



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “La Servucción y su impacto en la Atención
al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano
Unión Ambateña de la ciudad de Ambato”**

AUTORA: Jeanette Verónica Acosta Núñez

TUTOR: Ing. Marco Barrionuevo

**Ambato- Ecuador
Septiembre 2012**



Ing. Marco Barrionuevo B.

CERTIFICA

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este Trabajo de Investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, 10 de Septiembre del 2012

Ing. Marco Barrionuevo

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jeanette Verónica Acosta Núñez, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Srta. Jeanette Verónica Acosta Núñez

C.I. 180376558-3

AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f)

Ing. MBA. Fernando Silva

f)

Ing. MBA. Santiago Verdesoto

Ambato, Septiembre 2012

DEDICATORIA

Con amor y gratitud a mis padres Luis Acosta y Rosa Núñez, por su apoyo constante e incondicional en el logro del cumplimiento de mis metas.

A mi hermano Edisson Acosta, por ser mi amigo y ser mi fuente de enseñanza y aprendizaje y darme la más valiosa influencia en mi desarrollo profesional y por sus sacrificios y ayuda incondicional.

A mi tía Enma Núñez, por enseñarme a luchar y cumplir mis obligaciones.

AGRADECIMIENTO

A Dios por concederme la sabiduría suficiente para lograr mis metas.

A mis padres Luis Acosta y Rosa Núñez, quienes en todo momento me dieron fuerzas para salir adelante.

A la UTA y a mis queridos profesores por darme la oportunidad de crecer profesionalmente.

A mi tutor Ing. Marco Barrionuevo, por su ayuda incondicional.

Al personal y socios que laboran en la Cooperativa de Transportes UNION AMBATEÑA, al presidente Ing. Washington Núñez, gerente Sr. Manuel Escobar, secretaria Sra. Glenda Saltos, por darme la apertura y proporcionar la información necesaria para realizar la presente investigación.

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando ésta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Srta. Jeanette Verónica Acosta Núñez

C.I. 180376558-3

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autenticidad.....	iii
Aprobación del Tribunal.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Derecho de autor.....	vii
Índice de contenidos	viii
Índice de Cuadros	xiii
Índice de Gráficos.....	xv
Resumen ejecutivo	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Tema	4
1.2 Planteamiento del Problema	4
1.2.1 Contextualización	5
Macro.....	5
Meso.....	7
Micro	8
1.2.2 Análisis Crítico	11
1.2.3 Prognosis.....	13
1.2.4 Formulación del problema	14

1.2.5 Interrogantes	15
1.2.6 Delimitación de la Investigación	15
1.3 Justificación.....	15
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo general	18
1.4.2 Objetivos específicos	18

CAPÍTULO II
2. MARCO TEÒRICO

2.1 Antecedentes investigativos	19
2.2 Fundamentación filosófica.....	24
2.3 Fundamentación legal	25
2.4 Categorías fundamentales.....	32
Desarrollo de las categorías	34
2.5 Hipótesis.....	47
2.6 Señalamiento de las variables.....	47
2.6.1 Variable Independiente.....	47
2.6.2 Variable dependiente.....	47

CAPITULO III
3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la Investigación.....	48
3.2 Modalidades y tipos de Investigación	49
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	52
3.4 Población y Muestra.....	53
3.4.1 Población.....	53
3.4.2 Muestra.....	53
3.5 Operacionalización de las variables.....	55
3.6 Recolección de información	56

3.7 Procesamiento y análisis.....	57
-----------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Resultado de la encuesta a los usuarios.....	58
4.2 Resultado de la encuesta a los conductores.....	80
4.3 Resultado de la entrevista a los directivos de la Cooperativa.....	92
4.4 Verificación de hipótesis	94
4.4.1 Formulación de la hipótesis.....	94
4.4.2 Definición del nivel de significación.....	94
4.4.3 Elección de la prueba estadística.....	94
4.4.4 Zona de aceptación o rechazo.....	96
4.4.5 Cálculo Matemático.....	97
4.4.6 Decisión.....	98

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	99
Recomendaciones.....	101

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Tema.....	104
6.1.1 Datos informativos.....	104
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	105
6.3 Justificación.....	108
6.4 Objetivos de la propuesta.....	110
6.4.1 General	110

6.4.2 Específicos.....	110
6.5 Análisis de factibilidad.....	110
6.6 Fundamentación teórica	113
6.7 Metodología: Modelo operativo.....	131
6.8 Administración de la propuesta.....	179
6.8.1 Presupuesto de la propuesta.....	180
6.8.2 Cronograma de la propuesta.....	182
6.9 Previsión de la Evaluación	184
Bibliografía	185
Anexos	189

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Operacionalización de la variable independiente: Servucción	55
Cuadro No. 2 Operacionalización de la variable dependiente: Atención al usuario.....	56
Cuadro No. 3 Técnicas de recolección de datos	57
Cuadro No. 4 SEXO DEL USUARIO	58
Cuadro No 5 EDAD DEL USUARIO	60
Cuadro No. 6 FRECUENCIA DE USUARIOS POR RUTAS.....	61
Cuadro No. 7 HORARIOS DE USO DE UNIDADES	62
Cuadro No. 8 APRECIACIÓN DEL SERVICIO	64
Cuadro No. 9 RESPETO A TARIFAS ESPECIALES	65
Cuadro No. 10 ATENCIÓN BRINDADA	66
Cuadro No. 11 SEGURIDAD COMO FACTOR FUNDAMENTAL	67
Cuadro No. 12 APRECIACIÓN DEL ASPECTO INTERNO DE LOS BUSES	68
Cuadro No. 13 CONDICIONES DE LIMPIEZA	69
Cuadro No. 14 DETERIORO DE LOS ASIENTOS.....	70
Cuadro No. 15 PERCEPCIÓN DE LA COMODIDAD	71
Cuadro No. 16 PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD	72
Cuadro No. 17 PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE LOS CONDUCTORES	73
Cuadro No. 18 NECESIDAD DE INTERVENCIÓN DE UN AYUDANTE.....	74
Cuadro No. 19 POSIBILIDAD DE MEJORA DEL SERVICIO CON CAPACITACIÓN Y BUENTRATO	75
Cuadro No. 20 TRASLADO DE USUARIOS	76
Cuadro No. 21 RESPETO, PACIENCIA Y SEGURIDAD	27
Cuadro No. 22 RESPETO A RUTAS ESTABLECIDAS	78
Cuadro No. 23 CONOCIMIENTO DE SEÑALÉTICA.....	79
Cuadro No. 24 NIVEL DE EDUCACIÓN DEL CHOFER	80
Cuadro No. 25 EDAD DEL CHOFER.....	81
Cuadro No. 26 POSECIÓN DE SEÑALÉTICA PARA ENSEÑAR AL	82

USUARIO	
Cuadro No. 27 NIVEL DE CAPACITACIÓN PARA ATENDER AL USUARIO	83
Cuadro No. 28 FRECUENCIA DE LIMPIEZA DE LA UNIDAD.....	84
Cuadro No. 29 RESPETO A LA TARIFA PARA LA TERCERA EDAD	85
Cuadro No. 30 RAZONES DE LOS RECLAMOS.....	86
Cuadro No. 31 PÉRDIDA DE LA CALMA	87
Cuadro No. 32 DISPOSICIÓN A USAR UNIFORME.....	88
Cuadro No. 33 TIPO DE UNIFORME.....	89
Cuadro No. 34 COLABORACIÓN CON PLAN DE MEJORAS.....	90
Cuadro No. 35 POSIBLES TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN	91
Cuadro No. 36 Frecuencias observadas.....	96
Cuadro No. 37 Frecuencias esperadas	96
Cuadro No. 38 CÁLCULO DE X^2	97
Cuadro No. 39 Componentes de cada elemento del servicio.....	134
Cuadro No. 40 SOPORTE FÍSICO (buses).....	136
Cuadro No. 41 Plan de acción del Soporte físico.....	138
Cuadro No. 42 USUARIO ADULTOS (Hombres y mujeres), NIÑOS (menores y estudiantes uniformados), PERSONAS ESPECIALES (ancianos, minusválidos), EMBARAZADAS	140
Cuadro No. 43 Plan de acción Usuario.....	141
Cuadro No. 44 PERSONAL DE CONTACTO (Conductor/controlador)	143
Cuadro No. 45 Plan de acción Personal de contacto.....	145
Cuadro No. 46 SERVICIO	147
Cuadro No. 47. Plan de acción del servicio	150
Cuadro No. 48 Parámetros de evaluación de la calidad de un servicio (usuarios)	175
Cuadro No. 49 Resumen del Plan de acción.....	178
Cuadro No. 50 Presupuesto por conductor.....	180
Cuadro No. 51 Presupuesto de capacitación	180
Cuadro No. 52 Cronograma de la propuesta	182
Cuadro No. 53 Previsión de la evaluación de la Propuesta.....	184

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Árbol de problemas.....	11
Gráfico No. 2 Red de inclusiones conceptuales.....	32
Gráfico No. 3 Constelación de ideas	33
Gráfico No. 4 SEXO DEL USUARIO	59
Gráfico No 5 EDAD DEL USUARIO	60
Gráfico No. 6 FRECUENCIA DE USUARIOS POR RUTAS	61
Gráfico No. 7 HORARIOS DE USO DE UNIDADES	63
Gráfico No. 8 APRECIACIÓN DEL SERVICIO	64
Gráfico No. 9 RESPETO A TARIFAS ESPECIALES.....	65
Gráfico No. 10 ATENCIÓN BRINDADA.....	66
Gráfico No. 11 SEGURIDAD COMO FACTOR FUNDAMENTAL	67
Cuadro No. 12 APRECIACIÓN DEL ASPECTO INTERNO DE LOS BUSES	68
Gráfico No. 13 CONDICIONES DE LIMPIEZA	69
Gráfico No. 14 DETERIORO DE LOS ASIENTOS	70
Gráfico No. 15 PERCEPCIÓN DE LA COMODIDAD.....	71
Gráfico No. 16 PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD.....	72
Gráfico No. 17 PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE LOS CONDUCTORES	73
Gráfico No. 18 NECESIDAD DE INTERVENCIÓN DE UN AYUDANTE...	74
Gráfico No. 19 POSIBILIDAD DE MEJORA DEL SERVICIO CON CAPACITACIÓN Y BUENTRATO	75
Gráfico No. 20 TRASLADO DE USUARIOS.....	76
Gráfico No. 21 RESPETO, PACIENCIA Y SEGURIDAD.....	77
Gráfico No. 22 RESPETO A RUTAS ESTABLECIDAS.....	78
Gráfico No. 23 CONOCIMIENTO DE SEÑALÉTICA	79
Gráfico No. 24 NIVEL DE EDUCACIÓN DEL CHOFER.....	80
Gráfico No. 25 EDAD DEL CHOFER.....	81

Gráfico No. 26 POSECIÓN DE SEÑALÉTICA PARA ENSEÑAR AL USUARIO.....	82
Gráfico No. 27 NIVEL DE CAPACITACIÓN PARA ATENDER AL USUARIO	83
Gráfico No. 28 FRECUENCIA DE LIMPIEZA DE LA UNIDAD.....	84
Gráfico No. 29 RESPETO A LA TARIFA PARA LA TERCERA EDAD	85
Gráfico No. 30 RAZONES DE LOS RECLAMOS.....	86
Gráfico No. 31 PÉRDIDA DE LA CALMA.....	87
Gráfico No. 32 DISPOSICIÓN A USAR UNIFORME.....	88
Gráfico No. 33 TIPO DE UNIFORME.....	89
Gráfico No. 34 COLABORACIÓN CON PLAN DE MEJORAS.....	90
Gráfico No 35 POSIBLES TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN	91
Gráfico No. 36 Campana de Gauss	97
Gráfico No. 37 Elementos del proceso de servucción	118
Gráfico No. 38 Clasificación de los tipos de clientes	123
Gráfico No. 39 Proposición de éxito en la prestación del servicio.....	125
Gráfico No. 40 Sistema de organización interna	129
Gráfico No. 41 Análisis FODA del soporte físico.....	135
Gráfico No. 42 Análisis FODA usuario.....	139
Gráfico No. 43 Análisis FODA personal de contacto.....	142
Gráfico No. 44 Análisis FODA servicio.....	146
Gráfico No. 45 Flujograma de evolución de necesidades del usuario.....	151
Gráfico No. 46 Flujograma de la evolución de necesidades del usuario.....	150
Gráfico No. 47 Flujograma del servicio.....	166
Gráfico N° 48 Organigrama estructural	171
Gráfico No. 49 Organigrama funcional.....	172
Gráfico No. 50 Organigrama posicional.....	173
Gráfico No. 51 Componentes de la Recuperación Efectiva de un servicio	177

RESUMEN EJECUTIVO

Dentro del estudio titulado “La servucción y su impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato”, se pudo analizar el impacto del servicio sobre el comportamiento, la Cooperativa se dedica al transporte público de pasajeros desde hace 50 años, se trata de un problema poco estudiado en el sector, como es la Servucción, útil para familiarizar al investigador con el objeto de estudio y como base para la caracterización de las variables dentro de la investigación exploratorio-descriptiva. El método empleado para el desarrollo de la investigación fue el inductivo-deductivo, mediante el cual se detectó que la servucción tiene un importante impacto en la atención al usuario según se pudo ver en las pruebas estadísticas con un 95% de confianza y 4 grados de Libertad. La servucción es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente–empresa, necesaria para la realización de una prestación de servicio, según la percepción de los usuarios, el servicio prestado es regular para el 42.3%, y para el 7.3%, es malo, la tarifa especial para niños, estudiantes, ancianos y discapacitados rara vez se respeta (50.1%) y según el 3.9% esta tarifa no es respetada, el aspecto de los buses es regular, 3 de cada 4 personas piensan que los asientos están muy deteriorados. Los conductores de las unidades rara vez están capacitados para dar un buen servicio, por lo que es necesaria la intervención de un controlador, pues el traslado de los usuarios se realiza en exceso, además, no se respetan las rutas establecidas. Como propuesta de solución, se diseñó un “Modelo de Servucción para mejorar la atención al usuario y fomentar la lealtad de los mismos”

PALABRAS CLAVE: Servucción, atención al usuario, cooperativa, comportamiento, transporte público, deductivo, percepción, tarifa, conductores, capacitación, rutas, modelo, lealtad.

