujos mercantiles como actividades privilegiadas. La investigación y el intercambio de estudios regionales y nacionales, posibilitan introducir perspectivas comparadas.

La incidencia que han tenido los sectores de transportes y servicios en la configuración de la estructura económica, social y territorial de los Países Latinoamericanos, del mismo modo que en las formaciones regionales, amerita un tratamiento particularizado. Dichos sectores han desempeñado un papel decisivo en los procesos de crecimiento económico en los diferentes Países de la región, por lo cual consideramos este simposio una oportunidad para explorar e identificar elementos comunes en las relaciones entre los sistemas de transportes. En este concepto incluimos transportes terrestres (ferroviarios y por carretera), fluviales y marítimos (de cabotaje, costeros o de ultramar) desde el siglo XIX y aéreos en el siglo XX. Este conjunto de aspectos nos permitirá adentrarnos en las dinámicas económicas y políticas de los países y espacios regionales que se van conformando en el desarrollo de los mercados en América Latina.

La expansión de esos sectores comenzó en el siglo XIX; acompañó y articuló la constitución de los estados nacionales y de las modernas economías primario-exportadoras, que permitieron la consolidación de los circuitos comerciales en diferentes escalas (local, regional y nacional) y fueron decisivos en la formación de los mercados regionales o nacionales integrados y por su rol decisivo, fue preocupación

permanente de los gobiernos tanto nacionales como provinciales. En el siglo XX la expansión de los capitales transnacionales llevó a la configuración de espacios económicos regionales, que en la actualidad van siendo ocupados por capitales nacionales y regionales que van articulando sus propias estrategias. Los capitales privados (sean nacionales o extranjeros) participaron activamente en su desenvolvimiento, confluyendo en diversas oportunidades con iniciativas estatales. (AUDHE Asociación Uruguaya de Historia Económica, 2011)

El transporte en América Latina ha evolucionado, ya que ha logrado ser un factor muy importante para su crecimiento Socioeconómico, logrando la expansión en los diferentes sectores, gracias a la capacidad de transporte que se ha obtenido a pasar de los años.

El transporte motorizado en Quito comenzó en el siglo XX. La primera agencia de automóviles, “La Veloz”, inició sus operaciones en 1906; y antes habían existido solamente empresas de carruajes. En 1914 se instaló el servicio de Tranvías, desarrollado y operado por la empresa privada norteamericana Quito Tranway Company, que operó hasta 1946, es decir, durante un poco más de treinta años. Testimonios de personas que pudieron utilizar el tranvía quiteño hablan de un servicio de eficiencia y calidad, caracterizado particularmente por el buen trato a los usuarios. En 1947 se constituyó la primera empresa municipal de transporte, pero esta iniciativa no tuvo éxito y la empresa cerró en menos de un año, poniendo en entredicho la capacidad de la municipalidad de administrar eficientemente este servicio (flacsoandes, SF)

En la Ciudad de Quito el transporte se dio a conocer por medio de una agencia automovilística, la cual se inició en el año de 1906, a pasar el tiempo el servicio de Tranvías la cual fue desarrollada por la empresa Tranway Company, la cual brindo servicio por más de 30 años, logrando ser una Empresa eficiente.

COOPERATIVA DE TRANSPORTES INTERPROVINCIAL RIRCAY HISTORIA DE LA EMPRESA

A inicios de los años 60 se sintió la necesidad de un medio de transporte para que la población se pueda trasladar a sus lugares de trabajo en especial a la Ciudad de Guayaquil, es por esta razón que nació la idea de un grupo de personas, once en

totalidad, en ese entonces su compromiso y meta era la creación de una Cooperativa de Transportes, de allí nació Rircay.

¿Por qué ese nombre? en ese entonces había un río que pasaba cerca del pueblo y se llamaba Rircay de allí la idea de poner ese nombre a la Cooperativa

La empresa se fundó legalmente el 14 de diciembre de 1962 en la ciudad de La Troncal Provincia del Cañar, lo conformaban 11 socios. En el año de 1998 la Empresa fortaleció la misma con la creación de una gasolinera que abastezca de combustible a las unidades y al público en general.

El mercado total de la empresa lo conforman todos los usuarios de la troncal, Puerto Inca, El Triunfo, Guayaquil y de mucha gente que habita a los alrededores de dichos lugares y tienen la necesidad de viajar, actualmente la cooperativa la conforman 44 socios que buscan el progreso de la misma.

Brindamos el servicio todos los días del año sin ningún descanso por parte de nuestro personal altamente capacitado. Los vehículos están a disposición del cliente a partir de las 04:40 de la mañana hasta las 19:40, contamos también con el servicio de turismo a diferentes partes del Ecuador y fuera de él. (Sandro, 2012)

La Cooperativa de Transporte Rircay, decidió abrir sus puertas a la ciudadanía, ya que sintió la necesidad que existía en esa localidad, la cual era de lograr trasladarse de un lugar a otro, en la actualidad se encuentra conformada de 44 Socios, procurando brindar un servicio adecuado.

2.1.2. Antecedentes referenciales

Título: LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LAS COOPERATIVAS DE TRANSPORTES DE PASAJEROS INTERCANTONALES Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CANTÓN ROCAFUERTE.

Tipo de trabajo: Tesis de Grado previa a la Obtención del Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

Autoras: Karla María Alcívar Zambrano, Valeria Raquel Moreira Cevallos

Año: 15 Abril 2014

Institución: Universidad Técnica de Manabí

Resumen: El transporte es un elemento constitutivo de la vida urbana y rural, con su mejoramiento contribuye a elevar la calidad de vida de la población en regiones distantes, su deterioro constituye un vector de degradación que deben pagar todos los ciudadanos en mayor o menor medida. Por tal razón, es preocupante constatar que los servicios de los transportes Intercantoniales del Cantón Rocafuerte han decaído en los últimos tiempos.

El transporte público de autobuses en el Ecuador es una actividad económica importante dentro de la economía del país, cabe señalar que éste es esencial para mejorar la eficiencia de la ciudad y disminuir las diferencias de oportunidades de las personas, la mayoría de los transportes públicos funcionan sobre rutas, con los servicios más frecuentes organizados sobre tablas de frecuencias, los valores se mantienen mediante cobro directo a los pasajeros, normalmente son servicios regulados y subvencionados por autoridades locales o nacionales. (Alcibar Zambrano & Moreira Cevallos, 2014)

URI: <http://repositorio.utm.edu.ec/handle/50000/12637>

El transporte público ayuda a la economía del país, este servicio debe ser de calidad, donde los usuarios se sientan satisfechos, y de esta manera tener una mejor opción para desplazarse, este servicio también reduce el congestionamiento de automóviles en las carreteras.

Título: REINGENIERÍA DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DIRECCIONADOS AL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO QUE OFRECE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS MARCELINO MARIDUEÑA PERTENECIENTE AL CANTÓN CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.

Tipo de trabajo: Tesis de Grado previa a la Obtención del Título de Ingenieras Comerciales

Autoras: Kathia Roxana Suárez Arévalo, Lourdes Gabriela Peñafiel Minchala

Año: Julio 2012

Institución: Universidad Estatal de Milagro

Resumen: El desarrollo de esta propuesta fue realizada en la Cooperativa de transporte de pasajeros Marcelino Maridueña cuya ubicación corresponde al cantón Cnel. Marcelino Maridueña en la Cdla. Los Ángeles Mz. 25 villa # 07, esta es una empresa de servicio de transporte Intercantonales que tiene un mercado el cual debe saber aprovechar, pero en la actualidad es sujeto a problemas internos que terminan afectando la imagen así como su economía, motivo por el cual se propuso realizar una reingeniería en a nivel del servicio al cliente que ofrece a sus usuarios. El trabajo de investigación está distribuida en cinco capítulos que componen toda la tesis, se detalla desde su problemática y análisis además de una propuesta establecida en el capítulo v correspondiente a la propuesta de la reingeniería donde se indica el proceder de acuerdo a resultados en base a la encuesta realizada a los usuarios de este medio de transporte según muestreo no probabilístico; donde se constató que la mayoría de la ciudadanía posee un nivel de aceptación alto por la propuesta planteada. Además se realizó un detalle de gastos y la inversión total de esta propuesta, logrando con este proyecto un beneficio para la empresa y demostrando a sus autores que a través de sus conocimientos aportados se podrá intervenir a tiempo en el desarrollo organizacional de una entidad que presente esta clase problemas, permitiendo llenar las expectativas de esta reingeniería de servicios y así cumplir con el requisito previo a obtención de título de tercer nivel planteado por la universidad estatal de milagro. (Suárez Arévalo & Peñafiel Minchala , 2012)

URI: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1020>

La idea de este proyecto nos ayudaría a mejorar la satisfacción de los clientes, para que al momento de trasladarse haciendo uso de este servicio, puedan sentirse complacidos, y poder volver a requerir de aquella ayuda.

Título: “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA A LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES LOJA, PERÍODO 2012 – 2016”

Tipo de trabajo: Tesis previa a Optar el Grado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contador Público – Auditor.

Autora: Nátaly Cristina Sánchez Vivanco

Año: 2013

Institución: Universidad Nacional de Loja

Resumen: La Cooperativa de Transportes Loja actualmente contribuye, con un aporte a la sociedad al brindar servicios y beneficios en la transportación de pasajeros, encomiendas con una cobertura nacional e internacional, por lo que fue necesario incorporar directrices y orientaciones estratégicas para adecuarse a su nuevo ámbito competitivo e incorporar una visión, misión, valores, principios corporativos, líneas de acción con enfoque de proyección a largo plazo, mediante la elaboración de una PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, direccionada a contribuir en el fortalecimiento empresarial de la cooperativa.

Objetivo General.- Diseñar una Planificación Estratégica para la Cooperativa de Transportes Loja, Período 2012-2016, el mismo que se cumplió a cabalidad en el desarrollo de la Planificación Estratégica a la Cooperativa de Transportes Loja.

Primer objetivo específico.- Analizar los factores internos y externos para crear estrategias que le permitan competir y liderar en el mercado, este objetivo se cumplió en la aplicación de la entrevista al gerente de la cooperativa y en la aplicación de las encuestas a los socios, empleados y clientes de la misma, donde permitieron conocer sus falencias y por ende tomar las medidas necesarias para contrarrestarlas.

Segundo objetivo específico.- Aplicar las herramientas necesarias para el desarrollo del proceso de la planificación estratégica, este objetivo se cumplió en la elaboración de la matriz FODA como también en la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) herramientas que ayudaron en la elaboración de los objetivos estratégicos para la Cooperativa de Transportes Loja.

Tercer objetivo específico.- Determinar y desarrollar las etapas de la planificación estratégica, objetivo que se efectuó en el diagnóstico de la situación actual de la Cooperativa, como también en la elaboración del plan estratégico el mismo que consiste en la propuesta de la misión, visión, valores, objetivos estratégicos, estrategias, actividades, responsables, indicadores y el Plan Operativo Anual (POA).

Además se utilizó métodos, como el Científico, que generaliza todos los métodos; técnicas que para la recolección de la información se empleó, la observación, la entrevista al Gerente de la Cooperativa de Transportes Loja y así como también encuestas dirigidas a los socios, empleados y clientes de la misma; siendo estas herramienta indispensable para realizar todo el trabajo de tesis de una forma progresiva y ordenada.

Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones puestas a consideración del gerente tendientes a solucionar los problemas encontrados.

La Cooperativa de Transportes Loja actualmente contribuye, con un aporte a la sociedad al brindar servicios y beneficios en la transportación de pasajeros, encomiendas con una cobertura nacional e internacional, por lo que fue necesario incorporar directrices y orientaciones estratégicas para adecuarse a su nuevo ámbito competitivo e incorporar una visión, misión, valores, principios corporativos, líneas de acción con enfoque de proyección a largo plazo, mediante la elaboración de una PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, direccionada a contribuir en el fortalecimiento empresarial de la cooperativa. Objetivo General.- Diseñar una Planificación Estratégica para la Cooperativa de Transportes Loja, Período 2012-2016, el mismo que se cumplió a cabalidad en el desarrollo de la Planificación Estratégica a la Cooperativa de Transportes Loja.

Primer objetivo específico.- Analizar los factores internos y externos para crear estrategias que le permitan competir y liderar en el mercado, este objetivo se cumplió en la aplicación de la entrevista al gerente de la cooperativa y en la aplicación de las encuestas a los socios, empleados y clientes de la misma, donde permitieron conocer sus falencias y por ende tomar las medidas necesarias para contrarrestarlas. Segundo objetivo específico.- Aplicar las herramientas necesarias para el desarrollo del proceso de la planificación estratégica, este objetivo se cumplió en la elaboración de la matriz FODA como también en la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) herramientas que ayudaron en la elaboración de los objetivos estratégicos para la Cooperativa de Transportes Loja.

Tercer objetivo específico.- Determinar y desarrollar las etapas de la planificación estratégica, objetivo que se efectuó en el diagnóstico de la situación actual de la cooperativa, como también en la elaboración del plan estratégico el mismo que consiste en la propuesta de la misión, visión, valores, objetivos estratégicos, estrategias, actividades, responsables, indicadores y el Plan Operativo Anual (POA). Además se utilizó métodos, como el Científico, que generaliza todos los métodos; técnicas que para la recolección de la información se empleó, la observación, la entrevista al Gerente de la Cooperativa de Transportes Loja y así como también encuestas dirigidas a los socios, empleados y clientes de la misma; siendo estas herramienta indispensable para realizar todo el trabajo de tesis de una forma progresiva y ordena. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones puestas a consideración del gerente tendientes a solucionar los problemas encontrados. (Sánchez Vivanco, 2013)

URI: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/2054>

Este proyecto nos ayudaría a mejorar la satisfacción de los clientes, permitiendo incorporarse a un nuevo ámbito competitivo mediante estrategias que le permitan lograr el cambio, para que al momento de trasladarse los usuarios no tengan inconvenientes o molestias, para que se sientan incomodos o insatisfechos, y en otro momento volver hacer uso de este servicio.

Tema: ANALISIS SITUACIONAL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO CONVENCIONAL URBANO DE PASAJEROS PARA PLANTEAR PROPUESTA EN LA MEJORA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Tipo de Trabajo: Trabajo de titulación, Carrera de Gestión Empresarial

Autor Sarmiento Cedeño Adres Guillermo

Año: 2014

Institución: Universidad Católica De Santiago De Guayaquil

Resumen: En la ciudad de Guayaquil existen dos tipos de Transporte Terrestre Público Urbano de Pasajeros los cuales son: Sistema Integrado de Transporte Masivo (Metrovía) y el Sistema de Transporte Público convencional, los cuales tienen falencias al momento de ofrecer el servicio al usuario. De acuerdo a encuestas realizadas a 400

habitantes de la ciudad de Guayaquil reveló varias insolvencias en el servicio de transporte terrestre público urbano de pasajeros los mismos que vienen desde la época de las locomotoras a vapor, que reemplazaron a las líneas ferroviarias de tracción animal con la aparición de las locomotoras. El humo, el vapor y el ruido se convirtieron desde ese entonces en una de las problemáticas sociales al afectar directamente a la población aledaña a estas vías de transporte. Conjuntamente, la falta de educación de los conductores de los sistemas de Transporte Terrestre Público Urbano de Pasajeros que conducen a exceso de velocidad y con volumen de música alto, volviendo a este servicio de mala calidad. Finalmente, se propone la mejora de los servicios para los Sistemas de Transporte Terrestre Público Urbano de Pasajeros: como primer punto, concientizar a conductores, a usuarios y transeúntes, que deben de respetar las señales de tránsito, como los paraderos establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y las obligaciones de los peatones para evitar accidentes de tránsito. Como segundo punto, implementar el sistema de recaudo único para los Sistema Regular de Transporte Terrestre

Público de Pasajeros en la cual los conductores eviten los roces entre compañeros, al momento que todos ganen por igual y no exista competencia entre las mismas o diferentes compañías. Como punto final y no menos importante es, normar que existan buses en excelentes condiciones y que brinden servicio de ventilación en horas pico para el confort de los usuarios. (Sarmiento Cedeño, 2014)

URI: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/2039>

Este proyecto aportaría mucho a la mejora del servicio de transporte público y para nuestro proyecto de tesis a realizar, donde permitirá que los choferes tomen un poco más de consciencia al manejar, que deben tomar las medidas necesarias, respetando las señales de tránsito, a medida que cumplan todo esto, se llegara al objetivo que toda empresa busca.

Tema: "MODELO DE COMPETITIVIDAD PARA MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE "CITA EXPRESS" DE LA CIUDAD DE AMBATO".

Tipo de trabajo: Trabajo de titulación, Marketing y Gestión de Negocios

Autor: Rosero Manjarrés Jorge Alejandro

Año: Julio 2014

Institución: Universidad Técnica de Ambato

Resumen: La Cooperativa “CITA EXPRESS” se ha dedicado al transporte de pasajeros interprovincial hace ya 46 años, tiempo en el cual ha experimentado muchos cambios, actualmente se encuentra en una etapa de crecimiento, por lo tanto es indispensable tomar acciones estratégicas para mejorar de una manera exitosa el servicio que brinda. Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis del entorno de la empresa, con el fin de establecer un modelo de mejora continua para la empresa y sus clientes. Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los clientes de la empresa indican que es importante corregir los Modelos Competitivos de dicha empresa, puesto que estos modelos que la mayoría de los clientes consideran como una falencia que se debe mejorar.

Así la propuesta resultante de la investigación me direccionó para identificar y diseñar un modelo de Mejoramiento Continuo dirigido a los clientes potenciales, a través de medios de comunicación masivos y también lo que son hojas volantes, páginas web, trípticos, siendo estas actividades encaminadas a satisfacer de la forma esperada a los propietarios y clientes de la cooperativa “Cita Express”. (Rosero Manjarres, 2014)

URI <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8431>

Este proyecto aportara de manera muy significativa, donde nos ayuda a identificar los problemas que afectan a los usuarios, dentro de la satisfacción a los clientes y poder mejorarlo, brindando un servicio óptimo como los clientes se merecen.

2.1.3. Fundamentación Teórica

Servicio al cliente:

Por años, el popular adagio el cliente tiene la razón ha dominado los mercados minoristas. Sin embargo, desde la década de 1990, una nueva tendencia ha aparecido

que coloca al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones de negocios.

La Organización Internacional de Normalización (ISO), se formó en Ginebra, Suiza, en 1946. La organización fijó estándares para el servicio al cliente.