INTRODUCCION

En el estudio titulado “La servucción y su impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato”, se pudieron establecer los elementos y las características de la servucción aplicada por los Conductores de las unidades de transporte de la mencionada institución.

Este trabajo estuvo motivado en indagar los indicadores de la calidad en la prestación del servicio brindado por parte de los conductores de los buses de la Cooperativa, para proponer medidas orientadas a la mejora de los mismos, previo al desarrollo, se pudo notar que la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña, no contaba con un estudio referente a la atención al usuario, ésta atención debiera reflejarse en planes de capacitación a los conductores para reforzar el servicio, lograr mayor eficiencia y orientar hacia una línea de excelencia, satisfaciendo las exigencias del mercado, con las respectivas normas de calidad, aquello permitiría mejorar la competitividad.

Los datos que fueron recolectados, hacen referencia a los horarios del servicio, género y edad de los usuarios, percepción del servicio, tarifas, seguridad, aspecto interno de los buses, condiciones de limpieza, nivel de deterioro, comodidad, nivel de capacitación del personal de contacto, necesidad de un ayudante, buen trato, obediencia a las disposiciones, características de la atención, respeto a las rutas establecidas y señalética.

Los métodos de investigación aplicados para el trabajo realizado, fueron el inductivo-deductivo, analítico-sintético y el método de modelación en el desarrollo de la propuesta.

Según las fuentes bibliográficas revisadas, se pudo notar que los usuarios de transporte urbano de la ciudad de Ambato se quejan de la inseguridad, incomodidad, desconocimiento de las formas básicas de servicio y relaciones humanas, descortesía de los conductores, demostrada en cada ruta recorrida y la mala apariencia de las unidades,

entre otros, factores que son evidentes para cada uno de los habitantes de la ciudad, pues califican el servicio de buses como uno de los más deficientes en el país.

Los resultados obtenidos demuestran que la servucción tiene un importante impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato, respecto a la servucción, cabe mencionar que es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente – empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados, y en la Cooperativa “Unión Ambateña se manifiestan de la siguiente manera:

El servicio prestado es regular o malo para la mitad de los usuarios, la tarifa especial para niños, estudiantes, ancianos y discapacitados es respetada rara vez, el aspecto de los buses es regular, los asientos están medianamente deteriorados , no existe realmente seguridad en el transporte, los conductores rara vez están capacitados para dar un buen servicio a los usuarios, los mismos mencionan que si es necesaria la intervención de un ayudante de chofer (controlador), y rara vez o nunca se respetan los recorridos.

El trabajo se realizó sobre los usuarios de las unidades de transporte de la ciudad de Ambato, durante el período enero-junio del año 2012, y sobre los mismos transportistas y directivos de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña.

Este documento de investigación consta de seis capítulos en los que se detallan todos los parámetros empleados en el desarrollo de la misma:

En el Capítulo I, se hace referencia al Problema, en el mismo se definen sus causas y efectos, se hace referencia a una visión del mismo desde diferentes perspectivas, se han denotado los objetivos de la investigación y explicado la motivación de la misma en la justificación.

El Marco Teórico que se registra en el Capítulo II, reporta tanto la variable independiente (servucción), como la variable dependiente (atención al usuario), desde argumentos emitidos desde diferentes enfoques y autores, se desagrega cada variable y se propone una relación hipotética entre las mismas.

El Marco Metodológico del Capítulo III, menciona la aplicación de una encuesta tanto a los conductores de las unidades de transporte como a los usuarios de las mismas para obtener su criterio con el uso del cuestionario como instrumento de investigación, siendo la población estudiada, la económicamente activa de Ambato, que es la que emplea el servicio de buses de transporte urbano.

En los Resultados, que se muestran en el Capítulo IV, se verifica la suposición realizada, por medio de la prueba estadística de Chi cuadrado, en la que se demuestra una asociación estadísticamente significativa entre las variables de investigación a partir de la opinión de los usuarios sobre cada variable, para ello fue útil la estadística descriptiva.

El Capítulo V, registra las Conclusiones y Recomendaciones, y en el mismo se muestran los resultados más generales de la investigación.

En el Capítulo VI, de la Propuesta, se ha diseñado un modelo de Servucción, el mismo que incluye todos los parámetros necesarios para que la Cooperativa “Unión Ambateña”, tenga un servicio de elevada calidad y diferenciado en función de fomentar la lealtad del usuario.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA

La Servucción y su impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El impacto de la servucción en la atención al usuario de la Cooperativa Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

1.2.1 Contextualización

Macro

El periódico **Hoy (2008/05/11)**, registra el panorama del servicio de transporte a nivel general, se menciona que en el estudio elaborado por la consultora internacional “Grupo Macro”, que entrevistó a 1 200 usuarios de buses en Quito, Guayaquil y Cuenca (400 en cada una), del total, *“el 86% está insatisfecho con el servicio”*.

Se destaca la inexistencia de un sistema de regulación en la calidad del servicio que permita obtener beneficios tanto a los dueños de las unidades como a los usuarios, un 42% de los pasajeros se queja del irrespeto a las tarifas,

Para **Fernando Miño (2008)**, gerente de Grupo Macro (encuestadora internacional), las quejas permanentes de los usuarios están orientadas a exigir respeto pues los pasajeros sienten que todos sus derechos son vulnerados al subir a un bus.

Según la opinión de autoridades en tema de transporte se deberían adoptar algunas estrategias para mejorar el servicio, tales como:

- Cambio de actitud: "El cambio de actitud de la gente es primordial para mejorar el servicio. Siempre deben ir de la mano la concienciación y la capacitación".
- Mejorar su calidad: "El sistema necesita mejorar su estándar de calidad. A pesar que se invierten \$60 millones al año para esto, la percepción de la gente no es buena".
- Deben cumplir la Ley. "La autoridad de control y planificación debe garantizar un buen servicio al usuario. Con los datos reportados no se está cumpliendo con la Ley".
- Se exige algo básico: "El índice de esta muestra es alarmante: solo el 14% esta satisfecho, y lo que la gente espera son cosas de respeto común y básicas".

El transporte público es considerado como uno de los pilares fundamentales en el accionar diario de la sociedad, ya que permite a los habitantes movilizarse diariamente de un lugar a otro. El cual aporta al desarrollo económico de grandes masas, por eso los gobiernos nacionales y seccionales día a día planifican como ha de ser el transporte público y toman acciones con la finalidad de cubrir esta necesidad básica de la sociedad, y que el estado se convierta en garante del servicio, aumentando, de manera global, el bienestar y satisfacción de los habitantes.

El servicio de transporte público es prestado por operadoras privadas quienes deben garantizar la calidad del servicio que brindan, por lo que es imprescindible que todas las cooperativas de transporte público urbano, sin importar su tamaño forjen su futuro a través de la servucción, que conlleve a un cambio óptimo en lo que se refiere a la atención al usuario.

La mayoría de los transportes públicos funcionan sobre tablas de horarios, con los servicios más frecuentes organizados sobre tablas de frecuencias. Algunos, como los taxis compartidos, organizan su horario según la demanda. Otros servicios no se inician hasta que no se complete el vehículo. En algunas zonas de baja demanda existen servicios de transporte público de puerta a puerta, aunque lo normal es que el usuario no escoja ni la velocidad ni la ruta.

El transporte público urbano puede ser proporcionado por una o varias empresas privadas o por consorcios de transporte público. Los servicios se mantienen mediante cobro directo a los pasajeros. Normalmente son servicios regulados y subvencionados por autoridades locales o nacionales. Existen en algunas ciudades servicios completamente subvencionados, cuyo coste para el viajero es gratuito.

En el Ecuador a diario las personas que se movilizan en buses de transporte público son testigos de cosas y casos que parecen de película, pero que aquí son ya una forma de vida.

En la dirección <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101293203> se menciona que el Ecuador es uno de los países con mayor índice de siniestralidad en carreteras. Según reportó la **Policía Nacional**, en **2011** se registraron 15.700 accidentes de tránsito y un informe de **Jovial y Justicia Vial (2011)** señala que 13 personas mueren a diario por esta clase de accidentes. Entre las causas principales están la impericia del chofer, exceso de velocidad y vetustez de las unidades de transporte.

De hecho, y según datos de la propia **Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE: 2010)**, hay 15.000 conductores en las ciudades que han perdido 30 puntos de sus licencias por contravenciones. Aunque deberían, por ley, estar fuera de circulación, continúan rodando por las avenidas.

Meso

Sobre el tema, **Ing. Washington Núñez (2012)**, presidente de la **Unión de Cooperativas de Transporte Urbano de Tungurahua**, señaló que el 85% del transporte urbano es nuevo, el gremio de la transportación urbana en Tungurahua agrupa a cinco filiales, con un número aproximado de 400 unidades.

El proceso de traslado en un bus de transporte urbano, en la provincia de Tungurahua puede tener en común las siguientes características:

- Los buses urbanos que circulan por las calles de la provincia, en un elevado porcentaje, se encuentran en condiciones deplorables. Lo denuncian a diario sus usuarios quienes aseguran que el irrespeto no solo es de los supuestos vendedores ambulantes, sino de los propios choferes.
- Además de automotores con llantas lisas, el deterioro de la carrocería es visible, así como sus emisiones contaminantes de monóxido de carbono.
- Muchas veces los usuarios especiales (niños, discapacitados y personas de la tercera edad), deben pagar el pasaje completo, aunque la ley habla de la mitad.

- A diferencia de Quito y Cuenca, donde hay un mayor control sobre los vendedores ambulantes, en Tungurahua es cosa de todos los días, la mitad son chicos que buscan el menor descuido para robar, también se suben a pedir dinero, ex convictos o gente enferma que exhibe, sin pudor, sus males.
- Otro dolor de cabeza es la velocidad de los automotores, el hecho es generado porque los colectivos quieren marcar antes que otros, pues "Aún no se ha eliminado el uso del reloj con la tarjeta".
- El comportamiento de los choferes es grosero e irrespetuoso, no respetan ni a las mujeres y hacen caso omiso a las paradas y dejan a los pasajeros en mitad de la calle.

Lo mencionado podría evitarse si las personas a menudo pusieran en práctica las normas de urbanidad y aplicaran más el respeto a los derechos del otro, que no es difícil solo es cuestión de aprender y empezar.....

Siendo la movilización una de las necesidades básicas y el transporte público el eje central del desarrollo de las ciudades, las cooperativas de transporte público tiene la responsabilidad de planificar y convertirse en garante del servicio, de tal manera, contribuyan a mejorar la calidad del servicio que brindan, para lograr la adecuada movilidad, alcanzando el bienestar y satisfacción de los usuarios y el desarrollo económico de quienes conforman las operadoras de transporte.

Micro

En la ciudad de Ambato existen cinco cooperativas de transporte urbano, Unión Ambateña, Tungurahua, los Libertadores, Vía Flores y Jerpazsol; las cuales cubren las frecuencias del sector urbano y rural con diferentes frecuencias de acuerdo a la demanda y a la sectorización de la ciudad.

El Comercio.com en <http://www.elcomercio.com/> (2012) informa que en Ambato, 430 buses ofrecen el servicio de transporte urbano a 174.261 habitantes.

Sin embargo, los usuarios se quejan del maltrato, la inseguridad y el reducido horario nocturno en el que trabajan. La mayoría de transportistas se retira a las 19:00pm.

Aunque digan los choferes que en Ambato sí hay servicio ejecutivo, en la práctica no se nota. Llevan a los pasajeros como sardinas y deben treparse al vuelo o bajar en paracaídas.

A veces por meter más estudiantes en los buses y porque pagan la mitad, les insultan, no les llevan o circulan con exceso de pasajeros.

<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101293203> (2010), bajo el título “Se moderniza el transporte público: Modernización total en Ambato” afirma que “Mediante resolución administrativa emitida por la Unidad Municipal de Tránsito (UMT), en 2009 se retiraron los permisos de operación al transporte de servicio urbano, interparroquial, camionetas y taxis por tener vehículos que sobrepasaban los 20 años de fabricación”.

Con todas estas disposiciones, en Ambato se retiraron los permisos a 16 buses de las cooperativas Tungurahua, Unión y Los Libertadores, que cumplieron su vida útil y debían ser renovados, lo cual se cumplió.

Trajano Sánchez (2010), director de la **Unidad Municipal de Tránsito de Ambato**, sostuvo que las unidades que provienen de Quito y son vendidas aquí deben ser del 2004, caso contrario no se le otorga el permiso de operación.

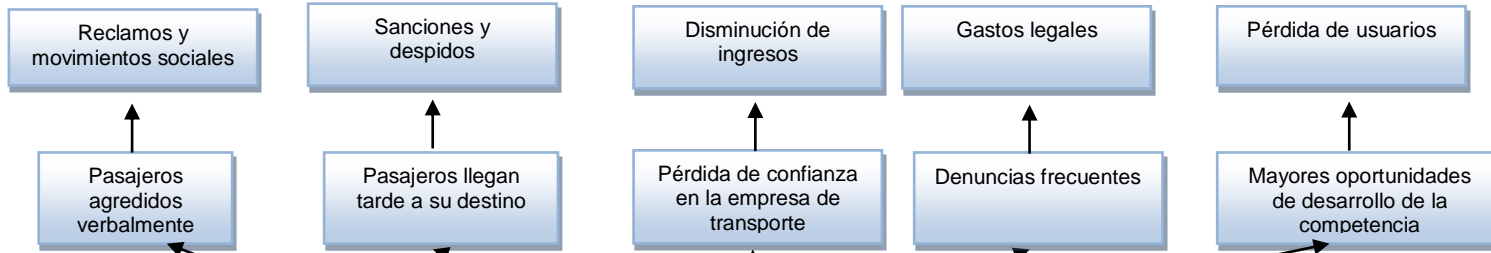
Según Sánchez, el parque automotor de Ambato es uno de los más modernos del país porque existen buses tipo desde el 2002 en adelante, aquellos que cumplieron su vida útil fueron dados de baja a través de la chatarrización.

Unión Ambateña desde sus inicios en agosto de 1961 ha venido ofreciendo el servicio de transporte público, continuamente se van renovando las unidades de acuerdo al avance tecnológico y a la demanda y geografía de la ciudad. La cooperativa se encuentra ubicada en las calles Cuenca 13-28 y Mera. En cuanto a los señores choferes existe la buena voluntad de ofrecer un trato digno a los usuarios, pero como en todas las familias ocurre que existen malos elementos que hacen que la ciudadanía tenga un mal concepto de los transportistas.

1.2.2 Análisis Crítico

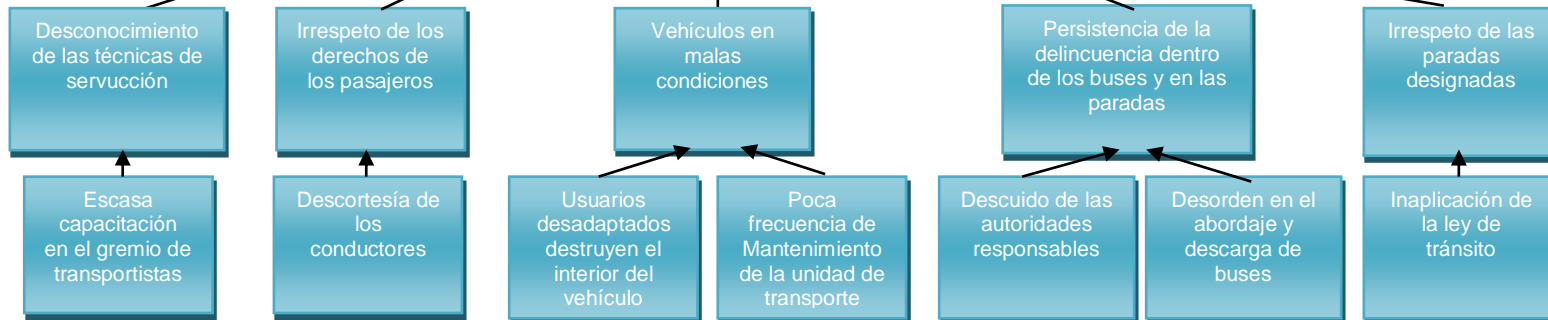
Gráfico No. 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

EFFECTOS



PROBLEMA CENTRAL

Deficiente atención al usuario de transporte público urbano de la Coop. Unión Ambateña



CAUSAS

FUENTE: Análisis crítico

ELABORADO POR: Verónica Acosta

El problema detectado del “Deficiente servicio de atención al usuario de transporte público urbano en la Cooperativa Unión Ambateña”, se produce entre otros motivos, por la escasa capacitación en el gremio de transportistas, ésta deficiencia degenera en un factor tan grave como el desconocimiento de las técnicas de servucción, las mismas dentro del servicio de la transportación constituyen la columna vertebral alrededor de la cual gira todo el negocio, sus metas y logros.

La descortesía de los conductores, demostrada en cada ruta recorrida, es una práctica de todos los días y es evidente para cada uno de los habitantes de la ciudad, siendo calificado el servicio de buses como uno de los más deficientes en el país, ello produce el irrespeto de los derechos de los pasajeros, en cada viaje son frecuentes los insultos, reclamos, disgustos y manifestaciones generalizadas de descontento.

A todo nivel social, (pues todos los ciudadanos han viajado alguna vez en buses de transporte urbano), se pueden verificar que las unidades públicas, transportan individuos desadaptados que atentan contra la integridad de los vehículos, quienes destruyen sus asientos, rayan las paredes internas, arrojan basura en el interior y deterioran físicamente los pasamanos y basureros.

Es evidente para la sociedad ambateña que ha empleado alguna vez el servicio de buses que los mismos reciben mantenimiento con muy poca frecuencia, y muchas veces quedan varados en las vías obligando a realizar trasbordos sin devolver el pasaje abonado obligando que los usuarios lleguen tarde a su destino.

Existe un descuido manifiesto de las autoridades responsables, gobernación y alcaldía, realizan escasos esfuerzos por solucionar el problema, no se han establecido zonas específicas para la estación de buses en el centro de la ciudad, no existen guías de espera para pasajeros y en ninguna parada se cuenta con asientos para esperar el transporte, por ende se produce desorden en el abordaje y descarga de buses y los

delincuentes aprovechan ese desorden para asaltar a los pasajeros, por lo que persiste la delincuencia dentro de los buses y en las paradas.

Lo anterior también produce que no se aplique adecuadamente y con la rigurosidad que merece la ley de tránsito, por lo que los buseros irrespetan las paradas establecidas.

Los pasajeros que reciben mal trato, con justo derecho anteponen reclamos, cuando éstos no son atendidos por los administradores de las cooperativas de transporte urbano, se producen movimientos sociales en búsqueda de respuestas, pero hasta la fecha se ha hecho muy poco y el problema está latente.

El hecho de que los pasajeros lleguen tarde a su destino es motivo de que en las instituciones públicas y privadas existan sanciones y despidos del personal por los continuos atrasos y las faltas persistentes.

Consecuentemente, la pérdida de confianza en la empresa de transporte, generada por todos los eventos mencionados provoca que los pasajeros no requieran el servicio de cooperativas específicas y con ello sobreviene la disminución de los ingresos para cada conductor y por ende para su familia.

Las frecuentes denuncias desencadenan gastos legales tanto para el infractor, como para la cooperativa, los cliente prefieren los servicios de la competencia, con lo que se impulsa su desarrollo.

1.2.3 Prognosis

Se puede predecir que al no aplicar esta investigación la cooperativa carecerá de competitividad a corto plazo, por ende tendrá poca aceptación en el mercado ya que los conductores no se desarrollaran al 100% de su capacidad, llevándonos a una mala atención a los usuarios, la misma que carecerá de eficiencia, eficacia y efectividad en

sus procesos para obtener un servicio, creando así un descontento en los usuarios, dando paso a que la competencia cubra estas rutas de trabajo.

Por ello si no se pone atención en dar solución al problema del transporte urbano, especialmente en el buen servicio y trato al usuario; los problemas continuarán y en algún momento los pasajeros se enfrentarán con los conductores cuando pierdan la paciencia. De allí la importancia del presente tema de investigación.

Se presume de movimientos sociales que afectarían el movimiento económico de una de las ciudades más comerciales del país, sanciones a mediano plazo y despidos para los empleados que llegan tarde a sus puestos de trabajo, pérdida de confianza en la empresa de transporte, y reducción de los ingresos por prestación de servicios, lo que agrava más la situación de cada transportista.

Se debe considerar también que un aporte al desprestigio de éste gremio, son las continuas denuncias por la mala atención al usuario, los gastos en acciones legales no son cuantificables, pero peor que eso es perder la confianza de sus clientes, efecto que se notaría en el mediano y largo plazo.

Al no corregir la situación detectada de deficiente servicio a los usuarios del transporte, podrían presentarse eventos desastrosos para la unidad de transporte, la cooperativa y el gremio en general, incluyendo, paralizaciones de actividades, denuncias, atentados en contra del vehículo y su propietario, cancelación de permisos de circulación, y expulsión de los respectivos gremios.

1.2.4 Formulación del Problema

¿De qué manera la servucción impacta en la atención al usuario de la Cooperativa Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato?

1.2.5 Interrogantes

¿Qué importancia tiene la servucción, como estrategia de marketing orientada a mejorar la atención al cliente?

¿Cuáles son las exigencias y expectativas de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña, respecto a la atención recibida?

¿Cómo se debe proceder para solucionar el problema de la atención a los usuarios de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación

Límite de contenido:

Campo: Administración

Área: Marketing de Servicios

Aspecto: Servucción

Límite espacial: Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato

Límite temporal: enero 2012 – junio 2012.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Es conveniente llevar a cabo esta investigación, ya que por medio de ella se podrá verificar la relación entre la servucción y la atención a los usuarios de la Cooperativa de transporte urbano Unión Ambateña, pues se trata de un aporte novedoso, pues la variable servucción ha sido muy poco estudiada, y en el sistema de transporte cooperativo de Ambato, es un trabajo original.

La eficiencia económica a nivel individual y colectivo ha sido objeto de muchos estudios y en general se acepta la idea de que el vehículo privado produce mayores costes económicos para el usuario individual (a medida que crece distancia recorrida la diferencia se reduce) y para el conjunto de la sociedad.

Mediante la mejora de los procesos, la planificación y las nuevas tecnologías se puede mejorar todavía más la eficiencia del sistema de transporte público pues actualmente ocasiona pérdidas económicas, es por ello que al aplicar la servucción se pondrán en juego las fortalezas de los conductores.

La Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña en los actuales momentos no cuenta con un estudio referente a la atención al usuario, el mismo que debe reflejarse en planes de capacitación a los conductores para reforzar el servicio, por parte de los directivos, para lograr la mayor eficiencia, manteniéndose en una línea de excelencia, satisfaciendo las exigencias del mercado, con las respectivas normas de calidad mejorando así la competitividad, ya que los conductores estarán al 100% de su capacidad llegando así a obtener una mayor atención al usuario, obteniendo mejores beneficios tanto para los conductores como para la junta directiva.

Por ello es importante realizar el presente estudio ya que conlleva consigo el día a día de muchas personas que tienen que utilizar el transporte público para movilizarse; por ello el tratamiento que se debe dar al presente tema, tratando de buscar caminos de solución a los problemas que se presentan en el servicio. De esta manera los beneficiados serán muchos sectores, partiendo de los usuarios, los dueños de unidades, conductores, cooperativas, entidades de control e instituciones que confían en las unidades de transporte.

El impacto es muy grande, ya que con el desarrollo del presente tema se sentirá la verdadera realidad del transporte urbano de pasajeros y se buscará soluciones que tendrán un objetivo común, mejorar el servicio y la confianza de los usuarios en las

unidades y en los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña.

Los resultados de este trabajo pueden ser imitados en otras cooperativas de transporte, debe realizarse una difusión de tales resultados y sobre todo de la propuesta de solución, para que sea aplicada por los transportistas y de ésta manera fomentar el respeto de los derechos de los usuarios y mejorar la imagen actual de las cooperativas.

Para el logro de los objetivos planteados, se cuenta con el recurso técnico-científico necesario, es decir, se tiene la facilidad de acceder a fuentes de información bibliográfica referente al tema de la servucción y la atención al usuario, ambas variables corresponden al área de Marketing de servicios y tanto en las bibliotecas de la facultad, como en páginas electrónicas se encuentran caracterizadas éstas de manera suficiente.

El recurso económico que se piensa emplear, tanto para la ejecución del trabajo de campo, así como para la redacción del documento definitivo, son razonables y pueden ser cubiertas.

La inversión que se realizará para la aplicación de la propuesta, será de exclusiva responsabilidad de los agentes o autoridades de la Cooperativa “Unión Ambateña”, en el supuesto de que decidan poner en marcha las sugerencias realizadas. En este caso, la inversión por realizarse estaría plenamente justificada en los beneficios de reconocimiento institucional que será partícipe la mencionada institución.