La década de 1980 incluyó a los aparatos electrónicos en discusión. Las agencias como el Instituto de Calidad de Servicio, que ha proporcionado capacitación en el servicio al cliente desde 1971, desarrolló seminarios, libros y videos de capacitación adicionales.

Durante la década de 1990, las compañías se enfocaron más en retribuir a sus clientes proporcionando regalos por la lealtad de los clientes. (Thompson E. (., ehowenespanol, SF)

El cliente es el que siempre tiene la razón, o necesariamente tiene que ser así, porque toda empresa no puede salir adelante si no tiene clientela, donde las organizaciones no podrían darse a conocer en el mercado competitivo, y sus ingresos no serían rentables.

Los procesos de las empresas, la calidad sirve para integrar todas las funciones empresariales en torno al objetivo común, satisfacer al cliente.

Entonces se dice que la calidad se gestiona mediante técnicas de uso regular para gestión de otras funciones empresariales, comercial y producción. (Pérez Fernández de Velasco, Gestión por procesos, 2010)

Los procesos que cada una de las empresas utiliza las diferencian de las demás, ya que cada Organización dispone de una serie de reglas, políticas a la cual deben de cumplir a calidad.

La calidad: podemos definir a la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes.

Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de

los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad.

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su cliente clave; representa, al mismo tiempo; la medida en que se logra dicha calidad.

Cientela clave (el público objetivo)

Cientela clave es aquella que, por sus expectativas y sus necesidades, impone a la Empresa el nivel de servicio que debe alcanzar. También se denomina en mercadotecnia: público objetivo.

Actualmente, tanto en el terreno industrial como en el de gran consumo, los mercados se segmentan cada vez más como consecuencia de la diversidad creciente de los gustos y preferencias de los clientes.

Ante la diversidad de necesidades, cada servicio debe seleccionar una clientela clave, ya que intentar satisfacer un poco a todos los consumidores se ha convertido en el medio más seguro de fracasar. (S.L, 2010)

La ventaja que debería tener toda empresa es la clientela clave, que es la que siempre está exigiendo la necesidad que estos requieren, donde la organización debe mejorar para poder obtener cada objetivo propuesto.

La excelencia en la atención y las relaciones con el cliente del transporte público de personas, constituyen un factor de primer orden, pues ya es bien sabido que las empresas que más venden no son necesariamente las que ofrecen los mejores precios ni los mejores productos, en este caso, los pasajeros bien atendidos.

Relaciones Humanas: disciplina que estudia las actividades, actitudes e interrelaciones resultantes del trato entre dos o más personas.

Importancia: el conductor de transporte público, debe tener presente que la razón de ser y la clave del éxito en su trabajo la constituye la relación con el cliente, de ahí la importancia de asumir posiciones de cortesía, honestidad y trato justo, puesto que con

estos tipos de comportamiento se beneficia usted y la empresa. Los clientes o usuarios aprecian aquellos que demuestran intereses y que van más allá de lo rutinario para brindar el servicio, lo que hace que este sea positivo y reduce en bienestar para el cliente.

La calidad es saber que quiere un cliente y ofrecérselo, este cliente tiene necesidades y espera que estas le sean satisfechas: paralelamente a algo que el cliente quiere, hay algo que no quiere.

Usualmente los clientes de cualquier tipo de servicio o producto quieren trato cordial, atención pronta, respuesta rápida y eficaz. (Transportes, Consejo de Seguridad Vial, Dirección General de Dirección Vial, & Departamento Formación y Capacitación, SF)

En la actualidad existen un sin número de Empresas que ofrecen el servicio de Transporte Público, pero la mayoría de ellas no se dan en cuenta que los clientes son lo más importante para toda Cooperativa, ya que de ellos depende su crecimiento.

Tipos de atención al cliente

Existen diferentes tipos de atención al cliente, en función del criterio que se utilice para su clasificación. Se trata de diferentes maneras en las que se da la interacción con nuestros clientes, teniendo en cuenta distintas variables.

Si usted piensa en la manera como se da la relación y el medio, entonces tendrá:

- **Atención presencial.**- En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.
- **Atención telefónica.**- Este tipo de atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.
- **Atención virtual.**- Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio

electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, etc.

Si piensa en la intención que puede existir en el contacto con el cliente, puede distinguirse:

- **Atención proactiva.** - Cuando buscamos crear necesidades en el cliente y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo.
- **Atención reactiva.**- En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del cliente hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el cliente.
- Por último, si pensamos en el papel que juega la persona en la compra, también tenemos diferentes tipos de atención al cliente:
- **Atención directa.** - Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.
- **Atención indirecta.** - Por contra, cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta. Es importante identificar cada uno de los roles para satisfacer las necesidades de todos los actores que intervienen en la transacción. (Maniviesa, pymarang, 2015)

La calidad y el servicio se dan cuando la organización atiende cada uno de los requerimientos que el cliente necesita, innovando para poder brindar una excelente asistencia y que el usuario se sienta satisfecho, y tenga la necesidad de volver a usarlo, dándole el trato necesario que este se merece, por ende toda Institución debe de tener un trato adecuado con los clientes ya que son la fuente principal para el crecimiento y éxito de la misma.

Organización

La organización como todo sistema posee una estructura, para el efecto existe una división de funciones, tareas y responsabilidades, con jerarquías y niveles de relaciones

entre sus miembros, cada elemento tiene un nivel jerárquico y una capacidad de decisión y de ejecución diferente, todos los elementos interactúan directa o indirectamente en función a los fines del todo. En esa interacción a veces surgen conflictos que son resueltos por la autoridad de la misma organización.

La organización es un sistema que tiene una dinámica interna, los cuales constituyen sus procesos internos que también se denominan flujos y en ella existen los siguientes:

- Un flujo físico, de materias primas e insumos que se convierten en bienes o servicios.
- Un flujo económico, compuesto por la circulación de dinero y mercancías.
- Un flujo de trabajo, compuesto por las tareas y actividades humanas que conforman redes de trabajo.
- Un flujo de información, producto de la comunicación formal e informal entre los miembros.
- Un flujo de autoridad, donde el poder se desplaza desde la cúspide hasta la base.
- Un flujo de decisiones, son las opciones escogidas que guían las acciones hacia los objetivos.
- Un flujo psicológico, de actitudes y valores que crean y condicionan el clima y la cultura organizacional. (Cueva, 2010)

La organización en las Empresas conlleva un grado de aceptación muy importante entre los encargados de la misma, ya que a menudo que pase el tiempo la organización representa un papel fundamental para su crecimiento o desarrollo.

Procesos

Los procesos son un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

Límites, elementos de un proceso y factores de un proceso

Los procesos han existido desde siempre ya que es la forma más natural de organizar el trabajo; otra cosa bien distinta es que los tuviéramos identificados para orientar a ellos la lección. Para ellos, y en primer lugar hemos de:

- Determinar sus límites para en función de su nivel asignar responsabilidades.
- Identificar sus elementos y factores para determinar sus interacciones y hacer posible su gestión.

Límites de un proceso

No existe una interpretación homogénea sobre los límites de los procesos ya que varía mucho con el tamaño de la empresa. Lo realmente importante es adoptar un determinado criterio y mantenerlo a lo largo del tiempo. Parece lógico que:

- a) Los límites del proceso determinan una unidad adecuada para gestionar en sus diferentes niveles de responsabilidad.
- b) Estén fuera del departamento para poder interactuar con el resto de procesos (proveedores y clientes).
- c) El límite inferior sea un producto con valor.

Teniendo en el punto de vista la tradicional organización por departamentos, en cuanto a su alcance, existirían tres tipos de procesos:

- Unipersonales
- Funcionales o intradepartamentales
- Interfuncionales o interdepartamentales

Elementos de un proceso

Todo proceso tiene tres elementos:

- a) Un input (entrada principal), producto con unas características objetivas que responda al estándar o criterio de aceptación definido.

El input es un producto que proviene de un suministrador externo o interno, es la salida de otro proceso (procedente de la cadena de valor) o de un proceso del proveedor o del cliente).

La existencia del input es lo que justifica la ejecución sistemática del proceso.

- b)** La secuencia de actividades propiamente dicha. Unos factores medios y recursos con determinados requisitos para ejecutarlos siempre bien a la primera: una persona con la competencia y autoridad necesarias para asentar el compromiso de pago, hardware y software para procesar las facturas, un método de trabajo (procedimiento), un insumo e información sobre que procesar y como (calidad) y cuando entregar el output al siguiente eslabón del proceso administrativo.

Algunos de estos factores del proceso son entradas laterales es decir, inputs necesarios o convenientes para la ejecución del proceso, pero cuya secuencia no lo desencadena. Son también productos que provienen de otros procesos con los que interactúan.

Un sistema de control conocido con indicadores de funcionamiento del proceso y medidas de resultados del producto del proceso y del nivel de satisfacción del usuario (interno muchas veces).

- c)** Un output (salida), producto con la calidad exigida por el estándar del proceso: el impreso diario con el registro de facturas recibidas, importe, vencimiento, etc.

La salida es un producto que va destinado a un usuario o cliente (externo o interno); el output final de los procesos de la cadena de valor es el input o una entrada para un proceso del cliente.

Recordemos que el producto del proceso (salida) ha de tener un valor intrínseco, medible o evaluable, para su cliente o usuario.

Propugnamos considerar siempre dos tipos de output:

- De producto tangible que posteriormente será sometido a control de calidad (medición y seguimiento del producto según ISO 9001).
- Finalista, de eficacia (resultados) o sus sinónimos valor, satisfacción.

Entre estos dos output tiene que haber una gap o desfase temporal durante el cual el cliente hace alguna actividad (el proceso del cliente).

Factores de un proceso

- 1. Personas:** un responsable y los miembros del equipo de proceso, todas ellas con los conocimientos, habilidades y actitudes (competencias) adecuados. La contratación, integración y desarrollo de las personas la proporciona el proceso de Gestión de Personal.
- 2. Materiales:** materias primas o semielaboradas, información (muy importante especialmente en los procesos de servicio) con las características adecuadas para su uso. Los materiales suelen ser proporcionados por el proceso de Compras.
- 3. Recursos físicos:** instalaciones, maquinaria, utillajes, hardware, software que han de estar siempre en adecuadas condiciones de uso. Aquí nos referimos al proceso de Gestión de Proveedores de bienes de inversión y al proceso de Mantenimiento de la Infraestructura.
- 4. Métodos/Planificación del proceso:** método de trabajo, procedimiento, hoja de procesos, gama, instrucción técnica, instrucción de trabajo, etc.

Es la descripción de la forma de utilizar los recursos, quien hace qué, cuándo y ocasionalmente el cómo.

Se incluye el método para la medición y el seguimiento el:

- Funcionamiento del proceso (medición o evaluación).
- Producto del proceso (medida de cumplimiento).
- La satisfacción del cliente (medida de satisfacción).

- 5. Medio Ambiente** Un proceso está bajo control cuando su resultado es estable y predecible, lo que equivale a dominar los factores del proceso, supuesta la conformidad del input. En caso de un funcionamiento incorrecto, poder saber cuál es el factor que lo ha originado es de capital importancia para orientar la acción de mejora (gestión de calidad). (Pérez Fernández de Velasco, Gestión de

Procesos, 2010)

Una organización genera actividades, que deben ser de calidad hacia sus consumidores, utilizando procesos, estrategias que le permitan identificar cada una de las dificultades y saber cómo enfrentarlas mediante propuestas que la lleven al cambio esperado.

No existe una fórmula exacta para lograr el éxito en la organización. Sin embargo, sí hay algunos puntos clave entre ellos estar atentos para actuar, tener objetivos claros, enfocarse en el cliente, diferenciarse y motivar a las personas para obtener buenos resultados y mejorar el desempeño de la empresa. Estar atento, analizar en detalle todas las oportunidades, evaluar los elementos a favor y en contra y pedir consejos, son algunas de las particularidades que debe cumplir cualquier empresario por más pequeño que sea su negocio.

“Aprovechar las oportunidades no es cuestión de suerte, sino de un esfuerzo continuo y análisis de la situación”. Aprender de los clientes permite ofrecer calidad, servicio y confiabilidad, marcando una diferencia con los competidores. Para ello, es necesario realizar estudios previos de mercado, con el fin de recopilar, registrar y analizar datos en relación con el segmento específico (target) al cual la empresa ofrece sus productos o servicios.

La calidad es una valoración subjetiva que las personas perciben o asignan a un producto o servicio, teniendo en cuenta el grado de cumplimiento de las necesidades y expectativas planteadas. Hoy, un producto que no tiene un valor adecuado para el consumidor, produce un valor económico negativo a la empresa, independientemente de lo productivo que resulte su fabricación. Si el cliente no valora un atributo del bien o servicio que brindamos, difícilmente estará dispuesto a pagarlo y en consecuencia, hemos dedicado recursos (dinero, tiempo, etc.) a producir algo que el cliente no está dispuesto a pagar en la medida que no le genera un beneficio concreto. Explorar el entorno permite conocer las condiciones actuales de la industria o sector y también observar cómo se desenvuelven nuestros competidores y las preferencias de los clientes. Es necesario estar informado sobre el entorno inmediato, con el fin de evaluar el contexto en el que nuestra empresa funciona. (Furque, miguel furque, 2011)

Toda organización para saber qué es lo que requiere el consumidor, debe hacer un estudio de mercado, saber escuchar y estar a la par con el cliente, innovar, brindar productos o servicios de calidad, esto permitirá que se diferencien de los demás, donde el cliente se sentirá complacido.

Transportación

Es un conjunto de características de desempeño que se adquieren a determinado precio, la variedad de servicios de transportación es casi limitada.

Existen cinco modalidades se las puede utilizar combinadas, por ejemplo, transportación, asociaciones, de expedidores y corredores para facilitar estos servicios. La existencia de las demandas muy fuertes y crecientes para cubrir las variables necesarias de desplazamiento de carga y pasajeros en todo el territorio Nacional. (catarina.udlap, SF)

La transportación tiene que ver con el desplazamiento de personas u objetos de un lugar a otro.

El transporte es el traslado de un elemento desde un lugar a otro (personas, animales, materia, energía o un fluido), por sí mismo no tiene un propósito, pero es un medio necesario para cumplir con objetivos superiores.

Se necesitan 5 elementos para que ocurra una transportación:

- Una infraestructura o espacio físico, incluye terminales o puertos.
- Un vehículo (cuerpo o tecnología)
- Energía (combustible o impulso)
- Un operador
- Servicios de soporte que permiten que ocurra de forma segura.

Para transportarnos podemos usar nuestros propios medios de transporte o los transportes públicos dependiendo de la distancia, la frecuencia y de nuestra disponibilidad de tiempo, recursos y necesidad de hacerlo confortablemente.

El transporte privado es aquel en el que somos operadores, podemos escoger una ruta, la hora de partida, e interferir en la rapidez del viaje. El usuario se hace cargo de los

costos del vehículo (el taxi se clasifica como transporte privado aunque esté disponible al público.

Los transportes públicos son compartidos con otras personas y están disponibles para la gente en general. Se paga una tarifa. Tienen una ruta, paradas, un horario establecido y una velocidad de operación. (Estefani, 2013)

Si hablamos de la transportación, nos referimos al modo de trasladarse de un lugar a otro en un tiempo determinado, usando nuestros propios medios o haciendo uso de un transporte público, en la actualidad la transportación sin duda es muy importante, ya que de ello depende el desarrollo económico y sustentable en nuestro País.

Competencia

La fuerza que surge para formar a la gente en competencias, tiene que ver con la transformación productiva ya que hasta los años ochenta la innovación provenía de la inversión en ciencia y tecnología, que al aplicarse al proceso productivo, diseñaban la organización de la producción y el trabajo bajo sistemas tecnológico-organizativos cerrados. En este esquema los parámetros de competitividad se reducían a una sola dimensión: el precio. Los aspectos vinculados a la creatividad y al conocimiento del trabajador eran generalmente minimizados. (García, 2010).

La competencia se define como una situación tal en la que los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir dónde y a quién comprarlos. En concreto, la competencia existe, siempre que haya una pluralidad de oferentes y demandantes. De esta manera, se limitan ambas partes, la oferta contra los consumidores limitados, y la demanda contra la producción limitada. Pero también puede llegar a formarse el Oligopolio.

Pero, en el mundo que vivimos, no todo es libre. La competencia se encuentra regulada (en casi todos los países del mundo) en cuanto a las relaciones económicas y sociales para no caer en lo que se denomina competencia desleal o mercados imperfectos, donde no se cumple la pluralidad de oferta y demanda. Para lograr mantener una

competencia medianamente sana, existen reglas jurídicas a ser: protección de la propiedad privada, reglamento contra monopolios y competencia. (Rombiola, 2013)

La competencia en nuestro País se ha desbordado, debido a la gran cantidad de Empresas que ofrecen variedad de productos y servicios, viéndose en la obligación de la mejora continua, para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

La competencia está definida por una rivalidad u oposición entre por lo menos dos empresas que se enfrentan en un mercado por demandar u ofrecer un mismo servicio o producto. Existen distintos tipos de competencia.

Tipos de Competencias

- **Perfecta:** aquí ninguna de las empresas, tanto compradoras como vendedoras de un mismo bien o servicio, pueden influir en sus precios. Esto se debe a que los productores venden porciones muy pequeñas en relación a la producción total o bien, a que los compradores consumen una proporción también pequeña en relación a la producción total.
- **Imperfecta:** en oposición a la competencia perfecta, en esta alguno de los agentes del mercado tiene la posibilidad de influir en los precios. En la competencia imperfecta se puede hablar, dentro de los vendedores, de tres clases de competencias. (tiposde.org, 2012)

La competencia hoy en día está muy presente en las diferentes áreas, se expone como una concurrencia o impedimento entre dos o más Empresas generadoras del mismo servicio, ya que día a día se encuentran en un continuo enfrentamiento en los mercados, la Cooperativa Rircay hoy en día posee competencia, y es por eso que debe de enfocarse en que la Empresa como tal no sea afectada.

Liberalización.- A cualquier país le resulta imposible en la actualidad prosperar con la carga de una infraestructura de servicios ineficiente y cara, los productores y exportadores de tejidos, tomates o cualquier otro producto no serán competitivos si no tienen acceso a unos sistemas bancarios, de seguros, contables, de telecomunicaciones y de transporte eficientes, en los mercados en los que el suministro es insuficiente, las importaciones de servicios esenciales pueden ser tan trascendentales como las importaciones de productos básicos.