Para la obtención de los datos necesarios que ayuden a caracterizar las variables estudiadas en la población involucrada con las mismas, cabe mencionarse que, se cuenta con el apoyo de los dirigentes de la cooperativa “Unión Ambateña” para realizar el trabajo de campo y con la participación de cada uno de los socios, los mismos que con sus valiosas opiniones enriquecieron la calidad del trabajo realizado, así como también de una muestra poblacional de usuarios de buses de la ciudad de Ambato.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Analizar el impacto de la servucción en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer la importancia de la servucción, como estrategia de marketing de servicios orientada a mejorar la atención al usuario.
- Conocer las exigencias y expectativas de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña, respecto a la atención recibida, por medio de una encuesta, que conlleve al mejoramiento del servicio.
- Diseñar un modelo de aplicación de Servucción para mejorar la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Revisadas las bibliotecas de Centros de Educación Superior existentes en la Región Central, se pudo revisar los siguientes temas de tesis, que en su momento se convertirán en aporte en el desarrollo del presente tema de Investigación:

PAUCAR, L. (2011), de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, en su Trabajo de Investigación titulado *“Modelo Matricial de Planificación Estratégica y la Calidad del Servicio de Transporte Público que brinda la Compañía TRANSPLANETA S.A. de la ciudad de Quito”*, manifiesta que, el ineficiente proceso de planificación empresarial afectaría la calidad del servicio de transporte público que brinda la compañía.

Al no contar con un eficiente proceso de planificación empresarial que le permita administrar adecuadamente todos estos factores, afecta no solo la calidad del servicio, sino también dificulta enfrentarse a un entorno cambiante, exigente y competitivo. Por lo tanto es necesario realizar un análisis del entorno interno y externo y así proporcionar toda la información a la compañía de modo que pueda tomar decisiones estratégicas que permitan disponer de respuestas positivas frente a cualquier situación.

Para ello, el autor se planteó como objetivos, el conocer las exigencias y expectativas de los usuarios de la compañía TRANSPLANETA S.A. aplicando una encuesta, que conlleve al mejoramiento de la calidad en el servicio, realizar un análisis FODA, para determinar estrategias, que conlleven al cumplimiento de objetivos y metas de la compañía y proponer un plan estratégico para mejorar la calidad del servicio de transporte público.

La ejecución de la investigación de campo, permitiría llegar a las siguientes conclusiones:

- Sin lugar a duda, el ineficiente proceso de planificación empresarial con el cual se ha venido manejando compañía TRANSPLANETA S.A impide realizar un estudio de la realidad interna y externa e identificar los problemas potenciales, teniendo como consecuencia: i) servicio ineficiente; ii) usuarios insatisfechos; iii) inadecuado direccionamiento estratégico y el incumplimiento de metas y objetivos organizacionales.
- Carece de objetivos claramente definidos y de estrategias encaminadas a lograr estos objetivos, carece de una visión y misión, factores que no le permita a la compañía cumplir con las expectativas por la cual fue creada; que se dirigen explícitamente a buscar la satisfacción del usuario y al desarrollo de la compañía.

- La falta de una cultura orientada al servicio, impide que sus integrantes o quienes operan las unidades de transporte presten un servicio eficiente, sin considerar que la eficiencia en el servicio se ha convertido en objetivo estratégico de muchas empresas, y no tener solo como objetivo principal el aspecto económico.
- No existe capacitación para conductores y ayudantes, lo cual impide mejorar su desempeño, conllevando a un servicio de transporte público ineficiente, factor muy importante a tomarse en cuenta para determinar así una solución.
- La mayoría de conductores desconoce la ley de tránsito, lo que les conlleva a infringir con facilidad la ley y cometer frecuentemente contravenciones.
- La compañía TRANSPLANETA posee una flota vehicular moderna lo cual representa una fortaleza que debe ser aprovechada para contribuir a mejorar el servicio.

En la misma UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, para la Facultad de Ciencias Administrativas, **Gabriela Alexandra Pérez Pico (2011)**, estudió *“La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de transportes “Flota Pelileo”*

Se plantearon objetivos tales como:

- Determinar la situación actual en cuanto a la calidad del servicio, utilizando encuestas para lograr un mejor servicio.
- Analizar el grado de satisfacción del cliente, utilizando una investigación de campo que permita detectar las necesidades de los usuarios.
- Proponer Estrategias de Calidad de Servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo.

Siendo los resultados de ese trabajo muy concluyentes:

- Los usuarios encuestados dan a conocer que ocupar las unidades de la cooperativa Flota Pelileo, dan seguridad pero no en un cien por ciento, ya que no existe mucha diferencia con las unidades de otras cooperativas, ya que algunas personas no se sienten seguras del servicio por muchos motivos uno de ellos por los accidentes que existen hoy en la actualidad.
- Los usuarios que viajan en la cooperativa nos supieron manifestar que desean que la cooperativa adquiera más frecuencias a otras ciudades como Esmeraldas, Ibarra, Cuenca, Loja, Manabí, etc., ya que algunas cooperativas tienen este recorrido y prefieren que ésta que es de su gusto tenga las nuevas frecuencias para así poder viajar a los destinos requeridos de una manera más eficiente.
- De acuerdo al análisis de los resultados los usuarios indicaron que no están muy satisfechos con el servicio, ya que algunos empleados son groseros al momento de vender el boleto, o cuando piden información acerca de los turnos y el horario, es decir la atención al cliente.
- La cooperativa se encuentra empeñada en la renovación del servicio de transporte y atención en las oficinas, a fin de conservar la creciente demanda de este servicio con excelente calidad.
- Los usuarios viajan a otros destinos por motivo de trabajo y negocio, por paseo solo se van cuando hay feriados o vacaciones ya que lo económico es un factor importante.
- La fidelidad de los clientes se da por los años de servicio que mantiene la cooperativa.
- Los usuarios prefieren viajar quincenalmente ya sea por motivos de trabajo, visita a sus familiares o por alguna diligencia, ya que diariamente viajan muy poco, semanalmente de vez en cuando, por ello hay que darles preferencia a los clientes frecuentes y buscar la comodidad que cada uno de ellos desean con el servicio.

- La calidad de atención que existe dentro de la cooperativa es buena pues los empleados hacen su mayor esfuerzo ya que no han recibido curso de capacitación, pero esto debe otorgarse para que mejoren y tengan clientes fijos y su relación con ellos sea más clara, concisa y oportuna.
- Los usuarios de todas las cooperativas que existen prefieren Flota Pelileo porque el servicio que ofrecen es acorde a sus requerimientos, en las oficinas deberían mejorar ya que entre la cooperativa santa y baños están en igualdad de servicios similares y los usuarios casi no lo ocupan.
- Los usuarios en la mayoría conocen y acuden con frecuencia a la cooperativa por los servicios que presta de acuerdo a sus necesidades.
- Hay algunos problemas que se detectan en la atención en las oficinas, seguidas por varias unidades que no son las que requiere el usuario, pues ya están un poco deterioradas y les molesta también las paradas inesperadas porque corren peligro en la carretera.
- La preferencia de los clientes por Flota Pelileo, obliga a que cada vez el servicio sea mejor, pues los clientes se merecen un trato y atención personalizada para que no acudan a las otras cooperativas como Trasadina, 22 de Julio, Santa o Baños que también pueden utilizar.

Ríos, F. (2011) en *“El marketing de servicios y su incidencia en la atención al cliente de la empresa Prodelta Cía. Ltda. de la ciudad de Ambato”*. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Técnica de Ambato, llegó a determinar que la atención que los clientes reciben de parte de los vendedores no satisfacen en el sentido de motivación a la compra en ocasiones los pedidos no se cumple a cabalidad.

Mal manejo de la relación cliente – vendedor y vendedor – empresa ya no se ha implantado medidas para controlar este tipo de desfases que a la larga tiene como consecuencia pérdida de clientes.

La empresa Prodelta carece de conocimiento sobre Marketing de Servicios y mucho menos de los beneficios que este brinda cuando solo pone en práctica lo cual tiene como consecuencia pérdida de clientes y no saber que decisión tomar,

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para el presente estudio se ha considerado el paradigma crítico propositivo.

Las empresas de transporte público permiten a los ciudadanos movilizarse desde sus hogares a sus sitios de trabajo, educación, recreación, diversión, comercio, en fin, participar en diferentes actividades características de las ciudades. Esto hace que el transporte se constituya en un derecho adquirido por la población y que las empresas operadoras, planifiquen su gestión y se convierta en garante de la calidad del servicio y con ello se contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las ciudades.

En la actualidad el desenvolvimiento en el mundo cambiante y dinámico, la Cooperativa y su personal se enfrentan a nuevos retos en la atención al usuario, numerosos cambios han hecho que la atención al usuario debe mejorar, si no lo hace tendrá un bajo nivel de confianza lo que conlleva a quedar estancada y sin armas de competencia.

Teniendo en cuenta la dinámica de cambio en la sociedad actual, las empresas deben estar consientes de la realidad política, económica, tecnológica que les obliga a estar en continuo desarrollo, a actualizarse constantemente, mejorando la calidad de vida de los usuarios, satisfaciendo sus necesidades y contribuyendo con el desarrollo de la comunidad.

Los conocimientos se lograran mediante el contacto directo con los directivos y conductores de la Cooperativa Unión Ambateña y con los usuarios del servicio de

transporte urbano en la ciudad de Ambato, empleando encuestas para recolectar información que permitirá dar una solución al objeto de estudio.

Lo antes mencionado, mediante una buena atención al usuario se verá reflejado en los resultados de la investigación y será demostrada por el investigador con un alto sentido de integridad, ética y honestidad.

Para la presente investigación se aplicará el método hermenéutica-dialéctica ya que los conocimientos se conseguirán por medio de la involucración con el problema, permitiendo que se vaya enriqueciendo y perfeccionando los aspectos que se presenten dentro del estudio.

Para garantizar la calidad en el servicio de transporte público las empresas operadoras públicas y privadas requieren de un modelo estratégico, centrado sobre la base de la satisfacción y expectativas de los usuarios, todo esto mediante el involucramiento de todo el personal que conforman estas operadoras.

En esencia y de acuerdo a lo manifestado, el paradigma crítico-propositivo, pretende tener una perspectiva de la realidad basada en la opinión de los implicados con el fenómeno de la servucción t la atención del usuario de los buses de la cooperativa, para medir el impacto de la servicio, y de esta manera realizar una propuesta de solución acorde con la satisfacción del cliente.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se respalda en la LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DE CONSUMIDOR, cuyo contenido medular lo citamos a continuación:

Capítulo II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR

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

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

ISO 9001 – 2008

La **Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (Registro Oficial No 415 del 29 de Marzo del 2011)** respecto al transporte urbano registra los siguientes artículos:

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

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

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

LIBRO SEGUNDO DEL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR

TITULO I

DE LA NATURALEZA Y OBJETO

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

Art. 48.- En el transporte terrestre, gozarán de *atención preferente las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niñas, niños y adolescentes*, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ley. Se establecerá un sistema de tarifas diferenciadas en la transportación pública en beneficio de niñas, niños y adolescentes, personas con discapacidad, adultas y adultos mayores de 65 años de edad. El Reglamento a la presente Ley determinará el presente procedimiento de aplicación de tarifas.

TITULO II DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE

CAPITULO I

DE LAS CLASES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 51.- Para fines de aplicación de la presente Ley, se establecen las siguientes clases de servicios de transporte terrestre:

- a) Público;
- b) Comercial;
- c) Por cuenta propia, y
- d) Particular

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

TITULO III

DE LOS AMBITOS DEL TRANSPORTE

Art. 66.- El servicio de *transporte público intracantonal*, es aquel que opera dentro de los límites cantonales. La celebración de los contratos y/o permisos de operación de estos servicios será atribución de los Gobiernos Autónomos descentralizados municipales o metropolitanos o de la Agencia Nacional en los Cantones que no hayan asumido la competencia, con sujeción a las políticas y resoluciones de la Agencia Nacional del Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y de conformidad con lo establecido en la presente Ley y su Reglamento.

CAPITULO V DE LAS CONTRAVENCIONES

SECCION 2

CONTRAVENCIONES LEVES DE SEGUNDA CLASE

Art. 140.- Incurren en contravención leve de segunda clase y serán sancionados con multa equivalente al diez por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 3 puntos en su licencia de conducir:

o) El conductor, controlador o ayudante de transporte público o comercial que maltrate de palabra a los usuarios.

SECCION 3

CONTRAVENCIONES LEVES DE TERCERA CLASE

Art. 141.- Incurren en contravención leve de tercera clase y serán sancionados con multa equivalente al quince por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 4,5 puntos en su licencia de conducir:

h) El conductor que detenga o estacione un vehículo automotor en lugares no permitidos, para dejar o recoger pasajeros o carga, o por cualquier otro motivo;

SECCION 4

CONTRAVENCIONES GRAVES DE PRIMERA CLASE

Art. 142.- Incurren en contravención grave de primera clase y serán sancionados con multa del treinta por ciento (30%) de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 6 puntos en el registro de su licencia de conducir:

g) El conductor profesional de transporte público o comercial, que supere el número de pasajeros permitido para el nivel de servicio definido en el reglamento;

En referencia a las infracciones la Ley de Transporte manifiesta en el TITULO II (DEL CONTROL), CAPITULO I (DE LOS CONDUCTORES) SECCION 1 (DE LAS LICENCIAS DE CONDUCIR), Art. 97.- Se instituye el sistema de puntaje aplicado a las licencias de conducir, para los casos de comisión de infracciones de tránsito, de conformidad con esta Ley y el Reglamento respectivo.

Las licencias de conducir se otorgarán bajo el sistema de puntaje; al momento de su emisión, el documento tendrá puntos de calificación para todas las categorías de licencias de conducir aplicables para quienes la obtengan por primera vez, procedan a renovarla o cambiar de categoría.

Las licencias de conducir serán otorgadas con 30 puntos para su plazo regular de vigencia de 5 años, y se utilizará un sistema de reducción de puntos por cada infracción cometida, según la siguiente tabla:

INFRACCIONES PUNTOS CONTRAVENCIONES PUNTOS:

- Contravenciones leves de primera clase 1,5
- Contravenciones leves de segunda clase 3
- Contravenciones leves de tercera clase 4,5
- Contravenciones graves de primera clase 6
- Contravenciones graves de segunda clase 7,5
- Contravenciones graves de tercera clase 9
- Contravención muy grave 10
- Delitos 11 - 30

Art. 98.- Los puntos perdidos pueden ser restituidos a partir de la mitad del tiempo de vigencia de la licencia, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ley. La recuperación de los puntos será por un máximo del 50% de los puntos perdidos.

Art. 99.- Las licencias de conducir pueden ser anuladas, revocadas o suspendidas por la autoridad del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial competente.

PERMISO DE OPERACIÓN DE LA COOPERATIVA

En la **Resolución No. 008 RPO-UMT-2010** de la **Unidad Municipal de Tránsito y Transporte terrestre** (Gobierno Autónomo descentralizado de Ambato), se cita la Renovación del **Permiso de Operación** de la Cooperativa de transporte Urbano “Unión Ambateña” considerando:

Que la Cooperativa de Transporte Terrestre Público de pasajeros en buses “Unión Ambateña”, domiciliada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, obtuvo su personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial No. 2215 del 22/07/1961, inscrito en el Registro general de Cooperativas.

Que, cumplidos que fueron los requisitos legales de Constitución Jurídica, la Cooperativa de Transporte Terrestre Público de pasajeros en buses “Unión Ambateña”, domiciliada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, obtuvo su permiso de operación, el mismo que consta en la Resolución No: 013-RPO-018-2005-CPTTTT .

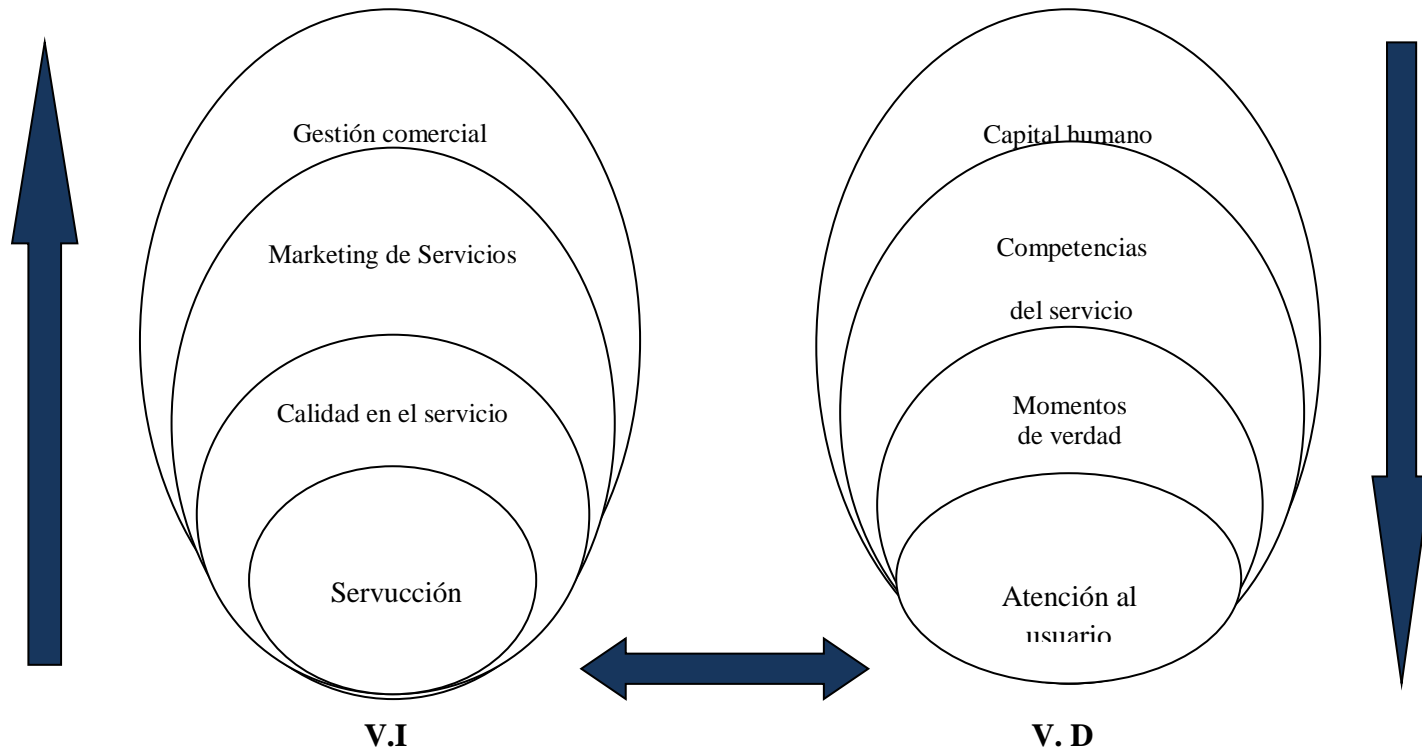
Que a través de la comunicación fechada con el 16 de octubre del 2010, la Cooperativa de Transporte Terrestre Público de pasajeros en buses “Unión Ambateña”, a través de su representante legal, solicitó a la Unidad Municipal de Tránsito y Transporte terrestre, la Renovación del Permiso de Operación.

OBSERVACIONES.

La presente Resolución del Permiso de Operación, tendrá validez hasta que se implementen los respectivos contratos de operación, a favor de la Cooperativa a bajo la modalidad de Transporte de pasajeros en Buses “Unión Ambateña”, sin embargo de lo establecido en el Artículo próximo siguiente de conformidad con el Artículo 70 del Reglamento Aplicativo a la Ley Orgánico de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, los socios que constan con la observación que “Cumplió la Vida Útil”, deberán acatar lo establecido en la Resolución No. 001-GNRL-TRNSPT-UMT-2010, en lo referente a cambio de unidad, relacionado a plazos y características de conformidad con la Norma INEN 2205, de no cumplir con dicha disposición, el cupo respectivo, será revertido a la Unidad Municipal de Tránsito.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES
Súper Ordenación Conceptual

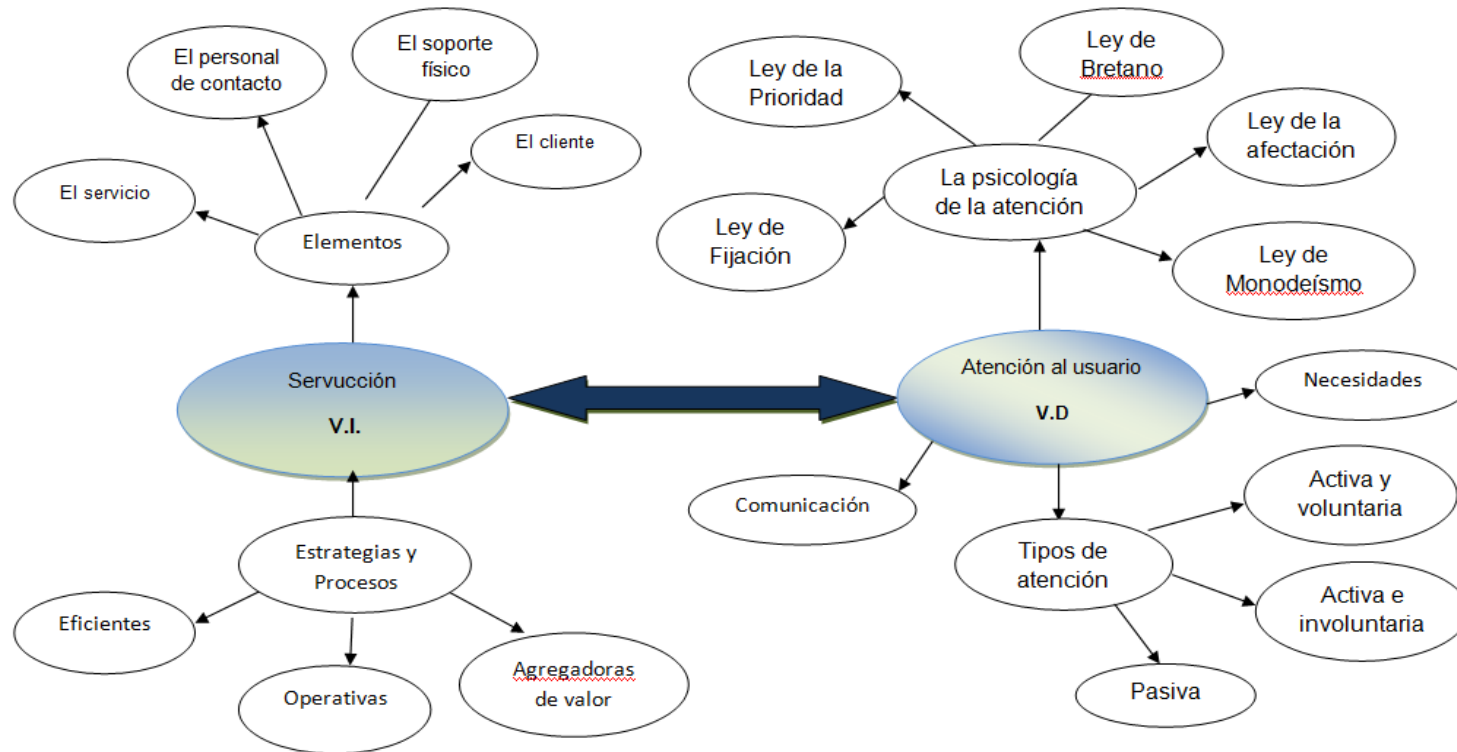
Gráfico No. 2 Red de inclusiones conceptuales



FUENTE: Revisión teórica
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Súper Ordenación Conceptual

Gráfico No. 3 Constelación de ideas



FUENTE: Revisión teórica

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Desarrollo de las categorías

GESTIÓN COMERCIAL

Autores como **Kotler (1995)** plantean que la gestión de marketing es el proceso que convierte los planes de marketing en acciones concretas y asegura que tales acciones se lleven a cabo de forma que se logren los objetivos contemplados en el plan. Por su parte, para **Gorostegui (1992)**, gestionar consiste esencialmente en hacer que las personas de la organización cumplan sus funciones y obligaciones para alcanzar los objetivos deseados.

A nivel de transacciones, gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación (<http://www.guiaempresaxxi.com/gestion/docs-definicion-de-gestion-comercial.html>)

La gestión comercial por lo tanto es el proceso de planificar y ejecutar el trabajo de los recursos de la empresa: humano, físico, tecnológico, intelectual con el fin de alcanzar objetivos organizacionales.

MARKETING DE SERVICIOS

Según KOTLER PHILIP (2000: 32) en “Dirección de Marketing”, el marketing de servicios es una rama del marketing que se especializa en una categoría especial de productos —los servicios—, los cuales, apuntan a satisfacer ciertas necesidades o deseos del mercado, tales como educación, transporte, protección, jubilación privada, asesoramiento, diversión, créditos, etc.

Un aspecto muy importante a considerar, es que el **marketing de servicios** toma en cuenta las cuatro características básicas que tienen los servicios para tomar decisiones relacionadas con su mix de marketing (producto, plaza, precio y promoción). Estas características son:

- 1) intangibilidad (es decir, que los servicios no se pueden experimentar por los sentidos antes de su compra, por ejemplo, tocándolos),
- 2) inseparabilidad (esto significa que los servicios se producen y consumen simultáneamente, por ello tanto el suministrador como el cliente afectan el resultado final del servicio),
- 3) variabilidad (es decir, que los servicios son variables porque dependen de quién los suministre, cuando y donde) y
- 4) carácter perecedero (significa que los servicios no se pueden almacenar).

El marketing de servicios por ende se orienta a posicionar los beneficios del servicio ofertado para estimular su adquisición y prestación con el fin de identificar las necesidades de los usuarios y satisfacerlas adecuadamente.