Las ventajas de la liberalización de los servicios van más allá que las propias ramas de prestación de servicios; sus efectos se hacen sentir en todas las actividades económicas. (wto.org, 2015)

La Comisión anima a los Gobiernos a que abran a la competencia estos servicios (también conocidos como “servicios de interés económico general”. El objetivo es que los consumidores paguen precios más equitativos por unos servicios de mejor calidad, al tiempo que se garantiza la disponibilidad universal de estos servicios incluso en las zonas donde no resultan rentables.

Los países de la UE pueden confiar determinadas funciones de servicio público a una empresa privada, a la que atribuyen obligaciones, derechos específicos y una compensación económica que debe ser compatible con las normas sobre ayudas estatales.

¿Cuáles son las ventajas de la liberalización?

- Los consumidores pueden elegir entre una gama más amplia de productos y prestadores de servicios.
- Los ciudadanos se benefician de precios más bajos y de nuevos servicios, que son generalmente más eficientes y accesible al consumidor.
- Nuestras economías ganan en competitividad.

¿Pueden prestarse debidamente los servicios públicos en un mercado competitivo?

Sí, a condición de que exista una regulación para garantizar que sigan prestándose los servicios públicos y que los intereses de los consumidores no resulten perjudicados.

La Comisión siempre tiene en cuenta las obligaciones especiales que recaen en las entidades que gozan de “derechos de monopolio”. De este modo garantiza la existencia de una competencia leal, sin desventajas para el proveedor obligado a prestar servicios de interés público aunque no sean rentables. (europa.eu, 2012)

La Competencia en la mayoría de los casos siempre va a ser una desventaja para los propietarios y accionistas de las diferentes Empresas ya que deben de enfocarse de una manera más eficiente en el rendimiento de la misma, pero para los clientes o usuarios representa una ventaja ya que para ellos representa más opciones al momento de decidirse que servicio es el más adecuado para su uso.

Profesionalismo

El profesionalismo y la ética de trabajo son dos características importantes en el entorno de la pequeña empresa. Los dueños de negocios a menudo utilizan estos elementos para asegurar que su empresa opera de la mejor manera posible profesional y ética. Mientras que las empresas pueden iniciarse bajo una variedad de circunstancias, a menudo contienen elementos de negocio similares. El estilo y la estructura de la organización pueden depender también de uso personal del empresario de profesionalismo y su ética de trabajo al manejar situaciones de negocios.

Las claves del profesionalismo.- La cortesía, la honestidad y la responsabilidad en los compromisos asumidos son parte fundamental del profesionalismo. En particular cuando se trata de tareas que implican relación cara a cara con otras personas, el profesionalismo tiene muy en cuenta la relación interpersonal que se genera.

La cooperación entre los distintos sectores de una empresa también será una muestra del profesionalismo de los sujetos involucrados. Esto se remarca especialmente, pues a menudo la repetición de tareas aleja a los individuo de los objetivos generales de la organización, en tal caso será una muestra de profesionalismo por parte de los directivos insistir en que no se pierdan de vista los objetivos de la compañía toda. (tiposde.org, 2012)

Características

El profesionalismo y la ética de trabajo mostrado por las personas en el entorno empresarial se pueden construir en torno a un sistema interno moral o código ético. La moral y la ética suelen representar las creencias personales que los individuos demuestran cuando se trabaja en el negocio. Los rasgos comunes a menudo incluyen

la transparencia, la honestidad y la integridad. Estos rasgos personales a menudo se mostrarán públicamente cuando las personas responden a las situaciones de negocios. Una ética profesional puede ser vista como alguien que "hace lo que predica" en cuanto a su moral personal y la ética.

Las pequeñas empresas suelen utilizar profesionalidad para ayudarles a establecer una buena reputación en el entorno empresarial. Debido a que muchas de ellas empresas han limitado los recursos de capital durante los primeros años de operaciones, una estrategia publicitaria importante es el boca a boca. Las pequeñas empresas que tratan a cada cliente de una manera profesional y muestran una fuerte ética de trabajo al completar las funciones empresariales o responsabilidades pueden contribuir al desarrollo de la buena voluntad positiva entre los consumidores.

(Osmond Vitez, 2015)

Al profesionalismo se lo conoce como la aptitud o capacidad para el desempeño de una serie de funciones, y sobre todo son aquellas destrezas, actuaciones, que conllevan al respeto, prudencia, la honestidad y la eficiencia de las actividades asignadas, la empresa está obligada de que cada uno de sus trabajadores lo posean, ya que muchas vidas depende de ello.

2.2. MARCO LEGAL

Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de los Servicios de Transporte

Art. 52.- El Estado garantizará la prestación del servicio de transporte público en forma colectiva y/o masiva de personas animales y bienes, dentro del territorio nacional, haciendo uso del parque automotor ecuatoriano y sujeto a una contraprestación económica.

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. 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, hombres, adultos mayores 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.

Art. 55.- El transporte público se considera un servicio estratégico, así como la infraestructura y equipamiento auxiliar que se utilizan en la prestación del servicio. Las rutas y frecuencias a nivel nacional son de propiedad exclusiva del Estado, las cuales podrán ser comercialmente explotadas mediante contratos de operación.

Art. 56.- El servicio de transporte público podrá ser prestado por el Estado u otorgado mediante contrato de operación a operadoras legalmente constituidas. Para operar un servicio público de transporte deberá cumplir con los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento. Comprende también al que se presta mediante tranvías, metros, teleféricos, funiculares y otros similares y será servido a través de rutas, cables o fajas transportadoras preestablecidas. (LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL, 2014)

Plan Nacional del buen Vivir 2013-2017

Objetivo # 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

El trabajo en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de una economía, es fuente de realización personal y es una condición necesaria para la consecuencia de una vida plena el reconocimiento del trabajo como un derecho, el más alto nivel de la de la legislación nacional, da cuenta de una histórica luchadora

sobre lo cual se han sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y el mundo.

“Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.

La constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable, el mismo que debe desarrollarse en función del ejercicio de los derechos de los trabajadores. Lo anterior exige que los esfuerzos de política pública, además de impulsar las actividades económicas que generen trabajo, garanticen remuneraciones justas, ambientales de trabajos saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación. Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR , 2013-2017)

Código de Trabajo del Ecuador

Título preliminar

Disposiciones fundamentales

Art. 1.- **Ámbito de este Código.-** Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.-** El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- **Libertad de trabajo y contratación.-** El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente, en general, todo trabajo debe ser remunerado.

De las Asociaciones de trabajadores y de los conflictos colectivos

Art. 440.- **Libertad de asociación.-** Los trabajadores y los empleadores, sin ninguna distinción y sin necesidad de autorización previa, tienen derecho a constituir las asociaciones profesionales o sindicatos que estimen conveniente, de afiliarse a ellos o de retirarse de los mismos, con observancia de la ley y de los estatutos de las respectivas asociaciones.

Las asociaciones profesionales o sindicatos tienen derecho de constituirse en federaciones, confederaciones o cualesquiera otras agrupaciones sindicales, así como

afiliarse o retirarse de las mismas o de las organizaciones internacionales de trabajadores o de empleadores.

Todo trabajador mayor de catorce años puede pertenecer a una asociación profesional o a un sindicato.

Las organizaciones de trabajadores no podrán ser suspendidas o disueltas, sino mediante procedimiento oral establecido en este Código. Si la suspensión o disolución fuere propuesta por los trabajadores éstos deberán acreditar su personería.

Cuando un empleador o empresa tuviere varias agencias o sucursales en diferentes provincias, los trabajadores en cada una de ellas pueden constituir sindicato o asociación profesional. Los requisitos de número y los demás que exija la ley se establecerán en relación con cada una de tales agencias o sucursales.

Art. 441.- Protección del Estado.- Las asociaciones de trabajadores de toda clase están bajo la protección del Estado, siempre que persigan cualquiera de los siguientes fines:

1. La capacitación profesional;
2. La cultura y educación de carácter general o aplicada a la correspondiente rama del trabajo;
3. El apoyo mutuo mediante la formación de cooperativas o cajas de ahorro; y,
4. Los demás que entrañen el mejoramiento económico o social de los trabajadores y la defensa de los intereses de su clase.

Art. 442.- Personería jurídica de las asociaciones profesionales o sindicatos.- Las asociaciones profesionales o sindicatos gozan de personería jurídica por el hecho de constituirse conforme a la ley y constar en el registro que al efecto llevará la Dirección Regional del Trabajo. Se probará la existencia de la asociación profesional o sindicato mediante certificado que extienda dicha dependencia.

Con todo, si una asociación profesional o sindicato debidamente constituido ha realizado actos jurídicos antes de su inscripción en el registro y luego de la remisión de los documentos de que trata el artículo siguiente, el efecto de la inscripción se retrotrae a la fecha de la celebración de dichos actos jurídicos.

Art. 443.- Requisitos para la constitución de asociaciones profesionales o sindicatos.- Para los efectos contemplados en el artículo anterior los fundadores, en número no menor de treinta al tratarse de trabajadores, o de tres al tratarse de empleadores, deben remitir al Ministerio de Trabajo y Empleo, en papel simple, los siguientes documentos. (CODIGO DE TRABAJO DEL ECUADOR, 2015)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Aptitud: es la habilidad de una persona o cosa que posee para efectuar una determinada actividad o la capacidad y destreza para el buen desempeño de un negocio, industria, arte, entre otros. (Significados , 2013)

La aptitud es con lo que cada persona cuenta, esto ayuda a la construcción de un cambio, ambiciones y logro en cada individuo, para que pueda realizar alguna actividad, dando a conocer sus habilidades y destrezas.

Calidad: puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, entenderse como una corriente de pensamiento que impregna toda la empresa calidad se configura como una modelo de gestión y un estilo de dirección implantado en las empresas líderes. (facmed.unam, SF)

La calidad es lo que le diferencia de otro producto, ya que cuenta con características confiables de acuerdo a los gustos y favoritismos que existe en el Mercado.

Capacidad: Conjunto de condiciones intelectuales para el cumplimiento de una función o el desempeño de un cargo. (Larousse, Diccionario Enciclopédico , 2009)

Se refiere a las actitudes que tiene cada persona para poder desempeñar alguna actividad en cualquier organización.

Competencia: Es la capacidad de movilizar recursos cognitivos para hacer frente a un tipo de situaciones con buen juicio, a su debido tiempo, para definir y solucionar verdaderos problemas. (Martínez Garnelo, 2010)

Competencia es la capacidad que poseen las empresas para poder sobresalir ante el nacimiento de otras para lograr enfrentarse en un determinado tiempo.

Confiabilidad: se puede definir como la capacidad de un producto de realizar su función de la manera prevista, también como la probabilidad en que un producto realizará su función prevista sin incidentes por un período de tiempo especificado y bajo condiciones indicadas. (García Santillán & Lamadrid Landa, S.F.)

Este término se lo usa para generar un cierto grado de seguridad ante cualquier situación presentada, ya que esta puede debilitarse o reforzarse dependiendo de las acciones de otra persona.

Cooperación: alude a la solución de una táctica o habilidad que se puede aplicar al procedimiento o a la labor desarrollada por un conjunto de individuos o establecimientos que comparten un interés y un propósito, debido a que son utilizados como un sistema que facilitan la adquisición del logro o del propósito que se planteó. (García, 2014)

Es la labor que se le da al realizar alguna actividad, para desarrollarla bien, o a la medida de lo que busca la persona, poniéndole el interés posible lo cual facilite la actividad.

Cliente: Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Chamorro Gonzalez, 2013)

El cliente es la persona que siente la necesidad de la adquisición de un producto o servicio, es decir realiza una compra por medio de un pago correspondiente.

Demanda: es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la oferta) y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson I. , 2012)

Es la cantidad o calidad de bienes o servicios los cuales pueden ser adquiridos en diferentes precios dentro del mercado por los clientes o por la demanda total en el mercado.

Directivo: Aquel que asume la responsabilidad de facilitar que el conjunto de personas que forman la Empresa alcancen de forma satisfactoria los objetivos establecidos (Manual del directivo eficaz, 2001)

El directivo es la persona que crea conjuntos más allá de las partes de la institución, es el que trabaja, da credibilidad a cada una de las actividades que las demás pronas están desempeñando, inspira respeto y confiabilidad.

Entorno: El entorno son las fuerzas directas e indirectas que condicionan la vida de la empresa, su actuación y sus logros o fracasos. En el entorno directo de la empresa, podemos situar a los proveedores, a los clientes y a la competencia, y en el entorno indirecto; vinculado a la empresa pero con impacto mediato sobre ella: la tecnología, las leyes, la economía, la política, la geografía, las prácticas sociales. (Larousse, Diccionario Manual de Sinónimos y Antónimos de la Lengua Española Vox., 2007)

Es la parte donde se desarrollan las negociaciones, y aquí es donde se ven si estos negocios tienen éxito o fracaso, mediante las medidas tomadas.

Ética: La ética es la disciplina que se ocupa de pensar el valor del bien, su naturaleza, su relación con otros valores y la fundamentación de las normas morales que rigen nuestras acciones. (Educatina , 2015)

Ética es la forma de actuar, que conlleva en lograr cumplir lo que deseamos de la manera más clara posible, se la relaciona con la conducta que poseemos todos los seres humanos.

Métodos: Son una forma de consulta ideada para proveer asesoramiento sobre como dividir las actividades, como agrupar las tareas, como disponer procedimientos y como llevar trabajos administrativos mecánicos con la mayor economía de esfuerzo y con el máximo de eficacia en los resultados. (Administrativos, 2013)

Los métodos son modos, estilos o proceder que utiliza cada empresa al momento de la realización de las actividades o servicios que quieran brindar a la sociedad.

Negocio: El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores. (Definicion.de.negocio, 2008)

Son actividades relacionadas con bienes, servicios, para satisfacer las necesidades del consumidor, con ciertas dificultades al momento de realizarlas, pero se deben tomar las respectivas acciones que permitan llegar al objetivo.

Organización: es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. (Definición , 2015)

La organización es un conjunto de actividades que se plantean y se llegan a generar en una empresa para alcanzar las metas propuestas por las mismas, obteniendo la eficiencia en todo lo que se llegare a realizar.

Procesos: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados. (Muro, 2010)

Los procesos son una cadena de procesos a seguir que se orienta en cumplir con los objetivos propuestos, mejorando la producción de un producto o servicio para la detección de cualquier problema que podría nacer en la Empresas.

Profesionalismo: Se denomina profesionalismo a la capacidad y a la preparación para el desempeño de una tarea por la que se obtiene un beneficio. (Definición)

Profesionalismo es la disposición o aptitud que posee una persona para desempeñar una función de una manera adecuada logrando objetivos propuestos, de la mejor manera posible.

Recursos: Es todo material Producto, servicio o información que es usado por la humanidad para satisfacer sus deseos o necesidades. (Sabiodocs, SF)

Los recursos son materiales que utiliza una Empresa para poder lograr producir una rentabilidad en beneficio de los dueños y clientes de la misma, logrando una satisfacción plena a la parte demandante.

Satisfacción del cliente: Es el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa. (Calidad, Gestión, 2011)

La satisfacción del cliente es cumplir a plenitud los requerimientos y expectativas del cliente, brindándole un producto o servicio de calidad.

Servicio: Es una actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. (Promonegocios.net, 2012)

Al servicio se lo conoce como una actividad que se realiza con el afán de satisfacer necesidades de las personas que requieran de él.

Trabajo digno: es un elemento esencial del ordenamiento jurídico colombiano, como lo atestigua su consagración constitucional y su presencia reiterada en la jurisprudencia, el trabajo digno es un derecho y una obligación social, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas". (trabajodecente, 2013)

Toda persona tiene derecho a un trabajo digno y gozar de cada uno de los privilegios que por ley le corresponden, pero de la misma manera poder cumplir con las leyes establecidas.

Transportación: Comprende todos los servicios del transporte, prestados por residentes de una economía para los de otra, que entrañen el transporte de pasajeros, el traslado de bienes, el alquiler de medios de transporte tripulados y de servicio. (Fund, S.F.)

La transportación es la manera de trasladarse de un lugar a otro, es decir abarca una serie de servicios que ofrece el transporte.

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis general

- Las deficientes condiciones de servicio al cliente de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón La Troncal da lugar a la insatisfacción de los clientes.

2.4.2. Hipótesis particular

- Falta de competencia genera los cobros inadecuados a los clientes por parte de los directivos de la cooperativa.
- La falta de profesionalismo genera un alto nivel de accidentes.
- La mala organización por parte de los directivos de la empresa generaría el desacuerdo por parte de los socios.
- El exceso de pasajeros en la cooperativa produciría incomodidad en los clientes.

2.4.3. Declaración de variables

Variable Independiente

- Condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal.
- Falta de competencia
- Deficiente de profesionalismo
- Mala organización
- Exceso de pasajeros

Variable dependiente.

- Insatisfacción de los clientes.
- Inadecuados cobro de las tarifas.
- Alto nivel de accidentes
- Desacuerdo por parte de los socios.
- Incomodidad que brinda a los clientes durante el viaje.

2.4.4. Operacionalización de Variables

Cuadro 1. Operacionalización de Variables

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES			
VARIABLE	TIPO	DEFINICIÓN	INDICADOR
Condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal.	I	Es la manera que la institución cuenta para brindar a sus usuarios una mejor asistencia de calidad y que estos se sientan satisfechos haciendo uso del mismo.	Porcentajes de clientes que demuestren la satisfacción al hacer uso de este medio de transporte.
Falta de competencia	I	Es cuando un gobernante acoge una disposición sin estar capacitado para ello, esto sería contradictorio por el desconocimiento de los elementos.	Porcentajes de clientes quienes se vean perjudicados por los cobros inadecuados, los cuales establece la cooperativa.
Deficiente profesionalismo	I	Carecer de capacitaciones, evitando regirse a las normas decretadas con una conducta y actitud no acordes a las necesidades de los clientes.	Encuestas

Mala organización	I	Es la incapacidad para poder distinguir las actividades necesarias que se presentan, también implica una pérdida de tiempo, donde afecta a los ingresos de la empresa.	Entrevistas
Exceso de pasajeros	I	Es la demasía en el servicio público de transporte, esto es un delito de tránsito que será sancionado por la ley con prisión, donde el único responsable será el propietario del vehículo.	Encuestas
Insatisfacción de los clientes.	D	Es el incumplimiento a las peticiones del consumidor, no cumpliendo con cada una de las expectativas, sin brindarles un producto o servicio de calidad.	Encuestas
Inadecuados cobro de las tarifas.	D	Es la exageración por parte de los directivos de empresa, al momento de establecer las políticas de recaudo.	Porcentaje de clientes que se sienten afectados por las políticas de precios que genera esta cooperativa
Alto nivel de accidentes	D	Es un elevado porcentaje de percances, que se pueden suscitar por diferentes motivos, donde se generan consecuencias graves.	Observación

Desacuerdo por parte de los socios.	D	Son contradicciones que se generan por parte de los directivos de la empresa, donde al no ponerse de acuerdo con las ideas expuestas.	Entrevistas
Incomodidad que brinda a los clientes durante el viaje.	D	Son las molestias causadas hacia los usuarios, por las anomalías brindadas en el servicio.	Encuestas

Realizado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

En este capítulo vamos a conocer la trascendencia de los métodos y técnicas que procederemos a emplear para adquirir un resultado eficiente, el cual favorecerá con la comprensión adecuada de las condiciones de servicio que ofrece la Cooperativa.

En este proyecto se está utilizando varios tipos de investigación, entre ellos tenemos, la investigación Exploratoria, Descriptiva, y de Campo.

Investigación Descriptiva.- Persigue como su nombre lo indica, describir que es lo que está ocurriendo en un momento dado: porcentaje al público objetivo que consume una marca en un lugar determinado. (Merino Sanz, Pintado Blanco , Sánchez Herrera , & Ildfonso Grande , 2015)

Este tipo de Investigación nos va a ayudar con la identificación de todas las características referentes al mercado, como por ejemplo los requerimientos, estado Socioeconómico, hábitos y cultura, examinando las respectivas necesidades que el cliente requiere satisfacer.

Investigación Exploratoria.- Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. (Martínez Coll, SF)

Esta investigación es muy importante, ya que nos permitirá conocer todo lo referente al tema de estudio expuesto, lo cual se procederá a la realización por medio de encuestas dirigidas a los clientes y empleados de dicha Cooperativa.

Investigación de campo.- Se denomina aquella donde el investigador trabaja directamente en el entorno, ya sea natural o social, del asunto o problema sobre el que está indagando. (Significados , 2013)

Para la elaboración de este proyecto se procedió con la realización de esta investigación, con el propósito de recopilar información en el lugar donde se ha detectado el problema, conversando de una manera personalizada con los clientes y empleados de dicha Cooperativa, de esta manera obtener información sobre las condiciones de servicio que los clientes reciben a diario.

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Población.- es un conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar datos, podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, que todos ellos han de poder ser identificados. La población deberá ser definida sobre la base de las características que la delimitan, que la identifican y que permitan la posterior selección de unos elementos que se puedan entender como representativos.

Muestra es una porción de algo o una parte o un subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población. Se considera que una muestra es grande cuando el número de individuos seleccionados es igual o superior a 30, y una muestra es pequeña cuando los individuos son menos de 30. (Tomás Sábado, 2010.)

La población es el ligado de personas que deseamos trabajar para obtener cierta información, de los cuales todos puedan ser reconocidos.

La muestra es una pequeña fracción de la población, en donde se podrá identificar el anomalía a estudiar.

La naturaleza de estudio con la que trabajaremos serán los empleados y clientes de la Cooperativa de Transporte Rircay, quienes ascienden a un número significativo de 1200 clientes que a diario hacen uso del servicio y 143 empleados que brindan su servicio.

La población de esta investigación es finita porque se conoce a las personas que son participes en esta investigación, la cual está conformada por directivos, empleados y

clientes de la Cooperativa de Transporte “Rircay”, donde se evaluará el desempeño de cada uno de ellos, para identificar la eficiencia y eficacia con la que gestionan las actividades, será necesario realizar diferentes entrevistas, las cuales estarán dirigidas al Presidente de la Cooperativa el Abg. Santiago Minchala Zhindón, y al Gerente Sr. Bolívar Vicuña, la información que nos proporcionaran será de mucha ayuda e importancia, ya que nos permitirá conocer el criterio de los altos directivos, acerca de la atención que se brinda a los clientes a través de este medio de Transporte, y poder corregir ciertos errores que estén ocasionando que el usuario se sienta insatisfecho.

3.2.1. Delimitación de la población

Mediante el estudio realizado a la población que consideraremos es finita, ya que esta se encuentra conformada por los empleados y clientes de la Empresa.

Para el estudio utilizaremos como un método de investigación encuestas, que están dirigidas a trabajadores y clientes, y las respectivas entrevistas las cuales se realizaran a los ejecutivos de la Cooperativa, quienes tienen el respectivo conocimiento de las actividades y eventos que se suscitan en torno a la Organización

Las personas que vamos a encuestar son:

TRABAJADORES Y CLIENTES	
CARGO	NÚMERO
Presidente	1
Gerente	1
Secretaria	1
Socios	44
Choferes	44
Oficiales	44
Auxiliar contable	1
Recaudador	1
Contador	1
Secretario de boletería	5
Clientes	1200
Total	1343

TRABAJADORES	
CARGO	NÚMERO
Presidente	1
Gerente	1
Secretaria	1
Socios	44
Choferes	44
Oficiales	44
Auxiliar contable	1
Recaudador	1
Contador	1
Secretario de boletería	5
Total	143

CLIENTES	
PASAJEROS DURANTE UN DIA	1200
Total	1200

3.2.2. Tipo de muestra

Muestreo probabilístico.- se seleccionan las unidades muestrales a través de un proceso de azar, aleatorio.

Muestreo no probabilístico.- las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por las personas. (Ildefonso Granda & Abascal Fernández, 2014)

El tipo de muestra que utilizaremos es el muestreo probabilístico, ya que es la técnica la cual nuestra investigación se acopla más. Donde los trabajadores, clientes y directivos de la empresa serán seleccionados aleatoriamente para realizar el proceso de las encuestas.

3.2.3. Tamaño de la muestra

Fórmula

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p= 0.5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q:= 0.5

E: error, se considera el 5%; E= 0,05

Z= nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

$$n = \frac{(1200)(0,5)(0,5)}{\frac{(1200-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{300}{\frac{(1199)(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{300}{1,030273844}$$

n= 291 Clientes

$$n = \frac{(143)(0,5)(0,5)}{\frac{(143-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{35,75}{\frac{(143)(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{35,75}{0,3424094127}$$

n = 105 trabajadores

Para la realización de las encuestas se consideran 291 clientes y 105 trabajadores, personas vinculadas con el tema de estudio.

3.2.4. Proceso de selección

El proceso de selección de este trabajo investigativo que se procederá a utilizar es la selección de elementos muestrales, y la elaboración de encuestas, entrevistas y observaciones en el lugar donde se ha detectado el problema.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1. Métodos teóricos

Histórico – lógico.- Se lo utilizó con el objetivo de recopilar información acerca de datos históricos, dando a conocer cuáles fueron sus inicios, y su evolución a lo largo del tiempo, dentro de la Cooperativa y saber cuáles son las técnicas que nos ayudaran a mejorar las condiciones del servicio al cliente dentro de la Cooperativa Rircay.

Analítico- Sintético.- Se aplicó este método para realizar el estudio del tema señalado, y lograr analizar cada una de las variables expuestas de esta manera poder llegar a una conclusión y solución referente a este problema que hay dentro de la Cooperativa.

Inductivo – deductivo.- Se está obteniendo información relacionada a Cooperativas de Transporte, para poder obtener una visión más clara de la Cooperativa Rircay.

3.3.2. Métodos empíricos

En este método encontramos la observación, en la cual procederemos a conocer o darnos en cuenta cuidadosamente de los factores y acontecimientos que surgen en la Cooperativa.

3.3.3. Técnicas e instrumentos

Las técnicas escogidas para la investigación serán entrevistas, encuestas y observaciones, las cuales serán dirigidas a una parte de trabajadores y clientes de la empresa.

Las encuestas esta técnica la aplicaremos a un cierto número de personas, utilizando un cuestionario de preguntas el cual nos ayudará a recopilar información de gustos, costumbres preferencias y calidad de vida de las personas, por ende lograr identificar cuáles son los requerimientos del personal que conforma la cooperativa.

Las entrevistas este tipo de técnica se la realizaremos al gerente y presidente con la finalidad de intercambiar información, de esta manera llevar a cabo el objetivo planteado del mejoramiento del servicio que se brinda a los usuarios de la Cooperativa.

La observación esta técnica la emplearemos para cerciorarnos personalmente de los hechos que están ocasionando dificultades dentro de la Cooperativa de Transporte Rircay, mejorando aquel déficit que encontraremos.

3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para la adquisición de la estadística de la información, procederemos a utilizar las técnicas adecuadas, las cuales son, la entrevista y encuesta, y mediante la herramienta de Excel tabularemos los datos y obtendremos la información requerida.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Este estudio se encuentra enfocado en los clientes, trabajadores y Administradores de la Cooperativa Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal, la problemática se encuentra en las condiciones de servicio que dicha Cooperativa ofrece a sus clientes, lo cual incurre directamente con el grado de satisfacción que cada uno de los clientes sienta sobre los servicios brindados.

Con el propósito de visualizar la situación que la Cooperativa atraviesa, se procedió con la realización de un estudio de la población que hacen uso del este servicio, para determinar con exactitud cuáles son las contrariedades que afronta la Cooperativa al momento de brindar un mejor servicio a sus clientes.

Para el levantamiento de información de la Población (clientes y trabajadores de la Cooperativa), se ha optado considerar el empleo de encuestas, la cual se ha orientado a los trabajadores y clientes de la Cooperativa, la intención de trabajar en el campo es la verificación de hipótesis que hemos planteado, y entrevistas dirigidas directamente a los especialistas del tema, Gerente y Presidente de la Cooperativa.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Encuesta a clientes

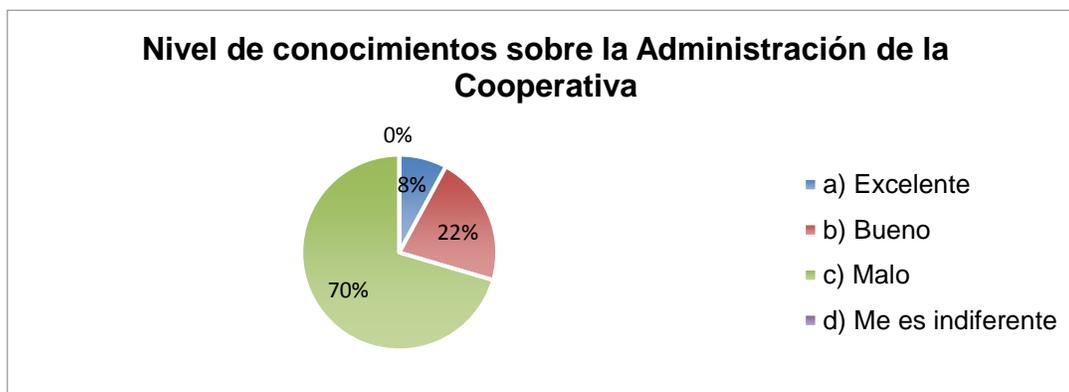
1.- ¿Cómo considera usted que es el trabajo de la Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay?

Cuadro 2. Nivel de conocimientos sobre la Administración de la Cooperativa Rircay

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Excelente	23	8%
b) Bueno	63	22%
c) Malo	205	70%
d) Me es indiferente	0	0%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 1. Nivel de conocimientos sobre la Administración de la Cooperativa Rircay



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis

El 70% de los encuestados dieron a conocer en cuanto a la Administración que la Cooperativa está empleando es malo, lo cual determina que las técnicas que ellos han estado empleando para la Administración son básicas, es decir no están realizando como debería serlo, seguido de un 22% que le resulta bueno, y un 8% que indica que su Administración es excelente.

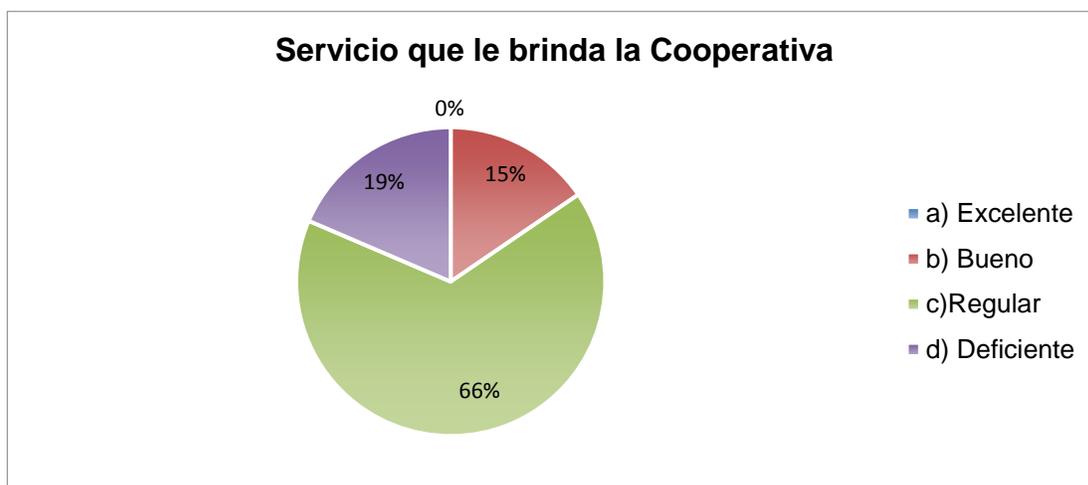
2.- ¿Cómo califica Usted el Servicio que le brinda la Cooperativa?

Cuadro 3. Calificación del servicio brindado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Excelente	0	0%
b) Bueno	45	15%
c)Regular	192	66%
d) Deficiente	54	19%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 2. Calificación del servicio brindado



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis

El 66% de los encuestados manifestaron que la calificación que ellos le otorgarían al servicio brindado por parte de la Cooperativa es regular, lo cual corrobora que la Cooperativa no está tomando la debida atención en cuanto al servicio brindado, más el 19% afirma que es deficiente, y el 15% Bueno.

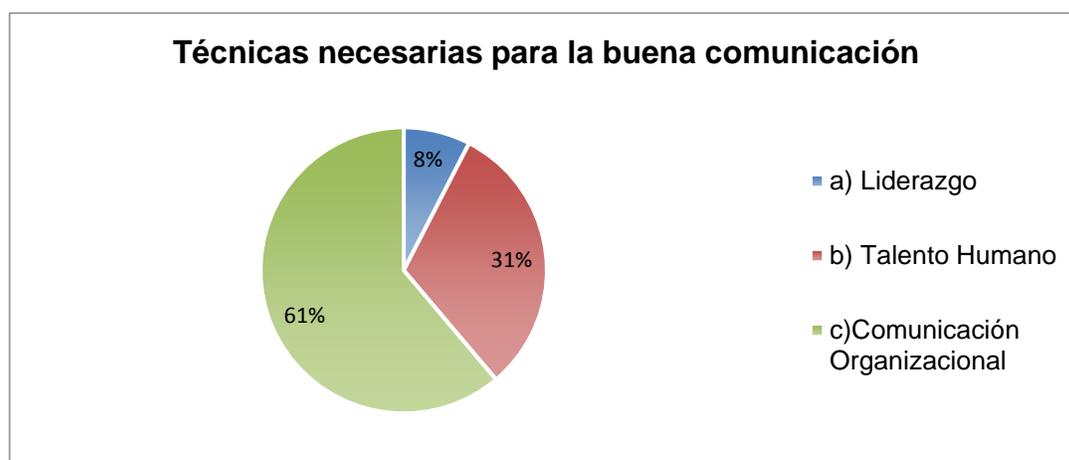
3.- ¿Qué Técnica considera Usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena Comunicación entre los miembros de la Cooperativa?

Cuadro 4. Técnica considera usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena comunicación entre los miembros

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Liderazgo	22	8%
b) Talento Humano	91	31%
c) Comunicación Organizacional	178	61%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 3. Las Técnica considera Usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena comunicación entre los miembros



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis

El 61% de los clientes considera que la Comunicación Organizacional es la técnica más necesaria, ya que permitiría tener una buena Comunicación entre los miembros de la Cooperativa, seguido de un 31% de Talento Humano y un 8% resalta que se debería utilizar la Técnica de Liderazgo.

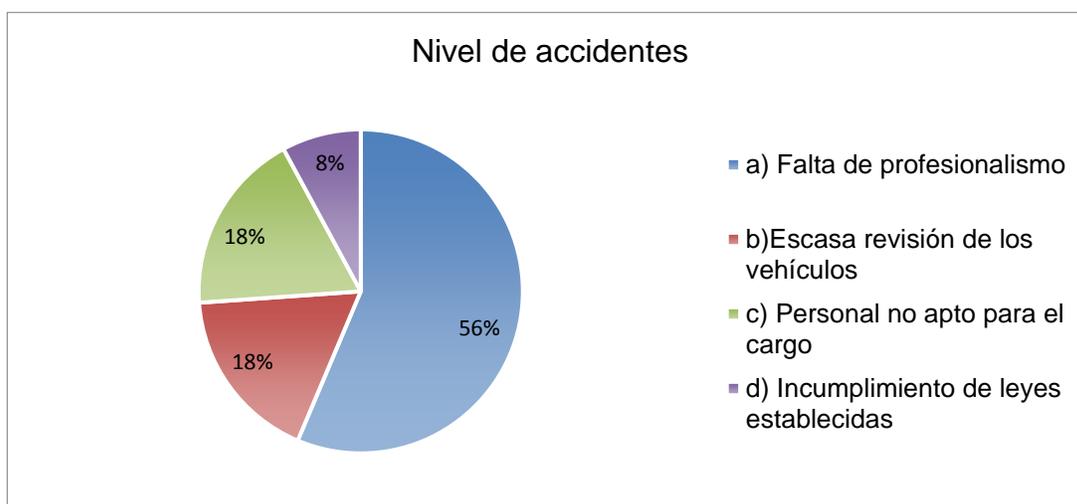
4.- ¿El alto nivel de accidentes se genera por?

Cuadro 5. Causas por lo cual se genera los accidentes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Falta de profesionalismo	164	56%
b) Escasa revisión de los vehículos	51	18%
c) Personal no apto para el cargo	53	18%
d) Incumplimiento de leyes establecidas	23	8%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 4. Causas por la cuales se generan los accidentes



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 56% de encuestados coinciden que la causa mayor por la que se han generado accidentes, es la falta de profesionalismo de los choferes al momento de realizar su recorrido, el 18% indica que la causa es por la escasa revisión de los vehículos, así mismo el 18% dice que el personal no se encuentra apto para el cargo, y el 8% indica que se debe a que los choferes no cumplen con las leyes establecidas.