CALIDAD EN EL SERVICIO

Según **(COBRA, Marcos. 2000)**: La calidad es un elemento importante para definir un servicio ofrecido, ya que con base en este criterio, el consumidor establece la diferencia entre el servicio de una empresa y el de sus competidores.

Según **PEREZ, José**: La calidad de gestión está ligada con el capital humano de una organización, no puede haber calidad, si no hay calidad en las personas. Una organización con talento humano competente, y consciente de su compromiso con la

calidad, puede destacarse como poseedora de una muy significativa e importante ventaja competitiva.

Para **QUIJANO, Víctor (2010)**: “La calidad en el servicio es una metodología orientada al cliente que algunas empresas implementan para brindar mejor atención a sus clientes”.

La calidad es un concepto formulado a la luz de la precepción del consumidor y solo puede definirse con base a las especificaciones que satisfagan sus necesidades.

SERVUCCIÓN

El autor **BENGOECHEA, Bruno** “Es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente – empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados”.

La servucción es un término francés propuesto por los profesores franceses **Pierre EIGLIER** y **Eric LANGEARD**, autores del libro “Servucción” referido al “Marketing de los Servicios”, basado en definir, primero, el servicio que se quiere dar y para qué tipo de cliente; y a partir de aquí se pueden establecer qué tipo de soportes físicos se necesitan y qué personal establecerá los contactos con el cliente para que, finalmente, se pueda crear el sistema organizativo que asegure el buen funcionamiento del método, todo ello considerando a la organización como un sistema de fabricación de un servicio.

De una manera sencilla puede definirse la Servucción como el proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal (el servicio).

La servucción, en resumen, son actividades relacionadas entre sí, en donde se analiza cada elemento: usuario, personal de contacto, soporte físico el servicio y la organización interna, para elevar la imagen corporativa de una empresa

Proceso

Según **HARRINGTON, James (1993)**: “Proceso es el conjunto de recursos y actividades interrelacionados que transforman elementos de entrada en elementos de salida. Los recursos pueden incluir personal, finanzas, instalaciones, equipos, técnicas y métodos”.

- **Procesos claves** son aquellos procesos que inciden de manera significativa en los objetivos estratégicos y son críticos para el éxito del negocio.
- **Subprocesos** son partes bien definidas en un proceso. Su identificación puede resultar útil para aislar los problemas que pueden presentarse y posibilitar diferentes tratamientos dentro de un mismo proceso.
- **Sistema** es una estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales. Normalmente están basados en una norma de reconocimiento internacional que tiene como finalidad servir de herramienta de gestión en el aseguramiento de los procesos.
- **Procedimiento** es la forma específica de llevar a cabo una actividad. En muchos casos los procedimientos se expresan en documentos que contienen el objeto y el campo de aplicación de una actividad; que debe hacerse y quien debe hacerlo; cuando, donde y como se debe llevar a cabo; que materiales, equipos y documentos deben utilizarse; y como debe controlarse y registrarse.
- **Actividad** es la suma de tareas, normalmente se agrupan en un procedimiento para facilitar su gestión. La secuencia ordenada de actividades da como

resultado un subproceso o un proceso. Normalmente se desarrolla en un departamento o función.

- **Proyecto** suele ser una serie de actividades encaminadas a la consecución de un objetivo, con un principio y final claramente definidos. La diferencia fundamental con los procesos y procedimientos estriba en la no repetitividad de los proyectos.
- **Indicador** es un dato o conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad.

El proceso es un conjunto de actividades ordenadas sistemáticamente y cronológicamente para el logro de metas específicas.

Elementos de la servucción

Soporte Físico

Es el soporte material que es necesario para la producción del servicio y del que se servirán el personal en contacto, el cliente, o ambos.

Este soporte físico puede escindirse en dos grandes categorías: los instrumentos necesarios para el servicio y el entorno material en el que se desarrolla el servicio:

- Los instrumentos necesarios para el servicio están constituidos por todos los objetos, muebles o máquinas puestos a disposición del personal en contacto, y/o del cliente. Su utilización por uno u otro permitirá la realización del servicio
- El entorno está constituido por todo lo que se encuentra alrededor de los instrumentos; se trata de la localización, de los edificios, del decorado y de la disposición en los que se efectúa la servucción.

El Personal de Contacto

Se trata de la persona o de las personas empleadas por la empresa de servicio, y cuyo trabajo requiere estar en contacto directo con el cliente.

El Servicio

El servicio en sí constituye el objetivo del sistema. Esta resultante constituye el beneficio que satisface la necesidad del cliente: ser transportado si se trata de un tren o auto bus.

Según **ZEITHAML, Valarie**: en términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones. El servicio cobra significado para el cliente a través de las actividades de análisis de los problemas, las reuniones con el proveedor, las llamadas de seguimiento y el reporte de una serie de acciones, procesos y ejecuciones.

El Cliente (Usuario).

El cliente o usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Es el individuo que utiliza o trabaja con algún objeto o dispositivo o que usa algún servicio en particular.

Estrategias y Procesos

Según **POZO, Iván (2005)**: *Los procesos*, están presentes tanto en las técnicas como en las estrategias. La técnica marca los pasos exactos para desarrollar una actividad y siempre son los mismos. *La estrategia*, en cambio, se desarrolla para proceder de

acuerdo a la situación y se acomoda según las circunstancias, por tanto, no sigue los mismos pasos siempre, sino que los adapta para obtener mejores resultados en la consecución de metas fijadas.

Eficiencia

A decir de **GONZÁLEZ, Juan (2002)**: La eficiencia es el uso racional de los medios con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado. Se trata de la capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando de esta forma su optimización.

Operativas

Que produce el resultado que se espera o pretende. Que funciona o está activo.

Agregadoras de valor

En términos económicos, el valor agregado es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. En otras palabras, el valor económico que un determinado proceso productivo adiciona al ya plasmado en las materias primas utilizadas en la producción.

Desarrollo de las categorías Variable dependiente

CAPITAL HUMANO

Sala-i-Martin, (2000: 158-159) opinan que el **capital humano** es un término usado en ciertas teorías económicas del crecimiento para designar a un hipotético factor de producción dependiente no sólo de la cantidad, sino también de la calidad, del grado de formación y de la productividad de las personas involucradas en un proceso productivo.

A partir de ese uso inicialmente técnico, se ha extendido para designar el conjunto de recursos humanos que posee una empresa o institución económica. Igualmente se habla de modo informal de "mejora en el capital humano" cuando aumenta el grado de destreza, experiencia o formación de las personas de dicha institución económica.

En las instituciones educativas se designa al "conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y talentos que posee una persona y la hacen apta para desarrollar actividades específicas".

El capital humano juega un papel muy importante en la organización ya que de su calidad (habilidades, capacidades, destrezas, talentos y formación académica), depende todo el andamiaje de la empresa.

COMPETENCIAS DEL SERVICIO

En la dirección http://www.bvsops.org.uy/pdf/mod1_2.pdf, se han definido a las competencias de la siguiente manera:

Capacidad real para lograr un objetivo o un resultado en un contexto dado.
(Cinterfor/OIT, 1995)

La aptitud de un individuo para desempeñar una misma función productiva en diferentes contextos y con base en los requerimientos de calidad esperados por el sector productivo. Esta aptitud se logra con la adquisición y desarrollo de conocimientos, habilidades y capacidades que son expresadas en el saber, el hacer y el saber hacer. **(Conocer, 1997)**

Una construcción a partir de una combinación de recursos (conocimientos, saber hacer, cualidades o aptitudes, y recursos del ambiente (relaciones, documentos, informaciones y otros) que son movilizados para lograr un desempeño». **(LeBoterf, 1998)**

La competencia de un servicio como el de transportación, está definida por las destrezas del personal de contacto, para manejar diferentes situaciones durante la prestación del traslado en una ruta establecida.

MOMENTOS DE VERDAD

En la dirección <http://www.zeusconsult.com.mx/mverdad.pdf>, se puede ver que el momento de la verdad es el preciso instante en que el cliente se pone en contacto con un servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento de la verdad.

El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello califica la calidad del servicio.

Según la dirección http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/momentosdelaverdad/, el momento de la verdad es cualquier situación en la que el ciudadano- usuario se pone en contacto con cualquier aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su gestión.

En los momentos de verdad no cuenta solamente el personal de contacto y el usuario, además se debe tener en cuenta los componentes del soporte físico necesarios para la prestación del servicio

ATENCIÓN AL CLIENTE

El cliente es el elemento primordial del servicio y señalar su presencia es absolutamente indispensable; sin el cliente el servicio no puede existir. Si el tren o el autobús se van con asientos disponibles, no hay servicio, simplemente hay capacidades disponibles.

Según **GARCIA, Ignacio (2001, p.28)**: El cliente proviene del latín Cliens, el cliente permite hacer mención a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. La noción suele estar asociada a quien accede a un producto o servicio en cuestión con asiduidad aunque también existen los clientes ocasionales.

En la atención al cliente es necesario una interrelación planificada y preestablecida con el objeto de lograr una satisfacción absoluta del los requerimientos del usuario.

- **Plan de atención al cliente.** Es un involucramiento de estrategias de servicios al cliente, lo cual se podrá alcanzar con el compromiso de cada persona de la organización en la atención al cliente.
- **Estrategias de atención al cliente.** Es un modelo o método racional para satisfacer las necesidades del los cliente y el logro de nuevos mercados.

- **Atención al cliente y/o usuario.** Es el conjunto de actividades que compromete a la organización a interrelacionarse entre el cliente y empleado con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad.
- **Motivación.** Son factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo y que una vez logrado, saciara su necesidad.
- **Necesidades.** Es la necesidad para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla.
- **Seguridad.** “Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y ceros dudas en el servicio”.
- **Comunicación.** “Es un proceso mediante el cual se trasmite información al cliente, utilizando el lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender”.
- **Credibilidad.** “Demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar al venta”.
- **Satisfacción.** “Es el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto que tiene el cliente”.

Atención al usuario

Para **WHITELEY, Richard (1996)**. “Es el conjunto de actividades que compromete a la organización a interrelacionarse entre el cliente y empleado con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad”.

Se puede definir atención al usuario como el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus usuarios y satisfacer un deseo o necesidad.

Según **ZEITHAML, Valarie**: el servicio al cliente es el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de la empresa. Muy a menudo el servicio al cliente incluye responder preguntas, tomar pedidos y aspectos relacionados

con facturación, manejo de reclamos y, quizá mantenimiento o reparación previamente comprometidos.

Psicología de la atención

La atención es la capacidad que tiene el ser humano para ser consciente de los sucesos que ocurren tanto fuera como dentro de sí mismo. Esta es la atención total, aunque en psicología atención es sinónimo de concentración.

La atención, comúnmente, es la capacidad para concentrar la actividad psíquica, es decir, el pensamiento, sobre un determinado objeto. Es un aspecto de la percepción mediante el cual el sujeto se coloca en la situación más adecuada para percibir mejor un determinado estímulo.

Leyes de la atención

La psicología de la atención ofrece algunas leyes, cuyo conocimiento servirá para estructurar normas y técnicas.

- **Ley de Bretano.** En el flujo de la conciencia, esta siempre se halla ocupada en algo, y ese "algo" sobresale en la corriente conciential. Esto se traduce en que la mente nunca puede estar en blanco, siempre está pensando en algo.
- **Ley de la prioridad.** Cuando algo se atiende y se destaca en la conciencia otros puntos se inhiben en ella". Esta ley se refiere a que cuando aparecen puntos en la conciencia que destacan y sobresalen, los demás desaparecen restándoles importancia y atención.
- **Ley de la afectación.** Si la atención se polariza en algo, es porque ese "algo" nos afecta de alguna manera emotiva o volitiva". Las cosas que emotivamente no sentimos o volitivamente no queremos y que en consecuencia no nos afectan, no son objeto de nuestra atención. Como consecuencia de la ley de la prioridad y

la ley de la afectación, se atiende lo que se aprecia o desea y en consecuencia se desatiende lo que no se aprecia, estima ni se desea.

- **Ley de monodeísmo.** La atención es monodeísta". Significa que no se pueden atender dos cosas al mismo tiempo, la atención no se puede enfocar simultáneamente sobre dos cosas.
- **Ley de la fijación.** La atención puede fijarse en ideas y en objetos, así como en percepciones y vivencias". Es decir, que si bien la atención no puede fijarse simultáneamente en dos ideas, ni en dos objetos, en cambio es capaz de proyectarse en una idea y vivencia.

Comunicación

Según **AZLÁN, Fernando (2010)**: “Es un proceso mediante el cual se trasmite información al cliente, utilizando el lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender”.

Tipos de atención

Activa y voluntaria. Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo. También se puede llamar atención deliberada.

Activa e involuntaria. Es la orientada por una percepción.

Pasiva. Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo.

Necesidades. Para **ALBRECHT, Karl y LAWRENCE J. Bradford (1998)**. “Es la necesidad para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla”.