5.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada que brinda la Cooperativa?

Cuadro 6. Nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Alto		0%
b) Medio	84	29%
c) Bajo	207	71%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 5. Nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 71% de los clientes dan a conocer por medio de las encuestas realizadas, que el nivel de satisfacción con respecto a la atención personalizada es baja es decir los Administradores y socios de la Cooperativa no han mostrado la debida preocupación en cuanto a la satisfacción de sus clientes, y el 29% indica que el nivel de satisfacción es medio.

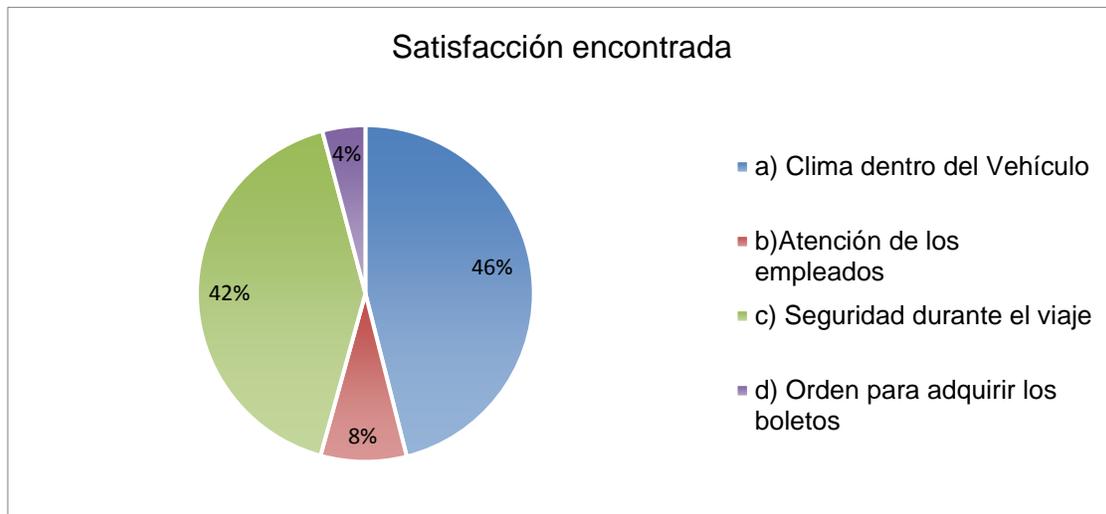
6.- ¿La satisfacción que usted encuentra se basa en?

Cuadro 7. La satisfacción que usted encuentra se basa en

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Clima dentro del Vehículo	134	46%
b) Atención de los empleados	24	8%
c) Seguridad durante el viaje	121	42%
d) Orden para adquirir los boletos	12	4%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 6. La satisfacción que usted encuentra se basa en



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 46% de los clientes indican que la satisfacción que ellos encuentran se basa en el clima dentro del vehículo, es decir la comodidad que ellos encuentran al momento de hacer uso del servicio, el 42% considera que se debe a la seguridad brindada durante el viaje, el 8% asegura que la atención brindada de los empleados y por último el 4% se inclina a la orden para adquirir los boletos.

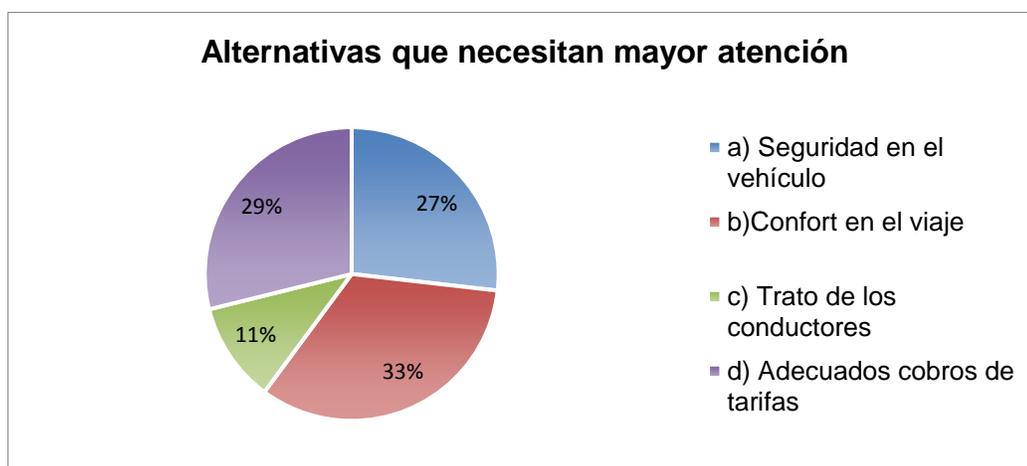
7.- De las siguientes alternativas, ¿Cuál considera usted, es la que necesita más atención?

Cuadro 8. Cual considera Usted, es la que necesita más atención

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Seguridad en el vehículo	78	27%
b) Confort en el viaje	97	33%
c) Trato de los conductores	32	11%
d) Adecuados cobros de tarifas	84	29%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 7. Cual considera usted, es la que necesita más atención



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 33% de los encuestados dieron a conocer que, lo que necesita mayor atención es el confort en el viaje al momento de hacer uso de ellos, y seguido el 29% se inclina a los adecuados cobros de tarifas, es decir que todos cumplan con lo que estipula la ley, el 27% a la seguridad en el vehículo, por último el 11% indica que lo más importante son los tratos que se reciben de los conductores.

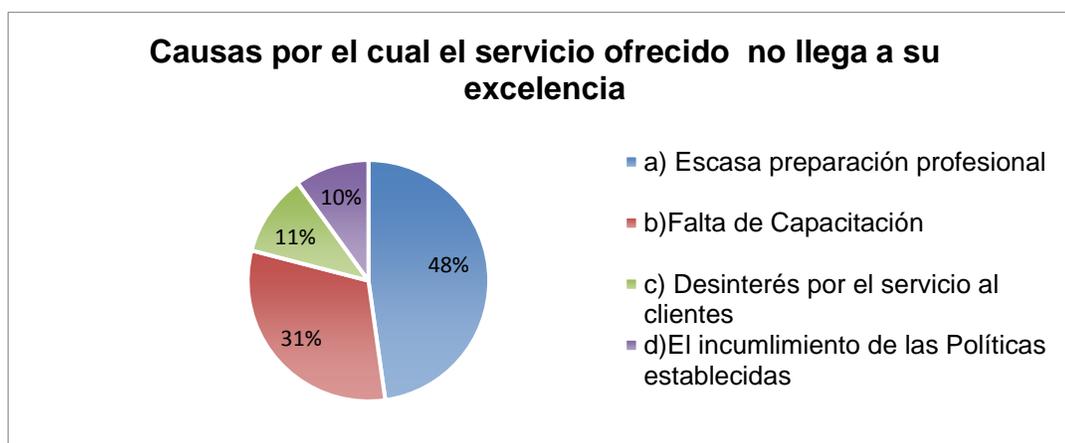
8.- ¿Cuáles son las causas, por el cual el servicio ofrecido por parte de la Cooperativa de Transporte Rircay no llega a su excelencia?

Cuadro 9. Causas por el cual el Servicio no llega a su excelencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Escasa preparación profesional	139	48%
b) Falta de Capacitación	91	31%
c) Desinterés por el servicio al clientes	32	11%
d) El incumplimiento de las Políticas establecidas	29	10%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 8. Causas por el cual el servicio no llega a su excelencia



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 48% de los clientes dan a conocer que las causas por el cual el servicio ofrecido por parte de la Cooperativa de Transporte Rircay no llega a su excelencia se debe a la escasa preparación profesional, seguido al 31% que la falta de capacitación es una de las causas, el 11% debido al desinterés por el servicio prestado, y por último el 10% afirman de que se debe al incumplimiento de Políticas establecidas.

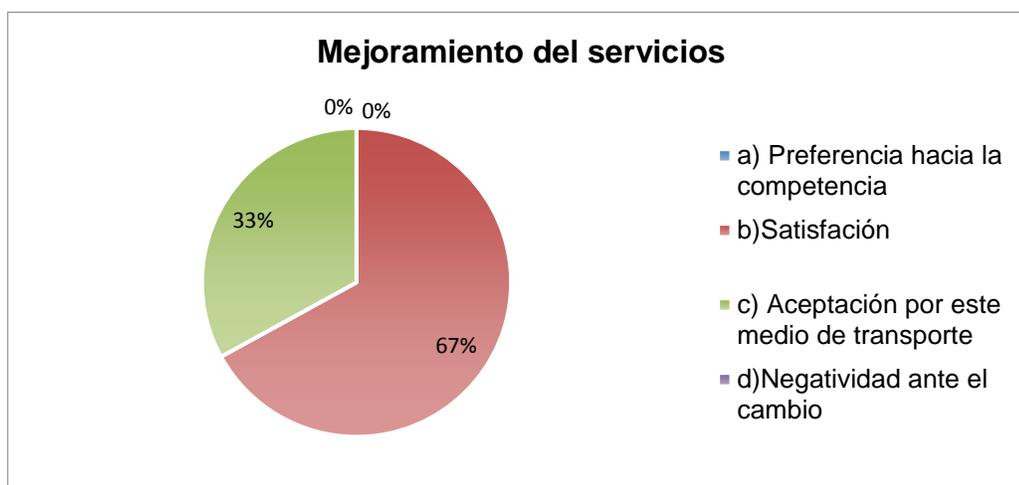
9.- El mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa, ¿Qué resultados provocaría en la Ciudadanía?

Cuadro 10. El mejoramiento del servicio y qué resultados provocaría en la ciudadanía

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Preferencia hacia la competencia	0	0%
b) Satisfacción	195	67%
c) Aceptación por este medio de transporte	96	33%
d) Negatividad ante el cambio	0	0%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 9. Mejoramiento del servicio y qué resultados provocaría en la ciudadanía



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 67% de los clientes afirman que el mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa provocaría Satisfacción ya que la mejora continua en cuanto a servicios favorece a ambas partes, seguido del 33% indican que esta mejora ocasionaría la aceptación completa de este medio de transporte optando utilizar este medio y no buscar otros medios para moverse.

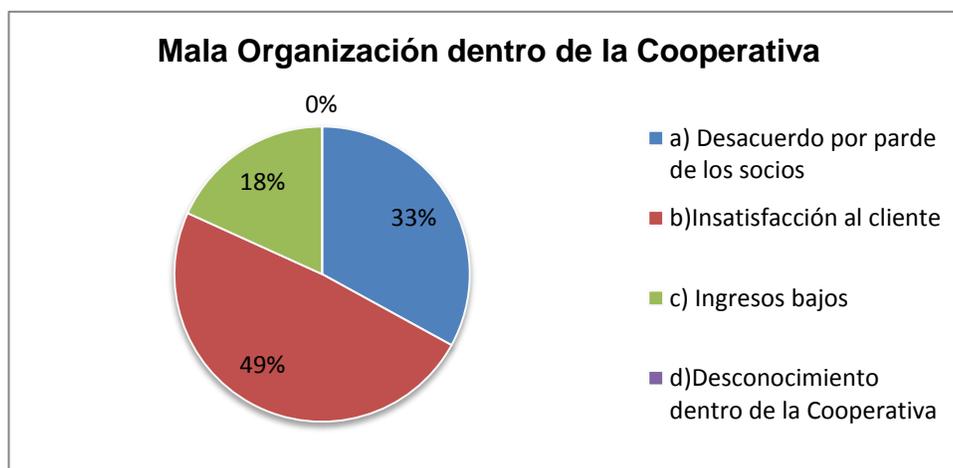
10.- ¿Cree usted que la mala organización dentro de la Cooperativa genera?

Cuadro 11. La mala Organización dentro de la Cooperativa genera:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Desacuerdo por parte de los socios	96	33%
b) Insatisfacción al cliente	142	49%
c) Ingresos bajos	53	18%
d) Desconocimiento dentro de la Cooperativa	0	0%
TOTAL	291	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 10. La mala organización dentro de la Cooperativa genera:



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 49% de los encuestados concuerdan que la mala organización dentro de la Cooperativa genera Insatisfacción de los clientes, afirman de que sin ellos no pueden ser Empresa es por eso de que debería buscar una manera apropiada al momento de Organizarse, seguido del 33% que dice genera desacuerdo por parte de los socios, creando mal ambiente en cuanto al servicio brindado.

Encuesta a Trabajadores

1.- ¿De las siguientes alternativas cuál cree usted que necesita mayor atención en la Cooperativa de Transporte Rircay?

Cuadro 12. Alternativas que necesitan mayor atención

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Seguridad en el vehículo	22	21%
b) Trato en los conductores	18	17%
c) Confort en el viajero	44	42%
d) Mejorar el ineficiente profesionalismo	21	20%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 11. Alternativas que necesitan mayor atención



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 42% de los trabajadores estuvieron de acuerdo que el confort en el viajero es lo que necesita mayor atención, sabiendo que los clientes son los más importantes dentro de la empresa, quienes merecen el respeto posible en el servicio que la Cooperativa brinda, seguido del 21% que es la seguridad en el vehículo, esto es lo que ocasionaría que el usuario se sienta satisfecho o remita quejas del servicio.

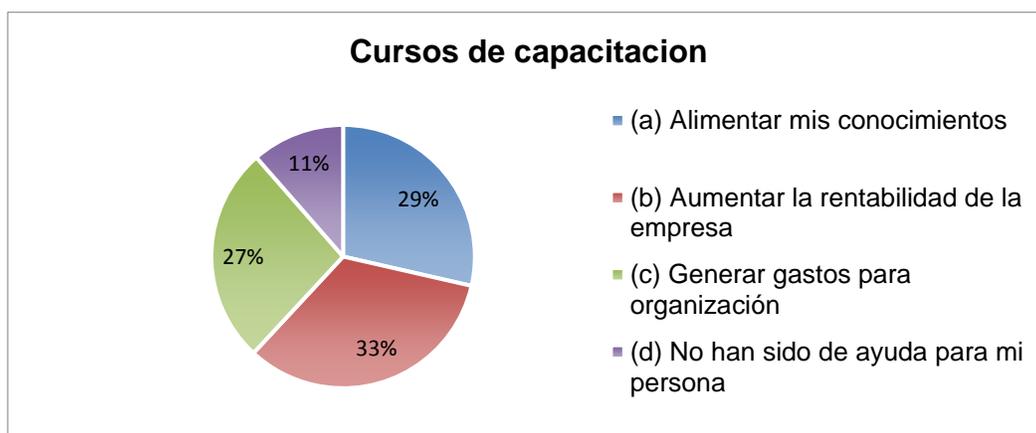
2.- ¿Los cursos de capacitación que he recibido por parte de la Cooperativa me han permitido?

Cuadro 13. Los cursos de capacitación que he recibido me han permitido.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Alimentar mis conocimientos	30	29%
b) Aumentar la rentabilidad de la empresa	35	33%
c) Generar gastos para organización	28	27%
d) No han sido de ayuda para mi persona	12	11%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 12. Los cursos de capacitación que he recibido me han permitido.



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 33% de los ciudadanos acordaron que los cursos de capacitación brindados por la Cooperativa de transporte han aumentado la rentabilidad de la empresa, permitiéndole al trabajador ser competente ante las situaciones que se presenten en los lugares de trabajo, seguido de un 29% donde las capacitaciones también han permitido alimentar los conocimientos de los trabajadores y mejorar las actitudes ante la sociedad.

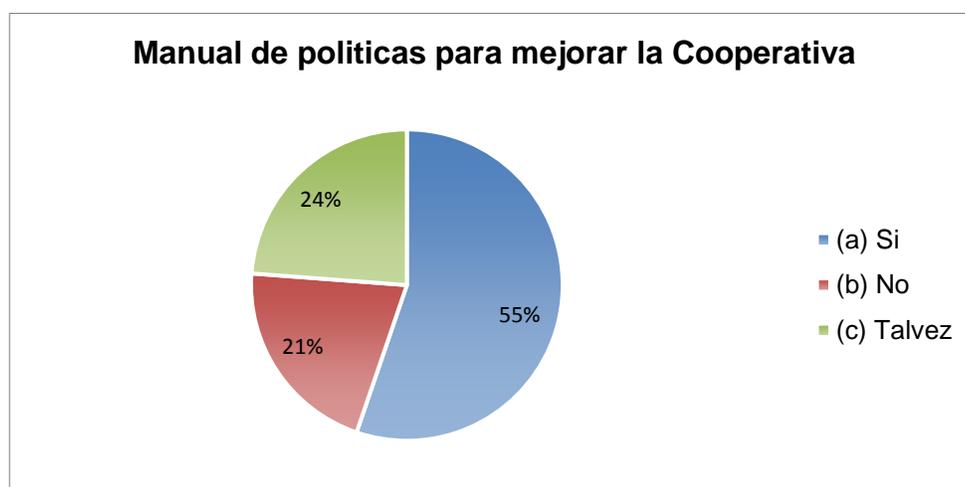
3.- Mediante un manual de políticas se podría llegar a una mejor organización dentro de la Cooperativa.

Cuadro 14. Con un manual de políticas se puede llegar a un mejoramiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	58	55%
b) No	22	21%
c) Tal vez	25	24%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 13. Con un manual de políticas se puede llegar a un mejoramiento



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 55% de los trabajadores coincidieron que si es importante un manual de políticas para la Cooperativa, donde les será de gran ayuda permitiéndoles controlar cada de las acciones dentro del área de administrativa de la Cooperativa, seguido de un porcentaje menor del 24% donde dijeron que tal vez sería necesario implementar las políticas para la mejora de la empresa.

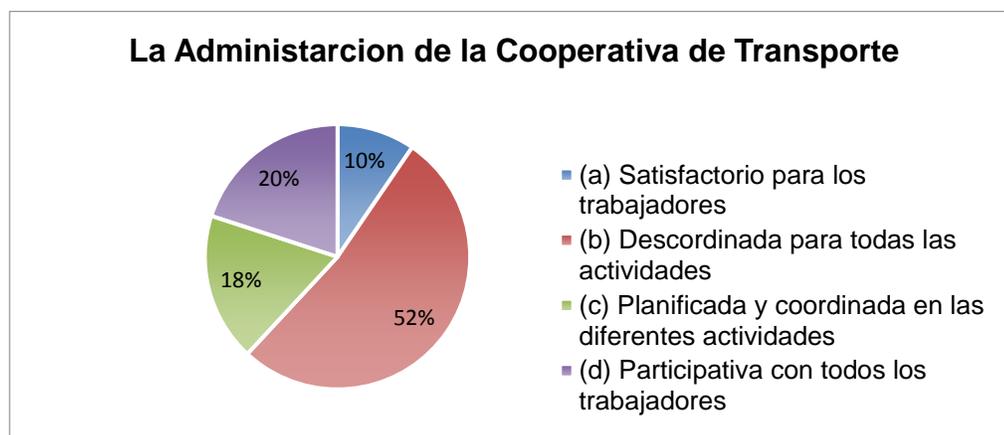
4.- ¿Considera usted que la Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es?