2.5 HIPOTESIS

Hipótesis Nula (Ho): La servucción no impacta en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato

Hipótesis alterna (Hn): La servucción si impacta en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1 Variable Independiente

Servucción

2.6.2 Variable Dependiente

Atención al Usuario

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Según **VERA VÉLEZ, Lamberto Dr. (2009: Internet)**, la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

A diferencia de los estudios descriptivos, correlacionales o experimentales, más que determinar la relación de causa y efecto entre dos o más variables, la investigación cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que se da el asunto o problema.

Dentro de esta modalidad prevalecen los trabajos de campo en los que la opinión de los afectados-como en este caso específico- es la fuente de datos y se calcula sobre un nivel de confianza menor al 95%, que es muy empleado en investigación social (5%-12% error de muestreo).

Se transforma en cuantitativo, el estudio, cuando las proporciones de respuesta a preguntas específicas segmenten a la población según las preferencias de respuesta.

De conformidad con el paradigma crítico – propositivo, seleccionado en la fundamentación filosófica, la ejecución de la presente ejecución se encuentra inmersa en el enfoque cualitativo, proyectando a involucrarse con la cooperativa y mediante la utilización de herramientas de investigación como la observación, la encuesta, la entrevista y el análisis que ayudan a indagar el problema objeto de estudio en su totalidad, para comprenderlo y conocer la perspectiva desde su origen, de esta forma buscar alternativas para generara una solución mediante el modelo de Servucción, el mismo que permitirá mejor la atención al usuario de la cooperativa.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Bibliográfica o Documental

Según **FERNÁNDEZ, Jiménez (1982: Internet)**, la investigación Bibliográfica – Documental.

La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se recoge y consulta, entendiéndose este término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente, es decir, al que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar, sin que se altere su naturaleza o sentido, para que aporte información o rinda cuentas de una realidad o acontecimiento.

Está fundamentada en la investigación documental, es la que realiza como su nombre lo indica apoyándose en fuentes de carácter documental, con el objetivo de comparar, ampliar y profundizar enfoques conceptualizados.

Este tipo de investigación se utiliza para recoger y analizar información secundaria contenida en diversas fuentes bibliográficas como: libros, revistas, periódicos u otros documentos y a su vez por su naturaleza sirve para poner en contacto con la realidad del presente estudio, además que permite conocer diversos criterios de otros autores sobre el problema a investigar.

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizara información recopilada de libros, informes, documentos, revistas especializadas y relacionadas con el problema objeto de estudio; información que permitirá interpretar, explicar y aumentar el nivel de conocimientos acerca del problema así como también ayudara a ampliar las probabilidades de buscar alternativas de solución, mediante la visión y los conocimientos generados por otros autores, por ende basados en estos mejorar la capacidad de analizar el problema objeto de estudio y darle un mejor tratamiento al mismo.

Investigación de Campo

En el presente trabajo se utilizará este tipo de investigación para el desarrollo del marco teórico, ya que se crea la necesidad de conocer la realidad y causa del problema referente al tema de investigación

Según **HERRERA, Luis E. y otros (2006: 103)** Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se producen los acontecimientos .En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

La investigación de campo es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador. Consiste en la observación, directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancia en que ocurren ciertos hechos; por ese motivo la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos.

Las técnicas usualmente utilizadas en el trabajo de campo para el acopio de material son: la encuesta, la entrevista, la grabación, la filmación, la fotografía, etc.; de acuerdo con el tipo de trabajo que se está realizando, puede emplearse una de estas técnicas o varias al mismo tiempo.

El análisis sistemático de los problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos en el desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios.

Sin embargo, se aceptan también estudios sobre datos censales o muestrales no recogidos por el estudiante, siempre y cuando se utilicen los registros originales con los datos no agregados; o cuando se trate de estudios que impliquen la construcción o uso de series históricas, y, en general, la recolección y organización de datos publicados para su análisis mediante procedimientos estadísticos, modelos matemáticos, econométricos o de otro tipo.

Se realiza una investigación de campo mediante la interacción entre el investigador y las personas que se encuentran involucradas directa o indirectamente con el problema objeto de estudio, con el propósito de buscar la realidad del problema y recabar información válida, clara y concisa, con el afán de generar una solución.

Dicha investigación se llevara a cabo mediante observación de la realidad, entrevista a los miembros de la cooperativa y la aplicación de encuestas a los usuarios y conductores siendo ellos el punto primordial de la investigación, ya que al tener un acercamiento con los usuarios permitirá analizar la atención del usuario de la cooperativa en la actualidad, así como determinar lo que a ellos les gustaría que la cooperativa realice para mejorar el servicio; efectuando un análisis de esta información se pondrá a diseñar de mejor manera los lineamientos que contendrá la Servucción con el propósito de mejorar la atención al usuario de la cooperativa.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación exploratoria

Según **DE LA FUENTE, Leopoldo (1997: Internet)**, los estudios exploratorios se efectúan cuando el objetivo es analizar un tema o problema de investigación poco estudiado o que ha sido abordado.

A este tipo de investigación, se considera como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando este aun no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado, y las condiciones existentes no son aun determinantes; lo cual permite determinar si existe o no el problema objeto de estudio al inmiscuirnos en la Cooperativa, para indagar la situación actual de la misma.

La función de la investigación exploratoria, es describir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis. Las investigaciones exploratorias son útiles, por cuanto sirve para familiarizar al investigador con el objeto de estudio, a su vez, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, y ayuda a precisar un problema o a concluir con la formulación de una hipótesis.

Investigación Correlacional

Este tipo de investigación nos ayuda a establecer las relaciones entre variables, dependiente e independiente, es decir determinar la correlación entre las dos variables.

Siendo su objeto primordial medir el grado de relación existente entre las variables. Por tanto ayuda a identificar el impacto de la servucción, e identificar los lineamientos más adecuados que serán aplicados en la búsqueda de una solución al problema objeto de estudio, para mejorar la atención al usuario.

Investigación Descriptiva

Mediante la aplicación de esta investigación se podrá describir los hechos como son observados, ya que consiste fundamentalmente, en caracterizar la situación concreta suscitada en la Cooperativa, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

El objeto de este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas que se encuentran inmersas en el problema objeto de estudio.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población y Muestra

Según **LEVIN y RUBIN (1996: Internet)**, población es un conjunto de elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones.

Para esta investigación la población de la variable independiente es finita y estará representada por el total de conductores que laboran en las 98 unidades pertenecientes a la Cooperativa de transporte urbano Unión Ambateña.

Mientras que para la variable dependiente se tomará en cuenta la población económicamente activa que para septiembre del año 2011 fue de 161.240 habitantes (Fuente: INEC), y de ésta obtener el tamaño de la muestra, para la cual se fundamentará en la fórmula estadística tomada de **HERRERA, Luis, MEDINA Arnaldo, NARANJO Galo y PROAÑO Jaime (2005: 160)** que permite obtener su tamaño considerando una población finita, mediante el modelo:

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

Donde:

N = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza poblacional (0.25)

E = error máximo admisible 5% (0.05)

K = Coeficiente de corrección del error (1.96)

$$n = \frac{(0.25)(161240)}{(161240 - 1) \frac{(0.05)^2}{1.96^2} + 0.25}$$

n=383.25

n=383

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro No. 1 Operacionalización de la variable independiente: Servucción

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
Es “la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinadas”	<ul style="list-style-type: none"> El sistema de organización interna (unidad) El soporte físico(buses) El personal de contacto (conductores) El cliente (usuario) El servicio 	<p>Demandas del cliente</p> <p>Aspecto interno y externo de la unidad de transporte</p> <p>Nivel de conocimiento general y técnico del personal de servicio</p> <p>Trato personal</p> <p>Respeto de las rutas establecidas</p>	<p>¿Existe seguridad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?</p> <p>¿Existe comodidad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?</p> <p>¿Sabe usted leer la señalética que tienen los buses?</p> <p>¿Cómo calificaría el aspecto interno de los buses con que cuenta la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?</p> <p>¿En qué condiciones de limpieza se encuentran los vehículos?</p> <p>¿Cómo de deteriorados están los asientos?</p> <p>¿Le parece que los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña estén capacitados para dar un buen servicio a los usuarios?</p> <p>¿Cree necesaria la intervención de un ayudante (controlador), para hacer más eficiente el servicio a los usuarios?</p> <p>¿Ud. Cree que con mejor capacitación y buen trato, se podrá mejorar el servicio que brindan las unidades de transporte de la cooperativa Unión Ambateña?</p> <p>¿El respeto, paciencia y seguridad son característicos del trato que brindan los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña?</p> <p>¿La tarifa para la tercera edad, discapacitados y estudiantes, es respetada?</p> <p>La atención brindada al usuario de la Cooperativa Unión como factor fundamental para juzgar el servicio es:</p> <p>¿Cómo calificaría usted el servicio (servucción), de transporte público que brindan las unidades de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?</p> <p>Los vehículos de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña trasladan a los usuarios: en su capacidad, cómodamente o en exceso</p> <p>¿Se respetan las rutas establecidas?</p> <p>¿A su criterio la seguridad es un factor fundamental para la calidad de servicio?</p>	<p>Técnica: Encuesta a Usuarios</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Fuente: Marco teórico
 Elaborado por: Verónica Acosta

Cuadro No. 2 Operacionalización de la variable dependiente: Atención al usuario

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>Atención al usuario</p> <p>Es el conjunto de actividades que compromete a la organización a interrelacionarse entre el cliente y empleado con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad</p>	<p>Actividades de la organización</p> <p>Relación con el cliente</p> <p>Satisfacción de necesidades</p>	<p>Disponibilidad de signos y señales</p> <p>Preparación académica del chofer</p> <p>Trato cordial del chofer</p> <p>Limpieza de la unidad</p> <p>Respeto al pasaje establecido</p> <p>Numero de reclamos</p> <p>Cantidad de actividades de mejora</p>	<p>¿Su unidad posee señalética para educar al usuario?</p> <p>¿Qué tipo de capacitación debe tener un chofer de la Cooperativa Unión Ambateña?</p> <p>¿Se siente capacitado/a para atender debidamente al usuario?</p> <p>¿Con que frecuencia limpia usted su unidad de trabajo?</p> <p>¿La tarifa para la tercera edad, discapacitados y estudiantes, es respetada?</p> <p>¿Por qué razones recibe reclamos de los usuarios más frecuentemente?</p> <p>¿Alguna vez ha perdido la calma por no llegar a tiempo a algún lugar?</p> <p>¿Estaría dispuesto a colaborar para realizar un Plan de Mejoras en la Cooperativa?</p> <p>¿En caso de ser un requerimiento de la Cooperativa estaría dispuesto a utilizar un uniforme distintivo?</p>	<p>Técnica: Encuesta a Conductores</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Fuente: Marco teórico
 Elaborado por: Verónica Acosta

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para recolectar la información necesaria para la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos:

Cuadro No. 3 Técnicas de recolección de datos

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
1. Información Secundaria	
1.1 Lectura Científica	1.1 Libros de Marketing de Servicios, Marketing, Informes de investigación, revistas, internet.
2. Información Primaria	
2.1 Observación	2.1 Ficha de observación
2.2 Encuesta	2.2 Cuestionario

Elaborado por: Verónica Acosta

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Este proceso se lo llevará a cabo de una manera secuencial, primero se tomara en cuenta que cada instrumento esté codificado con el fin de facilitar la tabulación, a su vez se revisará que el cuestionario este bien estructurado es decir que se encuentre con las categorías necesarias, para que el encuestado tenga la facilidad de encontrar en el mismo alternativas coherentes a su situación. Seguidamente se realizará la tabulación en el software estadístico SPSS15.0, y se procederá al análisis de los datos obtenidos, utilizando un estadígrafo descriptivo básicamente el método de porcentajes; a continuación de esto se presentará los datos de forma tabular y grafica lo que facilitará para finalmente interpretar los resultados, los mismos que determinaran las acciones a tomar, así como también las conclusiones y recomendaciones referente al problema objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE “UNIÓN AMBATEÑA”

A. GÉNERO

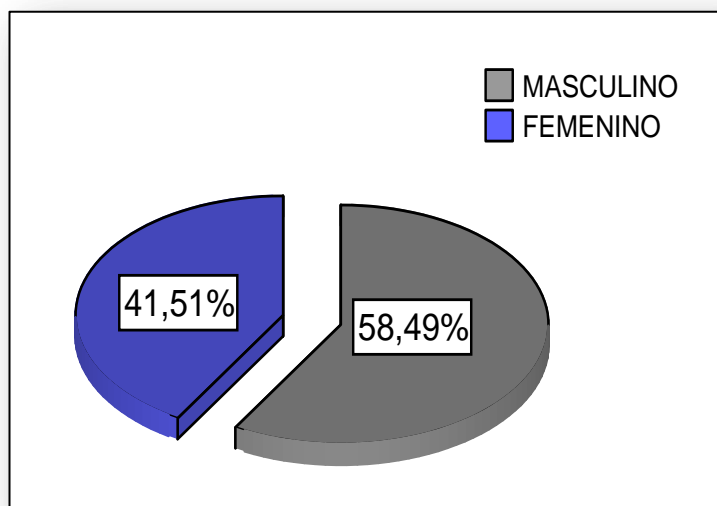
Cuadro No. 4 SEXO DEL USUARIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	224	58,5	58,5
	FEMENINO	159	41,5	100,0
	Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 4 SEXO DEL USUARIO



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Del total de 383 usuarios de la Cooperativa de transporte urbano “Unión Ambateña”, el mayor porcentaje (58.5%), pertenecen al sexo masculino, el restante 41.5%, en cambio corresponden al sexo femenino.