Cuadro 15. La Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Satisfactorio para los trabajadores	10	10%
b) Descoordinada para todas las actividades	55	52%
c) Planificada y coordinada en las diferentes actividades	19	18%
d) Participativa con todos los trabajadores	21	20%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 14. La Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es:



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 52% de los trabajadores afirmaron que la administración dentro de la Cooperativa Rircay es descoordinada en todas las actividades lo que provocaría ineficiencias en los trabajos a realizar, seguido de un 10% donde dijeron que la administración es participativa con todos los trabajadores, cada una de estas deficiencias deben ser corregidas para el bienestar de la empresa y de los clientes.

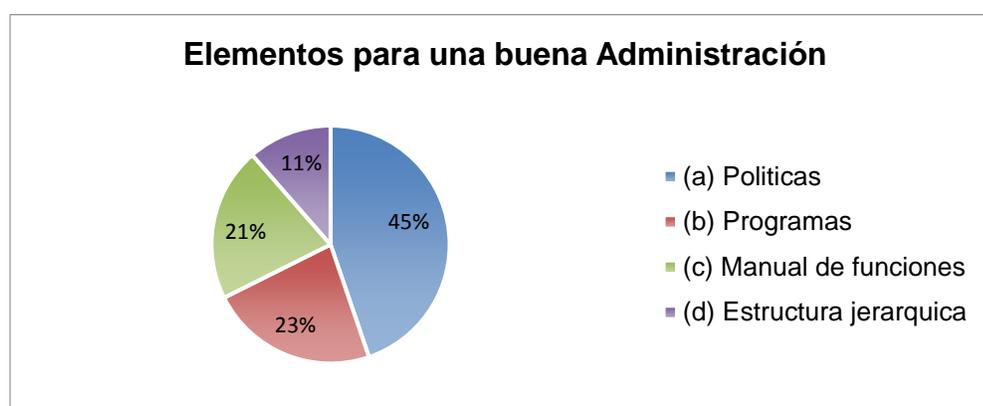
5.- ¿Qué alternativa considera usted que es elemental para poder obtener un control administrativo en la Cooperativa?

Cuadro 16. Elementos a considerar para una buena administración de la Cooperativa Rircay

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Políticas	47	45%
b) Programas	24	23%
c) Manual de funciones	22	21%
d) Estructura jerárquica	12	11%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 15. Elemental a considerar para una buena administración de la Cooperativa



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 45% de los encuestados coincidieron que para poder tener un control administrativo dentro de la Cooperativa es necesario implementar políticas que nos permitan mejorar el control y brindar un eficiente servicio al cliente sintiéndose este satisfecho, seguido de un 23% donde dijeron que mediante programas de la misma manera se podría tener una mejor administración dentro de la empresa.

6.- ¿De qué manera el ambiente de trabajo en el cual usted se desenvuelve lo motiva a trabajar?

Cuadro 17. En el ambiente de su trabajo que es lo que lo motiva a trabajar.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Por los incentivos recibidos	47	45%
b) Por el buen trato	23	22%
c) Por las capacitaciones	22	21%
d) Por la atención brindada	13	12%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 16. En el ambiente de su trabajo que es lo que lo motiva a trabajar.



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 45% de los trabajadores coincidieron que los incentivos recibidos es lo que los motiva a trabajar, y a desempeñar el trabajo asignado en cada una de las áreas correspondientes, seguido de un porcentaje menor que es un 22% donde el buen trato también influyen de manera significativa para el desempeño de cada una de las labores de los trabajadores.

7.- ¿Cómo se siente usted por el trato y la atención que se le da al cliente dentro de la Cooperativa?

Cuadro 18. Apreciación sobre el trato a los clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Muy insatisfecho	18	17%
b) Insatisfecho	60	57%
c) Satisfecho	12	11%
d) Muy satisfecho	15	14%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 17. ¿Cuál es su apreciación por el trato que se le da al cliente?



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 57% de los encuestados concordaron que se sienten insatisfechos por el trato y la atención que se le da al usuario que viaja en este medio de transporte, donde la parte primordial que debe ser atendida son los clientes, ya que de ellos depende el progreso de la empresa y el prestigio ante los ciudadanos, un 17% informo que se sienten muy insatisfechos ante esta situación que sucede dentro de la Cooperativa.

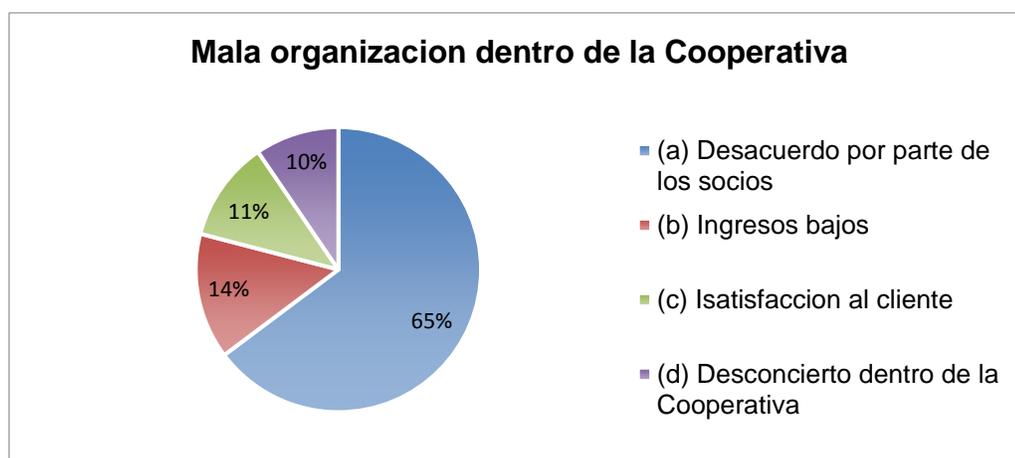
8.- ¿Cree usted que la mala organización dentro de la Cooperativa genera?

Cuadro 19. Qué genera la mala organización dentro de la Cooperativa.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a) Desacuerdo por parte de los socios	68	65%
b) Ingresos bajos	15	14%
c) Insatisfacción al cliente	12	11%
d) Desconcierto dentro de la Cooperativa	10	10%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 18. Qué genera la mala organización dentro de la Cooperativa Rircay



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 65% de los trabajadores encuestados coinciden que la mala organización dentro de la Cooperativa genera desacuerdo por parte de los socios, afirman de que si no existe una buena relación en la parte administrativa, no se podría llegar a brindar un buen servicio a la ciudadanía, sabiendo que se debería buscar estrategias las cuales les permita organizarse mejor como empresa y ser eficientes en cada una de las actividades que están realizando, continuo del 14% nos dice que se debe a la mala organización la Cooperativa tendría ingresos bajos perjudicándolos económicamente.

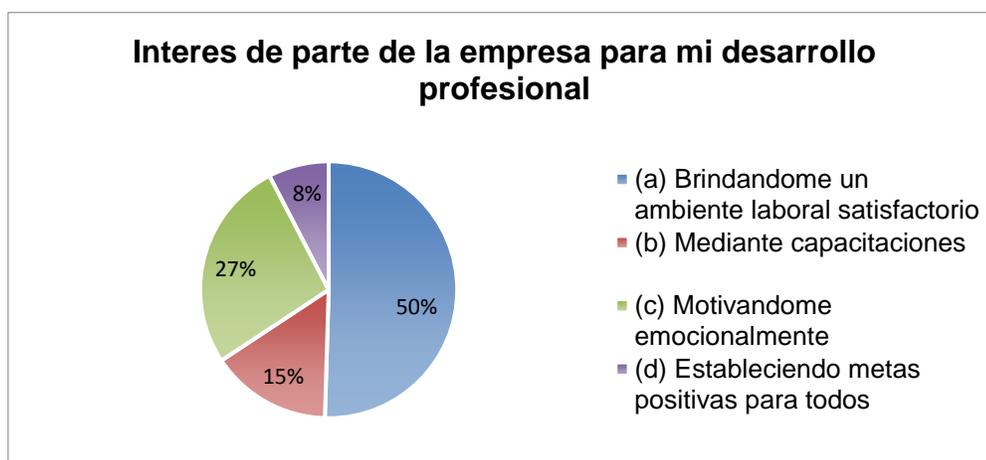
9.- ¿De qué manera la empresa demuestra tener interés para su desarrollo profesional?

Cuadro 20. El interés que muestra la empresa para su desarrollo profesional es:

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Brindándome un ambiente laboral satisfactorio	53	50%
b) Mediante capacitaciones	16	15%
c) Motivándome emocionalmente	28	27%
d) Estableciendo metas positivas para todos	8	8%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 19. El interés que muestra la empresa para su desarrollo profesional es:



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 50% estuvo de acuerdo que la empresa demuestra el interés para su desarrollo profesional brindándole un ambiente agradable en el trabajo al empleado, ya que de esto depende mucho la atención que se le da a la ciudadanía presente, donde el 27% dijo que los motiva emocionalmente para realizar su trabajo y poder desempeñarse mejor en cada una de sus labores.

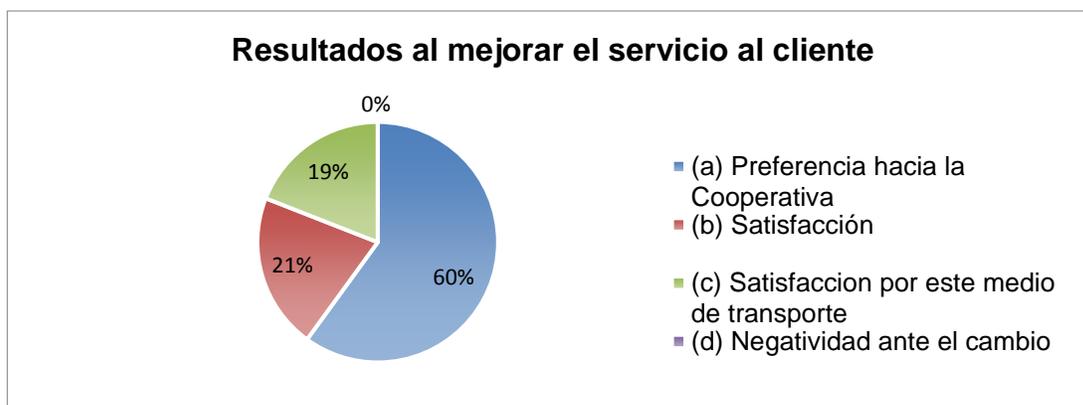
10.- El mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa, que resultados provocaría en la ciudadanía.

Cuadro 21. El mejoramiento del Servicio, y sus resultados obtenidos

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a) Preferencia hacia la Cooperativa	63	60%
b) Satisfacción	22	21%
c) Satisfacción por este medio de transporte	20	19%
d) Negatividad ante el cambio	0	0%
TOTAL	105	100%

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Figura 20. Al mejorar el servicio al cliente, que resultados provocaría en los ciudadanos.



Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

Análisis:

El 60% de los ciudadanos dijeron que al mejorar el servicio de transporte provocaría preferencia hacia la Cooperativa, ya que el cliente se sentirá satisfecho y cómodo ante la mejora de la situación, seguido del 21% que es la satisfacción que el usuario sentirá mediante el cambio en el servicio.

Entrevistas realizadas al Presidente y Gerente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay.

Hemos considerado preciso fortalecer el trabajo realizado mediante las opiniones de diferentes especialistas sobre el tema, lo cual nos corroborará o no los resultados y para ello hemos entrevistado al Sr Bolívar Vicuña, al Abogado Santiago Minchala Zhindón, Gerente y Presidente respectivamente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay, quienes llevan trabajando desde cuando inicio esta Cooperativa, quienes concordaron mayoritariamente con los datos obtenidos.

Entrevista 1

Gerente:

Sr. Bolívar Vicuña

1) ¿Cómo y en qué año surgió la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay?

Esta Cooperativa inicio el 14 de Diciembre del año 1962, con once choferes profesionales y propietarios de vehículos, se unieron y formaron la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay, de esta manera empezando a brindar servicio a toda la ciudadanía Troncaleña.

2) ¿Qué repercusiones e investigaciones se han obtenido de la cooperativa?

¿Cuál es su apreciación sobre lo que está sucediendo en la parte interna?

A medida que ha pasado el tiempo la Cooperativa ha crecido tanto en vehículos, en número de socios, también en la parte económica ya que esto le ha permitido mejorar el servicio que requiere cada ciudadano.

3) ¿De qué manera distribuyen la logística en las rutas?

A través del control satelital, ya que en la actualidad todas las unidades poseen GPS, lo cual nos ayuda a controlar cada inconveniente presentado, mediante el servicio que se está prestando hacia los ciudadanos.

4) ¿Qué repercusiones provoca el extenso horario de trabajo?

Todas las rutas que recorren las unidades de transporte de la Cooperativa son cortas, no suelen haber repercusiones dentro de las actividades realizadas.

5) ¿De qué manera se manejan las quejas y comentarios de parte de los clientes?

Las quejas se las manejan a través de llamadas telefónicas, mediante comunicados, los cuales son escritos a la gerencia o a la presidencia, y así ir mejorando día a día el servicio que brinda esta Cooperativa a todos los usuarios de la ciudad de la Troncal.

6) ¿Cómo se podría solucionar los inconvenientes que se generan por las repercusiones de parte de los clientes?

Se solucionarían mediante el dialogo y llegando a soluciones prácticas, donde el usuario pueda sentirse tranquilo, y satisfecho mediante el servicio brindado, sabiendo que el cliente es la parte fundamental para el funcionamiento de la Cooperativa.

7) ¿Considera usted que mediante un manual de políticas se podría brindar una atención al cliente satisfactoria?

Si considero necesario, ya que de esta manera podemos llevar un orden para poder realizar mejor las actividades requeridas, y mejorar la atención que se le está dando al cliente y saber si este se siente satisfecho o no.

8) ¿Considera que las áreas se encuentran comprometidas con las funciones que son asignadas y de no serlo cuales son los motivos?

En la Cooperativa Rircay cada quien es responsable de sus áreas de trabajo y funciones encomendadas, no existiendo inconvenientes, tratando de mejorar a diario el servicio brindado hacia las personas.

Entrevista 2

Presidente:

Abogado. Santiago Minchala Zhindón

1) ¿Cómo y en qué año surgió la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay?

Surgió el 14 de Diciembre del año 1962 con la unión de once conductores profesionales y formaron lo que hoy es Cooperativa Interprovincial Rircay, y así brindar una atención eficaz hacia todos los usuarios.

**2) ¿Qué repercusiones e investigaciones se han obtenido de la cooperativa?
¿Cuál es su apreciación sobre lo que está sucediendo en la parte interna?**

Algunos estudiantes de diferentes universidades han realizado trabajos investigativos, que nos han servido para hacer cambios internos, y mejorar satisfactoriamente en el servicio, donde podamos ser escogidos siempre por la atención brindada, sabiendo que esto es lo requiere el cliente, como la Cooperativa.

3) ¿De qué manera distribuyen la logística en las rutas?

Cuarenta y cuatro vehículos distribuidos en cuatro rutas desde las 4:20 hasta las 21:50, también con un control satelital, lo cual nos permitirán saber los inconvenientes sucedidos a diario, cuando se está prestando el servicio.

4) ¿Qué repercusiones provoca el extenso horario de trabajo?

Fatiga y estrés en los conductores y controladores, donde pueden presentarse ciertos inconvenientes, atrasos en los turnos, donde esto perjudica a los clientes que requieren viajar.

5) ¿De qué manera se manejan las quejas y comentarios de parte de los clientes?

A través de los oficinistas en la sede principal (La Troncal), donde se receptan las quejas en un libro que es conocido en sesiones cada quince días, esto ayuda a que la

Cooperativa conozca lo que está sucediendo y tome las respectivas soluciones del caso.

6) ¿Cómo se podría solucionar los inconvenientes que se generan por las repercusiones de parte de los clientes?

A través de indemnizaciones por pérdidas de ciertas encomiendas, mediante el diálogo con los clientes afectados, donde conoceremos realmente lo sucedido y poder darle la debida solución al problema.

7) ¿Considera usted que mediante un manual de políticas se podría brindar una atención al cliente satisfactoria?

Si, para ello hay un esfuerzo diario por parte de los trabajadores por el cumplimiento de ciertas políticas impuestas, esto ayudaría a mejorar cada deficiencia que esté sucediendo e ir mejorando constantemente.

8) ¿Considera que las áreas se encuentran comprometidas con las funciones que son asignadas y de no serlo cuales son los motivos?

Los trabajadores cumplen con cada área asignada, por lo que no se tiene inconvenientes, donde el objetivo principal es dar una buena imagen de la empresa hacia la ciudadanía.

4.3. RESULTADOS

Luego de haber determinado la muestra y estructurado las preguntas, se emplearon las pertinentes encuestas a una parte de los clientes y empleados de la Cooperativa interprovincial Rircay del Cantón la Troncal, y las Entrevistas a los expertos.

Resultados encuesta Clientes

Este proceso nos permitió identificar que los miembros de la Cooperativa de Transporte Rircay no poseen las preparaciones necesarias para que la Administración de la misma llegue a su excelencia, ya que 205 de 291 clientes encuetados indicaron que su

Administración era mala, es decir ellos solo se centran en la aplicación de técnicas básicas lo cual no les permite realizar de manera adecuada esta actividad.

Con respecto a la calificación que le dan los clientes en cuanto al servicio brindado 192 de 291 clientes afirman que es regular, indican que la Cooperativa no está tomando la debida atención sobre el servicio brindado, lo cual ha surgido un efecto negativo en cuanto a la satisfacción de los clientes.

Se observó que de 178 de 291 encuestados, clientes de la Cooperativa Interprovincial del Cantón la Troncal, consideran que la Comunicación Organizacional es la técnica más necesaria, ya que permitiría tener una buena Comunicación entre los miembros de la Cooperativa, de esa manera brindar un mejor servicio a los usuarios.

De los clientes encuestados 164 coinciden que la causa mayor por la que se han generado accidentes, es la falta de profesionalismo de los choferes al momento de realizar su recorrido, el profesionalismo no solo se debe a su educación Académica, ellos afirman que debido a contiendas con otras Cooperativas para ganar los pasajeros siempre aumentan la velocidad ocasionando los accidentes.

De la Población de 291 Clientes de la Cooperativa, 207 indicaron que el nivel de satisfacción respecto a la atención personalizada que brinda la misma es bajo, debido a que los directivos no tienen el total apoyo de los trabajadores para brindar el servicio adecuado, la población restante que equivale a 84 encuestados afirman que la satisfacción se encuentra en un término medio y confirman que los directivos no tienen el suficiente apoyo de sus trabajadores.

La satisfacción que el cliente encuentra se basa en el clima dentro del vehículo, es decir la comodidad que ellos encuentran al momento de hacer uso del mismo, orientando a los Directivos a realizar mejoras del mismo, mientras que la Cooperativa ofrezca mejores servicios el cliente se sentirá satisfecho y no optará por buscar otros medios para movilizarse.

Al realizar las encuestas y la respectiva tabulación 97 clientes coinciden que los aspectos más relevantes que ellos consideran necesita mayor atención es el confort en el viaje, ya que en la actualidad no existe respeto en cuanto a la comodidad de los clientes, debido a que no existe un debido control de seguridad por parte de los miembros de la Cooperativa.

Las causas por el cual el servicio ofrecido por parte de la cooperativa de Transporte Rircay no llega a su excelencia plena, 139 encuestados dieron a conocer qué su principal razón se debe a la escasa preparación profesional, seguido de 91 clientes que afirmando que la falta de capacitación también era una más de las causas.

Con respecto al mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa, los resultados en la mayoría de las veces van a ser positivos ya que en este caso 195 clientes encuestados afirmaron que les provocaría satisfacción ya que la mejora continua en cuanto a servicios favorece a ambas partes, los directivos afirman de que el mejoramiento se lo realiza mediante el dialogo para llegar a soluciones prácticas, donde el usuario pueda sentirse tranquilo, y satisfecho mediante el servicio brindado, sabiendo que el cliente es la parte fundamental para el funcionamiento de la Cooperativa.

La mala Organización dentro de la Cooperativa siempre va a ser algo negativo para la misma, en su mayoría de los 291 clientes encuestados 142 dieron a conocer que la mala organización dentro de la Cooperativa genera Insatisfacción de los clientes, afirman de que sin ellos no pueden ser Empresa es por eso de que debería buscar una manera apropiada al momento de Organizarse.

Resultados encuesta Trabajadores

Este desarrollo nos permitió darnos cuenta que una gran mayoría, 44 de 105 trabajadores indicaron que los cliente es el eje fundamental para el funcionamiento de la empresa, al que se le debe dar la atención requerida, también siendo importante que la seguridad en el vehículo es también lo que le interesa al usuario sabiendo que es el medio en el cual van a viajar.

Con respecto a las capacitaciones brindadas hacia los trabajadores 35 de 105 trabajadores afirman que es de mucha ayuda las capacitaciones ya que aumentaría la rentabilidad de la empresa, y no solo sería beneficioso para la empresa sino también para cada trabajador enriqueciendo sus conocimientos.

El 55% de los trabajadores concordaron que es de suma ayuda un manual de políticas para la Cooperativa, el cual les permitirá llevar un mejor control en el área administrativa de la Cooperativa, donde haya alguna dificultad poder corregirla y brindar un mejor servicio a la ciudadanía.

El 49% de los trabajadores afirmaron que la administración dentro de la Cooperativa Rircay es descoordinada en algunas actividades, provocando una cierta insatisfacción hacia los clientes, teniendo estos que buscar otros medios para poder viajar, y satisfacer la necesidad que están buscando.

En lo que se refiere al control administrativo dentro de la Cooperativa 47 de 105 trabajadores estuvieron de acuerdo que la implementación de las políticas las cuales permitirán mejorar cada actividad realizada por la Cooperativa, mejorando el nivel alto de insatisfacción de la ciudadanía. En un porcentaje del 50% de trabajadores, siendo 52 personas respectivamente, dijeron que los incentivos que reciben es aquellos que los motiva a trabajar y a realizar su trabajo a diario, sabiendo que al realizar su trabajo deberían realizarlo eficazmente, no siempre se lo realiza de esta manera, donde cada empleado tiene que brindar atención pertinente al que el cliente está necesitado.

De los trabajadores 60 expresaron que se sienten insatisfechos por la atención que se le da la cliente en el servicio que la Cooperativa presta, sabiendo que la parte más importante que debe ser atendida son los clientes, a medida que se brinde un mejor servicio, la empresa podrá tener más oportunidad de ser preferida por la ciudadanía.

De los 105 trabajadores 69 estuvieron de acuerdo que la mala organización por parte de la Cooperativa genera muchos desacuerdos por parte de los socios, esto genera mucho malestar tanto en la parte interna como en la externa de la empresa, no

permitiendo brindar cada una de las necesidades que el consumidor o cliente está buscando.

En lo que se refiere al interés que la empresa demuestra hacia mi desarrollo profesional en un número de 53 trabajadores dijeron que gracias al ambiente satisfactorio que les brindan la empresa se preocupa por cada uno de ellos, permitiéndoles sentirse a gusto en cada una de las áreas de trabajo, y ser eficientes en sus labores brindadas.

Un número de 63 trabajadores coincidieron que si el servicio de la Cooperativa mejorase, la ciudadanía tendría una preferencia hacia el servicio que esta brinda, donde se sentirían más seguros y satisfechos mediante la atención prestadas, sabiendo que esto le permitiría a la organización crecer no solo en prestigio sino también económicamente.

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro: 22 Verificación de Hipótesis

Verificación de las Hipótesis	
<p>Hipótesis general.- Las deficientes condiciones de servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón La Troncal, da lugar a la insatisfacción de los clientes.</p>	<p>En la pregunta 5 alternativa B, y 9 alternativa B de la encuesta realizada a los clientes de la Cooperativa Rircay, además de la pregunta 7 alternativa B de la encuesta realizado a trabajadores, se indicó que el nivel de satisfacción con respecto a la atención personalizada que los miembros de la Cooperativa ofrecen es Bajo, los trabajadores se sienten insatisfechos con el servicio brindado a los clientes aclarando de que la Cooperativa si pone empeño por hacerlo, pero falta mucho por cumplirlo, en la pregunta 4 de la entrevista los expertos lo ratificaron diciendo, que debido al extenso horario de trabajo provoca fatiga y estrés en los conductores y controladores, donde pueden presentarse ciertos inconvenientes, atrasos en los turnos, donde esto perjudica a los clientes que requieren viajar.</p>
<p>Hipótesis Particular 1.- Falta de competencia genera los cobros inadecuados a los clientes por parte de los directivos de la Cooperativa</p>	<p>Los clientes de la Cooperativa Rircay en la pregunta 7 alternativa D, indican en su gran mayoría, lo que necesita mayor atención son los adecuados cobros de tarifas, ya que no pueden controlar todo lo que hace el personal por ende han existido quejas por parte de los clientes y abandono del servicio, Además en la pregunta 6 de la entrevista verifican existen quejas que a través de los oficinistas en la sede principal (La Troncal), donde se receptan las quejas en un libro que es conocido en sesiones cada quince días, esto ayuda a que la Cooperativa conozca lo que está sucediendo y tome las respectivas soluciones del caso</p>

<p>Hipótesis Particular 2.- La falta de profesionalismo genera un alto nivel de accidentes.</p>	<p>En la pregunta 4 alternativa A los clientes encuestados de la Cooperativa Rircay consideran que la falta de profesionalismo genera un alto nivel de accidentes, de igual manera en la pregunta 8 literal A indican que el servicio se ve afectado por la falta de profesionalismo.</p>
<p>Hipótesis Particular 3.- La mala organización por parte de los directivos de la Empresa generaría el desacuerdo por parte de los socios.</p>	<p>Los encuestados de la Cooperativa de Transporte Rircay indicaron en la pregunta 3 literal C, que una de las técnicas que deberían aplicar en la Cooperativa debería ser la Comunicación Organizacional de esa manera lograrían la organización deseada, de la misma forma en la pregunta 10 literal A en su gran mayoría resaltan que la mala organización dentro de la misma genera desacuerdo por parte de los socios.</p>
<p>Hipótesis Particular 4.- El exceso de pasajeros en la Cooperativa produciría incomodidad en los clientes.</p>	<p>Los Trabajadores de la Cooperativa Interprovincial Rircay nos dicen según las respuestas de la pregunta 1 literal C y preguntan 7 literal B de los clientes coinciden en su mayoría que el confort en el viaje se ha visto afectado debido al exceso de pasajeros que hacen uso del vehículo, siendo una de los principales puntos que necesitan mayor atención.</p>

Elaborado por: Tania Paucar y Sandra Samaniego

CONCLUSIONES

- En la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay se ha logrado demostrar cada una de las falencias que se han presentado dentro del Área Administrativa, lo cual es el servicio que se ofrece a la sociedad, donde se han tomados las medidas necesarias para que las actividades realizadas tomen otro rumbo, o se las pueda llevar de la mejor manera.
- Es trascendental que el cliente reciba un efecto positivo respecto a las condiciones de servicio brindadas por parte de todos los que conforman la Cooperativa de Transporte Rircay, por lo mismo cada funcionario debe estar capacitado para poder brindar un mejor servicio.
- Los clientes son el eje principal de una Organización, por ende debe recibir a diario las mejores atenciones posibles, mediante la aplicación de encuesta podremos conocer cada una de las opiniones que los usuarios tienen, donde será de mucha ayuda para el mejoramiento de la Organización.
- Conocer las opiniones de los clientes es de vital importancia para la Cooperativa, ya que a través de las mismas se logrará reducir el grado de falencias existentes, aplicando las técnicas necesarias para mejorar la atención que los clientes se merecen.
- Cada funcionario dentro de la Cooperativa sabe qué papel va a desempeñar, teniéndolo establecido en el manual de funciones, donde se indican las diferentes responsabilidades que cada empleado debe desempeñar, mejorando la atención significativamente y que el cliente pueda acoger el servicio dando su fidelidad y opiniones rentables para la Cooperativa.

RECOMENDACIONES

- Que los Administradores de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal, cuenten con trabajadores debidamente capacitados, para mejorar las condiciones del servicio a sus clientes.

- Implementar estrategias para fortalecer las condiciones de servicios que ofrece la Cooperativa de Transporte Rircay, acrecentando el progreso del Cantón y satisfacer las necesidades del mismo.

- Solicitar a los Administradores de la Cooperativa, que nuestro trabajo de investigación sea aplicado ya que les va ser de gran ayuda para la mejora y desarrollo de la misma.

- Efectuar las medidas necesarias para que el cliente se sienta satisfecho, brindándole la comodidad adecuada, de esta manera enfrentar a sus competidores.

- Dar seguimiento a los pedidos y quejas de sus clientes y de esta manera poder combatirlos a tiempo evitando posibles problemas a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Manual del directivo eficaz (illustrated ed.). (2001). España.
- La calidad en el servicio al cliente. (2010.). Vértice.
- Artinaid. (Abril de 2013). Obtenido de Arte en Tegnologia a su servicio.
- Alcibar Zambrano, K. M., & Moreira Cevallos, V. R. (2014). LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LAS COOPERATIVAS DE TRANSPORTES DE PASAJEROS INTERCANTONALES Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL CANTÓN ROCAFUERTE, 2012.
- Fund, I. M. (S.F.).
- García, R. C. (16 de Enero de 2010). Editorial.
- José Antonio Pérez Fernández de Velasco. (2010). Gestion por procesos. ESIC Editorial,.
- Larousse. (, 2007). Diccionario Manual de Sinónimos y Antónimos de la Lengua Española Vox.
- Larousse. (2009). Dlccionario Enciclopédico . Editorial, S.L.
- Ildfonso Granda, E., & Abascal Fernández, E. (2014). FUNDAMENTOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL (12 Edición ed.). Madrid, España: ESIC.
- Maniviesa, P. (S.F.). Tipos de atención al cliente,.
- Manual de Transporte Público. (s.f.). EUNED.
- Martínez Coll, J. C. (SF). Importancia de la incorporacion temprana a la investigacion cientica en la universidad de Guadalajara.
- Martínez Garnelo, A. (2010). Literatura I, Volumen 1. Cengage Learning Editores.
- Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco , T., Sánchez Herrera , J., & Ildfonso Grande , E. (2015). Introducción a la investigación de mercados (2da Edición ed.). Madrid, España: ESIC.
- Pérez Fernández de Velasco, J. A. (2010). Gestión de Procesos (4ta Edición ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

- Rosero Manjarres, J. A. (2014). "Modelo de Competitividad para mejorar la Calidad en el Servicio de la Cooperativa de Transporte "CITA EXPRESS" de la ciudad de Ambato".
- S.L, P. V. (2010). Atención al Clientes. En P. V. S.L, Atención al Clientes (págs. 1, 2). España: Vértice.
- Sánchez Vivanco, N. C. (2013). PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA A LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES LOJA, PERÍODO 2012 – 2016.
- Sarmiento Cedeño, A. G. (2014). Análisis situacional de la calidad de servicio del transporte terrestre público convencional urbano de pasajeros para plantear propuestas de mejora en la ciudad de Guayaquil.
- Suárez Arévalo, K. R., & Peñafiel Minchala , L. (2012). Reingeniería de los procesos administrativos direccionados al mejoramiento del servicio que ofrece la cooperativa de transporte de pasajeros Marcelino Maridueña perteneciente al cantón coronel Marcelino Maridueña de la provincia del Guayas.
- Thompson, I. (2012).
- Tomás Sábado, J. (2010.). Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería. Univ. Autónoma de Barcelona.
- Transportes, M. d., Consejo de Seguridad Vial, Dirección General de Dirección Vial, & Departamento Formación y Capacitación . (SF). Manual de Transporte Público. EUNED.

LINKOGRAFÍA

- Definicion.de.negocio. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/negocio/>
- psicología y empresa. (28 de Noviembre de 2010). Obtenido de <http://psicologiyempresa.com/caracteristicas-de-las-organizaciones.html>
- AUDHE Asociación Uruguaya de Historia Económica. (2011). Obtenido de <http://www.audhe.org.uy/8-transportes-y-servicios-en-los-mercados-regionales-y->

nacionales-en-america-latina-siglos-xix-y-xx/

- Calidad, Gestión. (2011). Obtenido de http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html
- (2012). Obtenido de Portal Educativo: <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/523-tipos-de-competencia/>
- (2012). Obtenido de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- europa.eu. (2012). Obtenido de Comisión Europea: http://ec.europa.eu/competition/consumers/opening_es.html
- tiposde.org. (2012). Obtenido de Portal Educativo: <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/523-tipos-de-competencia/>
- tiposde.org. (2012). Obtenido de Portal Educativo: <http://www.tiposde.org/sociedad/1007-concepto-de-profesionalismo/>
- Administrativos. (08 de Mayo de 2013). Obtenido de <http://www-administrativos.blogspot.com/>
- Finanzas y Economía. (18 de Octubre de 2013). Obtenido de <http://www.finanzzas.com/%C2%BFque-es-la-competencia>
- Significados . (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/aptitud/>
- Significados . (2013). Obtenido de <http://www.significados.com/investigacion/>
- trabajodecente. (2013). Obtenido de <http://www.trabajodecente.org.co/que-es-trabajo-digno/>
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR . (2013-2017). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-9.-garantizar-el-trabajo-digno-en-todas-sus-formas>
- Comunicación Moldtrans. (22 de 10 de 2014). Obtenido de <http://www.moldtrans.com/historia-de-una-evolucion-el-transporte-terrestre/>
- LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL. (15 de Mayo de 2014). Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/index.php/servicios/reteve/file/2254-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial>

- CODIGO DE TRABAJO DEL ECUADOR. (20 de Abril de 2015). Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/www.EcuadorLegalOnline.com_CODIGO_DE_TRABAJO_2015.pdf
- Definición . (2015). Obtenido de <http://definicion.de/organizacion/>
- definicionabc. (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/director.php>
- Educatina . (2015). Obtenido de <http://www.educatina.com/filosofia/filosofia-general/conceptos-clave-de-filosofia-general/que-es-la-etica-video>
- wto.org. (2015). Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction2_s.htm
- Alejandro, R. M. (Julio de 2014). Obtenido de URI <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8431>
- Alfonso, D. D. (Noviembre de 2002). Transportes Inteligentes. Obtenido de <http://transpotesinteligentesdeissy1102.blogspot.com/2012/04/historia-del-transportes-terrestres.html>
- catarina.udlap. (s.f.). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lic/capasso_g_ag/capitulo3.pdf
- Chamorro Gonzalez, P. E. (10 de Abril de 2013). blogspot. Obtenido de Emprendimiento y GESTIÓN: <http://pedroemprendimiento.blogspot.com/2013/04/los-clientes.html>
- Comercio, O. M. (2015). wto.org. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction2_s.htm
- Cueva, J. C. (28 de Noviembre de 2010). psicologiayempresa. Obtenido de <http://psicologiayempresa.com/caracteristicas-de-las-organizaciones.html>
- Definición . (s.f.). Obtenido de <http://definicion.mx/profesionalismo/>
- Estefani, G. (Abril de 2013). Artinaid. Obtenido de Arte en tecnología a sus servicios: <http://www.artinaid.com/2013/04/que-es-el-transporte/>
- Furque, M. (24 de Noviembre de 2011). miguel furque. Obtenido de <http://www.miguel furque.com/10-claves-para-mejorar-mi-negocio/>
- García Santillán, A., & Lamadrid Landa, V. A. (S.F.). eumed.net/libros. Obtenido

de DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DEL PROGRAMA OPERATIVO ANUAL SISPOA : <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/332/Confiabilidad.htm>

- Garcia, Y. (2014). Definición de Cooperación. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/cooperacion/>
- Guillermo, S. C. (2014). Obtenido de URI: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/2039>
- Maniviesa, P. (2015). pmerang. Obtenido de <http://pmerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atencion-al>
- Moldtrans, C. (22 de Octubre de 2014). MOLDSTRANS. Obtenido de <http://www.moldtrans.com/historia-de-una-evolucion-el-transporte-terrestre/>
- Muro, P. (4 de Mayo de 2010). arp calidad . Obtenido de <http://www.arpcalidad.com/definicin-de-proceso/>
- Osmond Vitez, D. M. (2015). pyme.lavoztx. Obtenido de Pequeña y mediana Empresa: <http://pyme.lavoztx.com/significado-de-profesionalismo-y-tica-del-trabajo-4375.html>
- Rivera, S. P. (20 de Noviembre de 2012). prezi. Obtenido de <https://prezi.com/g9p5swfxqkii/nuevo/>
- Rombiola, N. (18 de Octubre de 2013). finanzas. Obtenido de Finanzas y Economía: <http://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-la-competencia>
- S.L, P. V. (2010). Atención al Clientes. En P. V. S.L, Atención al Clientes (págs. 1, 2). España: Vértice.
- Sandro, R. P. (20 de Noviembre de 2012). Prezi. Obtenido de <https://prezi.com/g9p5swfxqkii/nuevo/>
- (sf). Obtenido de flacsoandes: <http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=24453>
- catarina.udlap. (SF). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lic/capasso_g_ag/capitulo3.pdf
- facmed.unam. (SF). Obtenido de <http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/ftp/docu>

mentos/calidad.pdf

- flacsoandes. (SF). Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=24453>
- Sabiodocs. (SF). Obtenido de http://www.um.es/sabio/docs-cmsweb/materias-pau-bachillerato/tema_8.pdf
- Thompson, E. (. (SF). ehowenespanol. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/historia-del-servicio-cliente-hechos_99217/
- TVivanco, N. C. (2013). Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2054/1/TESIS%20NATALY%20SANCHEZ.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de problematización

MATRIZ DE LA PROBLEMATIZACIÓN

PROBLEMA SUBPROBLEMA		FORMULACIÓN SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS GENERALES/ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL/PARTICULARES	VARIABLES INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE	INDICADORES
PROBLEMA CENTRAL	Condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal	¿De qué manera las condiciones del servicio de transporte que ofrece la Cooperativa Rircay del Cantón la Troncal, generan insatisfacción a los clientes?	Investigar de qué forma las condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa Interprovincial Rircay del Cantón La Troncal influye en la satisfacción de los usuarios al momento de utilizar este servicio en el período 2015, a través de un estudio de campo para tomar las acciones necesarias, lo cual nos permita mejorar el servicio brindado a los usuarios.	Las deficientes condiciones de servicio al cliente de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón La Troncal da lugar a la insatisfacción de los clientes.	Deficientes condiciones del servicio al cliente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay del Cantón la Troncal.	insatisfacción de los clientes.	Porcentajes de clientes que demuestren la satisfacción al hacer uso de este medio de transporte.
SUBPROBLEMAS(CAUSAS)	falta de competencia	¿De qué forma influye la falta de competencia en las condiciones de cobros a los clientes por parte de los directivos de la cooperativa?	Investigar las causas por las que el servicio al cliente brindado por la Cooperativa de transporte Rircay, influye en el cobro de las tarifas.	Falta de competencia genera los cobros inadecuados a los clientes por parte de los directivos de la cooperativa.	falta de competencia	inadecuados cobros de las tarifas.	Porcentajes de clientes quienes se vean perjudicados por los cobros inadecuados, los cuales establece la cooperativa.
	deficiente profesionalismo	¿De qué modo incide el deficiente profesionalismo por parte de los choferes, para que se ocasionen accidentes?	Conocer los motivos que provoca falta de profesionalismo de los choferes de la Cooperativa de Transporte Rircay, por medio de técnicas de investigación.	La falta de profesionalismo genera un alto nivel de accidentes.	deficiente de profesionalismo	alto nivel de accidentes.	Encuestas
	mala organización	¿Cómo afecta la mala organización por parte de los directivos de la empresa Rircay, en el desarrollo de las actividades diarias.	Analizar los motivos de la mala organización de los directivos de la Cooperativa de Transporte Rircay, utilizando encuestas.	La mala organización por parte de los directivos de la empresa generaría el desacuerdo por parte de los socios.	mala organización	desacuerdo por parte de los socios.	Entrevistas
	exceso de pasajeros	¿Qué injerencia tiene el exceso de pasajeros en la comodidad que se brinda a los usuarios durante el viaje?	Identificar las causas por las que se tiene exceso de pasajeros en los recorridos realizados por la Cooperativa de Transporte Rircay, para tener una apreciación más real de la situación.	El exceso de pasajeros en la cooperativa produciría incomodidad en los clientes.	exceso de pasajeros	incomodidad que brinda a los clientes durante el viaje.	Encuestas

Anexo 2: Encuesta a los Clientes



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL RIRCAY
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO: Analizar el uso y el aprovechamiento de las opiniones de los clientes recopilando información relevante sobre el servicio que brinda la Cooperativa de Transporte Rircay en el Cantón La Troncal.

GÉNERO: Femenino: Masculino: **Edad:**

COOPERACIÓN: Le agradecemos muy encarecidamente por la contestación de cada una de las preguntas de manera sincera, ya que las respuestas son de gran importancia para el presente proyecto, por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

Marque con una (x) la respuesta correcta

1.- ¿Cómo considera usted que es el trabajo de la Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay?

a.- Excelente	<input type="checkbox"/>
b.- Bueno	<input type="checkbox"/>
c.- Malo	<input type="checkbox"/>
d.- Me es indiferente	<input type="checkbox"/>

2.-¿Cómo califica usted el servicio que le brinda la Cooperativa?

a.- Excelente	<input type="checkbox"/>
b.- Bueno	<input type="checkbox"/>
c.- Regular	<input type="checkbox"/>
d.- Deficiente	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Qué técnica considera usted que sería necesaria aplicar para establecer una buena comunicación entre los miembros de la Cooperativa?

a.- Liderazgo	<input type="checkbox"/>
b.- Talento Humano	<input type="checkbox"/>
c.- Comunicación Organizacional	<input type="checkbox"/>

4.- ¿El alto nivel de accidentes se genera por?

a.- Falta de profesionalismo	<input type="checkbox"/>
b.- Escasa revisión de los vehículos.	<input type="checkbox"/>
c.- Personal no apto para el cargo	<input type="checkbox"/>
d.- Incumplimiento de leyes establecidas	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto de la atención personalizada que brinda la Cooperativa?

a.- Alto	<input type="checkbox"/>
b.- Medio	<input type="checkbox"/>
c.- Bajo	<input type="checkbox"/>

6.- ¿La satisfacción que usted encuentra se basa en?

a.- Clima dentro del vehículo	<input type="checkbox"/>
b.- Atención de los empleados	<input type="checkbox"/>
c.- Seguridad durante el viaje	<input type="checkbox"/>
d.- Orden para adquirir los boletos	<input type="checkbox"/>

7.- De las siguientes alternativas, ¿Cuál considera usted, es la que necesita más atención?

a.- Seguridad en el vehículo	<input type="checkbox"/>
b.- Confort en el viaje	<input type="checkbox"/>
c.- Trato de los conductores	<input type="checkbox"/>
d.- Adecuados cobros de tarifas	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuáles son las causas, por el cual el servicio ofrecido por parte de la Cooperativa de Transporte Rircay no llega a su excelencia?

a.- Escasa preparación profesional	<input type="checkbox"/>
b.- Falta de Capacitación	<input type="checkbox"/>
c.- Desinterés por el servicio al cliente	<input type="checkbox"/>
d.- El incumplimiento de las Políticas establecidas	<input type="checkbox"/>

9.- El mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa, ¿Qué resultados provocaría en la Ciudadanía?

a.- Preferencia hacia la competencia	<input type="checkbox"/>
b.- Satisfacción	<input type="checkbox"/>
c.- Aceptación por este medio de Transporte	<input type="checkbox"/>
d.- Negatividad ante el cambio	<input type="checkbox"/>

10.- Cree usted que la mala organización dentro de la Cooperativa genera:

a.- Desacuerdo por parte de los socios	<input type="checkbox"/>
b.- Insatisfacción al cliente	<input type="checkbox"/>
c.- Ingresos bajos	<input type="checkbox"/>
d.- Desconcierto dentro de la Cooperativa	<input type="checkbox"/>

Anexo 3: Encuesta a los trabajadores



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL RIRCAY
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO: Analizar el uso y el aprovechamiento de las opiniones de los clientes recopilando información relevante sobre el servicio que brinda la Cooperativa de Transporte Rircay en el Cantón La Troncal.

GÉNERO: Femenino: **Masculino:** **Edad:**

COOPERACIÓN: Le agradecemos muy encarecidamente por la contestación de cada una de las preguntas de manera sincera, ya que las respuestas son de gran importancia para el presente proyecto, por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

Marque con una (x) la respuesta correcta

1.- ¿De las siguientes alternativas cuál cree usted que necesita mayor atención en la Cooperativa de Transporte Rircay?

a.- Seguridad en el vehículo	
b.- Trato a los conductores	
c.- Confort en el viajero	
d.- Mejorar el ineficiente profesionalismo	

2.- Los cursos de capacitación que he recibido por parte de la Cooperativa me han permitido

a.- Alimentar mis conocimientos	
b.- Aumentar la rentabilidad de la empresa	
c.- Generar gastos para la organización	
d.- No han sido de ayuda para mi persona	

3.- Mediante un manual de políticas se podría llegar a una mejor organización dentro de la Cooperativa

a.- Si	
b.- No	
c.- Tal vez	

4.- ¿Considera usted que la Administración de la Cooperativa de Transporte Rircay es?

a.- Satisfactorio para los trabajadores	
b.- Descoordinada en todas las actividades.	
c.- Planificada y coordinada en las diferentes actividades.	
d.- Participativa con todos los trabajadores	

5.- ¿Qué alternativa considera usted que es elemental para poder obtener un control administrativo en la Cooperativa?

a.- Políticas	
a.- Programas	
b.- Manual de funciones	
c.- Estructura jerárquica	

6.- ¿De qué manera el ambiente de trabajo en el cuál usted se desenvuelve lo motiva trabajar?

a.- Por los incentivos recibidos	
b.- Por el buen trato	
c.- Por las capacitaciones	
d.- Por la atención brindada	

7.- ¿Cómo se siente usted por el trato y la atención que se le da al cliente dentro de la Cooperativa?

a.- Muy insatisfecho	
b.- Insatisfecho	
c.- Satisfecho	
d.- Muy insatisfecho	

8.- ¿Cree usted que la mala organización dentro de la Cooperativa genera?

a.- Desacuerdo por parte de los socios	
b.- Ingresos bajos	
c.- Insatisfacción al cliente	
d.- Desconcierto dentro de la Cooperativa	

9.- ¿De que manera la empresa demuestra tener interés para su desarrollo profesional?

a.- Brindándome un ambiente laboral satisfactorio	
b.- Mediante capacitaciones	
c.- Motivándome emocionalmente	
d.- Estableciendo metas positivas para todos	

10.- El mejoramiento del servicio por parte de la Cooperativa, ¿Qué resultados provocaría en la ciudadanía?

a.- Preferencia hacia la cooperativa	
b.- Satisfacción	
c.- Satisfacción por este medio de transporte	
d.- Negatividad ante el cambio	

Anexo 4: Cuestionario a expertos



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
INTERPROVINCIAL RIRCAY**

1) ¿Cómo y en qué año surgió la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay?

**2) ¿Qué repercusiones e investigaciones se han obtenido de la cooperativa?
¿Cuál es su apreciación sobre lo que está sucediendo en la parte interna?**

3) ¿De qué manera distribuyen la logística en las rutas?

4) ¿Qué repercusiones provoca el extenso horario de trabajo?

5) ¿De qué manera se manejan las quejas y comentarios de parte de los clientes?

6) ¿Cómo se podría solucionar los inconvenientes que se generan por las repercusiones de parte de los clientes?

7) ¿Considera usted que mediante un manual de políticas se podría brindar una atención al cliente satisfactoria?

8) ¿Considera que las áreas se encuentran comprometidas con las funciones que son asignadas y de no serlo cuales son los motivos?

Anexo 5. Permiso de la Cooperativa

REPÚBLICA DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



Oficio N°: UNEMI-UACAC-2015-097-OF

Milagro, 24 de julio de 2015

Asunto: Información para tema de tesis

Abogado
Santiago Minchala Zhindon
PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA DE
TRANSPORTE INTERPROVINCIAL RIRCAY DEL CANTON LA TRONCAL
Ciudad

Estimado Abogado:

Me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle se de las facilidades necesarias a los estudiantes PAUCAR BEJARANO TANIA VIVIANA y SAMANIEGO SAMANIEGO SANDRA MARIBEL de la Carrera de Ingeniería Comercial, para que pueda obtener información en la Cooperativa la cual usted dirige, la misma que servirá para la elaboración de su tesis de grado previo al título de Ingeniera Comercial.

Por la atención que se digne dar a la presente, le reitero mi aprecio y consideración más distinguida, deseándole éxitos en sus funciones.

Atentamente,

MSc. Raúl Minchala Santander
DECANO (E) DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES



COOPERATIVA "RIRCAY"
RECIBIDO

Fecha: 28/07/2015

Hora: 14:51

RMS/maivaradog

Dirección: Calle Universidad Km. 1 y 2 Ma Km. 28
Teléfono: (04) 2715021 - 2715079
Correo: contacto@unemi.edu.ec
Milagro - Guayaquil - Ecuador

VISIÓN

Se aspira a ser la institución líder en el desarrollo de la educación superior y la investigación científica, tecnológica e innovadora, que contribuya al bienestar social y económico del Ecuador y del mundo.

MISIÓN

Formar profesionales de alto nivel académico, científico y tecnológico, que contribuyan al desarrollo del Ecuador y del mundo, a través de la investigación científica, tecnológica e innovadora, que contribuya al bienestar social y económico del Ecuador y del mundo.

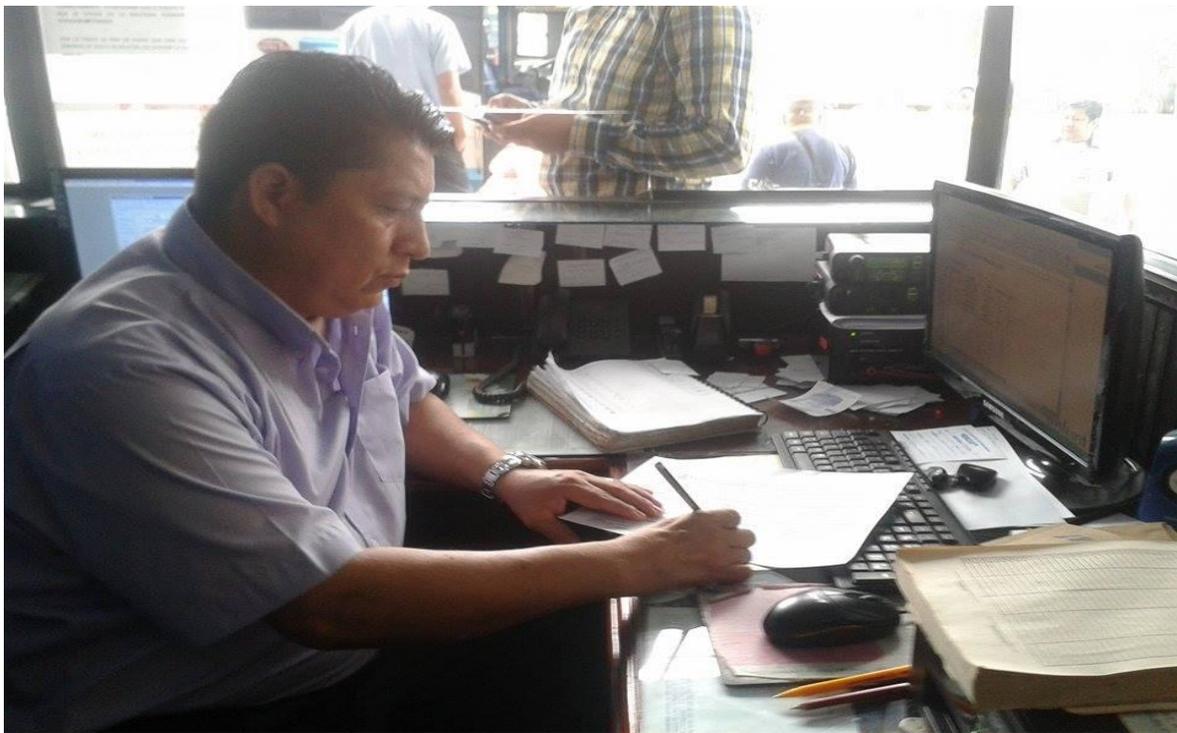
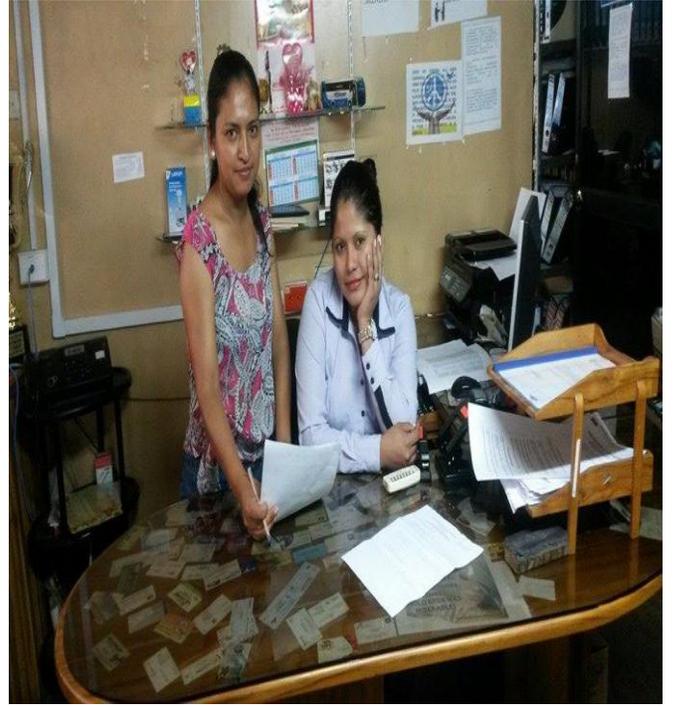
www.unemi.edu.ec

Anexo 6: Fotografías

Encuesta a clientes



Encuesta a empleados



Anexo 7. Fotografía con los Especialistas

Junto al Presidente y al Gerente de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Rircay
el Abg. Santiago Minchala Zhindón y el Sr. Bolívar Vicuña



Anexo 8. Fotografías de la Cooperativa



Anexo 9: Plagio

ING. CABEZAS CABEZAS ROBERTO FERNANDO