Los horarios, las rutas y los días de realización de la encuesta permiten hacer muy objetivas las respuestas, y aunque en apariencia las mujeres requieren este servicio con mayor frecuencia y debido a que su número en la distribución demográfica es aparentemente mayor, la encuesta ha permitido ver que son los varones quienes requieren más del servicio de buses que las damas.

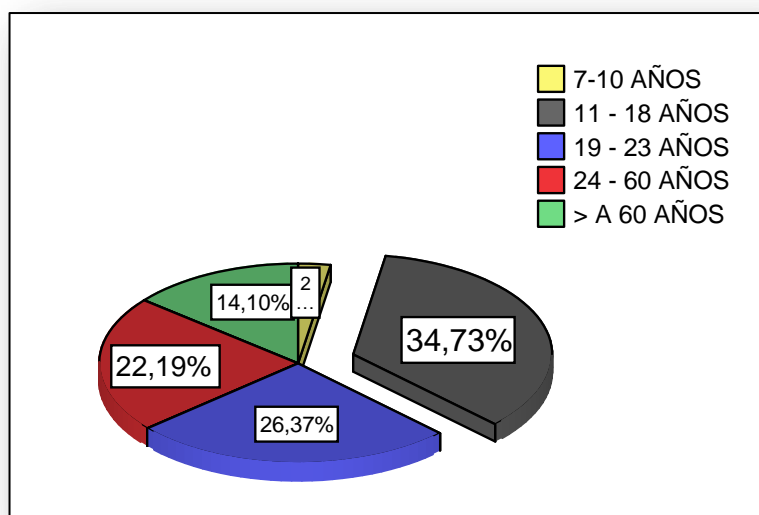
B. EDAD

Cuadro No 5 EDAD DEL USUARIO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
7-10 AÑOS	10	2,6	2,6
11 - 18 AÑOS	133	34,7	37,3
19 - 23 AÑOS	101	26,4	63,7
24 - 60 AÑOS	85	22,2	85,9
> A 60 AÑOS	54	14,1	100,0
Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No 5 EDAD DEL USUARIO



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Se nota en referencia a la edad de los usuarios, que los mayores demandantes del servicio son la población joven (11-18 años: 34.7%, y de 19-23 años: 26.4%), luego, le siguen la población de 24 a 60 años (22.2%), los mayores de 60 años son el 14.1% de los usuarios y los niños de 7 a 10 años son únicamente el 2.6%

Como se puede ver, los esfuerzos de las autoridades y de los transportistas mismos, deben tener un mayor enfoque a la población de jóvenes, adolescentes y adultos menores, quienes componen la mayoría de usuarios, y no debe descuidarse el trabajo de un servicio de calidad para los niños y ancianos con mayor esmero.

C. RUTA

Cuadro No. 6 FRECUENCIA DE USUARIOS POR RUTAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TERREMOTO	123	32,1	32,1	32,1
	LA JOYA	25	6,5	6,5	38,6
	MONTALVO	43	11,2	11,2	49,9
	PINLLO	38	9,9	9,9	59,8
	PICAIHUA	39	10,2	10,2	70,0
	LETAMENDI	34	8,9	8,9	78,9
	SAN JUAN	28	7,3	7,3	86,2
	SAN ANTONIO	29	7,6	7,6	93,7
	MIRAFLORES	24	6,3	6,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 6 FRECUENCIA DE USUARIOS POR RUTAS



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La mayor frecuencia de usuarios es hacia la ruta Terremoto (32.1%), seguida de la línea a Montalvo (11.2%), Picaihua con (10.2%), Pinllo con (9.9%), la línea de Letamendi (8.9%), San Antonio (7.6%).

En el nivel mas bajo, se encuentran la Joya con 6.5% de las preferencias, y Miraflores con un 6.3%

En referencia a estos datos, se puede mencionar que hay rutas mas rentables que otras y en las cuales existe mayor número de dificultades y en donde por obvias razones los problemas con el servicio también deberían agudizarse, sobre los cuales implementar planes de mejora.

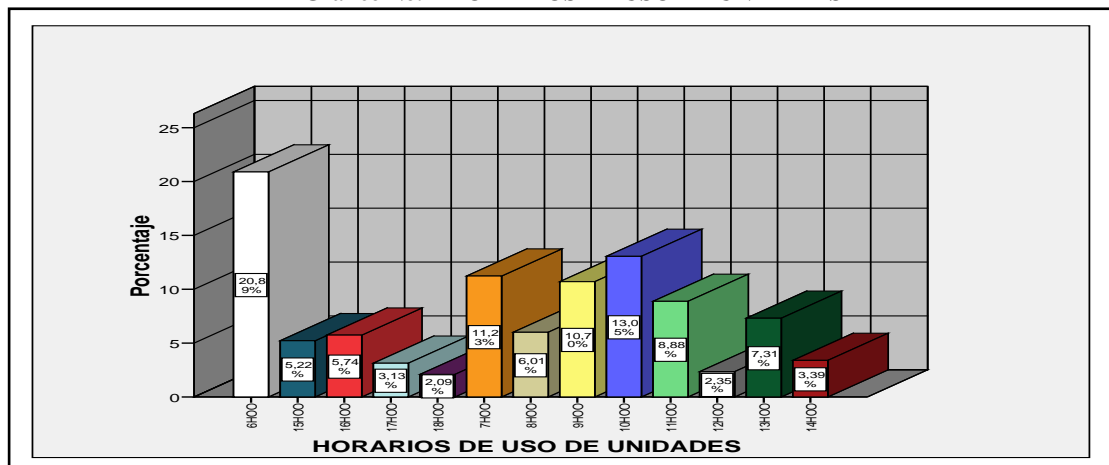
D. HORA

Cuadro No. 7 HORARIOS DE USO DE UNIDADES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos 6HOO	80	20,9	20,9
15HOO	20	5,2	26,1
16HOO	22	5,7	31,9
17HOO	12	3,1	35,0
18HOO	8	2,1	37,1
7HOO	43	11,2	48,3
8HOO	23	6,0	54,3
9HOO	41	10,7	65,0
10HOO	50	13,1	78,1
11HOO	34	8,9	86,9
12HOO	9	2,3	89,3
13HOO	28	7,3	96,6
14HOO	13	3,4	100,0
Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 7 HORARIOS DE USO DE UNIDADES



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El horario de mayor afluencia de usuarios hacia las unidades de transporte urbano es precisamente en las horas pico: 6h00 (20.9%), 7h00 (11.2%), 9h00 (10.7%) y 10h00 (13.1%), se debe mencionar que las tres horas pico, inicio de la mañana, medio día y fin de la tarde son las de máxima congestión.

Sin diferencia de la institución que preste sus servicio de transportación, en la ciudad de Ambato, ocurre un movimiento muy amplio de personas que viajan continuamente durante todo el día, aumentando la frecuencia de toma de buses en la mañana y en las horas pico.

1. ¿Cómo calificaría usted el servicio (servucción), de transporte público que brindan las unidades de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

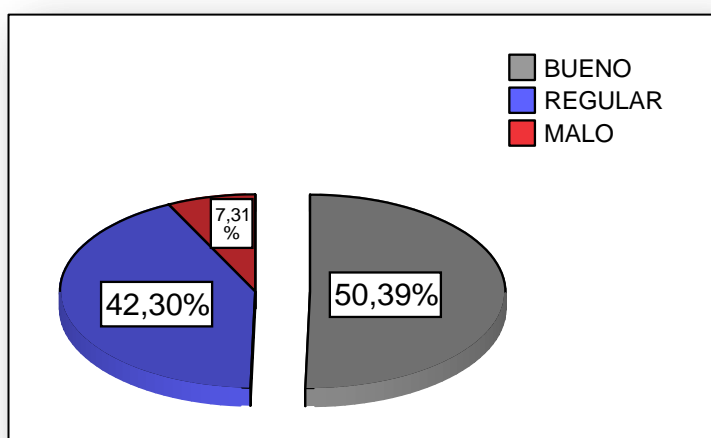
Cuadro No. 8 APRECIACIÓN DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	BUENO	193	50,4	50,4
	REGULAR	162	42,3	92,7
	MALO	28	7,3	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 8 APRECIACIÓN DEL SERVICIO



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La importante opinión de los usuarios respecto al servicio ha permitido extraer la siguiente información: la mitad (50.4%) de los usuarios opina que el servicio prestado por la Cooperativa Unión Ambateña es bueno, para el 42.3% es regular, y para el 7.3%, es malo.

Se menciona que las opiniones más objetivas de los usuarios muestran otra tendencia a la manifestada por los choferes, solo para la mitad de los usuarios, el servicio de la Cooperativa “Unión ambateña” es buena, y para el restante 49.6% es entre regular y mala, lo que demuestra un alto índice de inconformidad, éstas son las opiniones en las que se debe fundamentar la gestión administrativa de las autoridades institucionales, y no en pálpitos u opiniones de sus mismos socios.

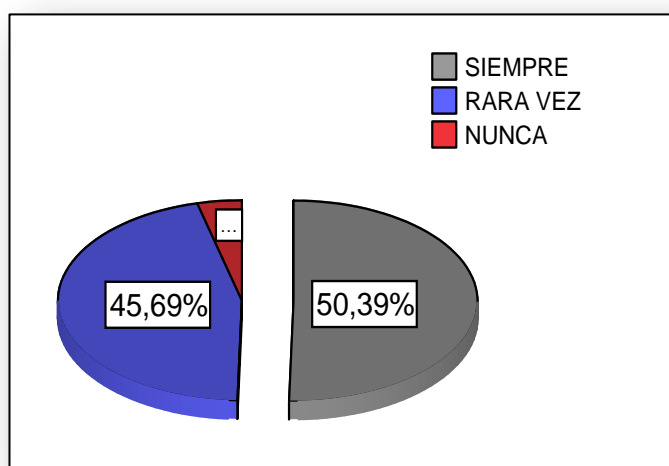
2. ¿La tarifa para la tercera edad, discapacitados y estudiantes, es respetada?

Cuadro No. 9 RESPETO A TARIFAS ESPECIALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	176	46,0	46,0
	RARA VEZ	192	50,1	96,1
	NUNCA	15	3,9	100,0
	Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 9 RESPETO A TARIFAS ESPECIALES



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La información generada por los usuarios, permite ver que la tarifa especial para niños, ancianos y discapacitados es respetada rara vez según el 50.1% de los encuestados, para el 46% se respeta siempre y para el 3.9% esta tarifa no es respetada.

Al respecto, se nota que las tarifas no son respetadas debidaemnte como lo manifiestan en suma el 54% de las personas encuestadas, lo que corresponde a un número de 207 personas de un total de 383, se puede mencionar que realmente no existe un compromiso de parte de los choferes por servir debidamente a sus usuarios, y todavía es mal entendido el servicio de atención, los dueños de negocios se consideran exclusivos y piensan aún que los clientes dependen de ellos, cuando en realidad ocurre todo lo contrario.

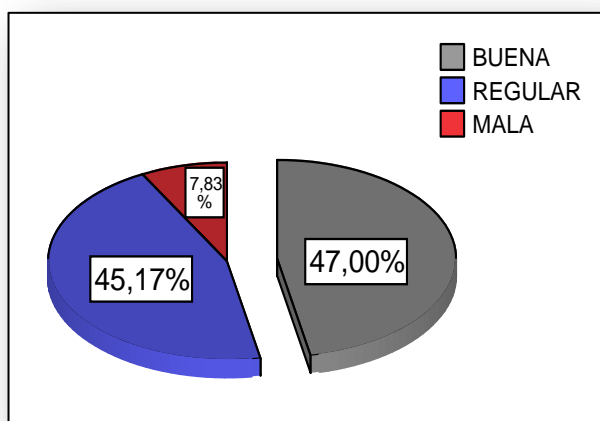
3. La atención brindada al usuario de la Cooperativa Unión como factor fundamental para juzgar el servicio es:

Cuadro No. 10 ATENCIÓN BRINDADA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	BUENA	180	47,0	47,0
	REGULAR	173	45,2	92,2
	MALA	30	7,8	100,0
	Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 10 ATENCIÓN BRINDADA



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Entre regular y buena se distribuyen las opiniones acerca de la atención brindada por la cooperativa de transporte “Unión Ambateña, calificando 47% y 45.2% respectivamente. Pero hay gente también que piensa que la atención es decididamente mala (7.8%).

Lo mencionado es preocupante, pues la atención resume todos los componentes de calidad de un servicio, una atención regular y mala demostradas en la encuesta desde el esfuerzo que ponen los choferes en satisfacer a sus clientes, los usuarios, ante ello, se puede suponer que el trato, la cordialidad, la amabilidad, la cortesía, la señalización, el estado de los asientos y el aseo, entre otros factores, en las unidades de la Cooperativa Unión Ambateña, no satisfacen los estándares.

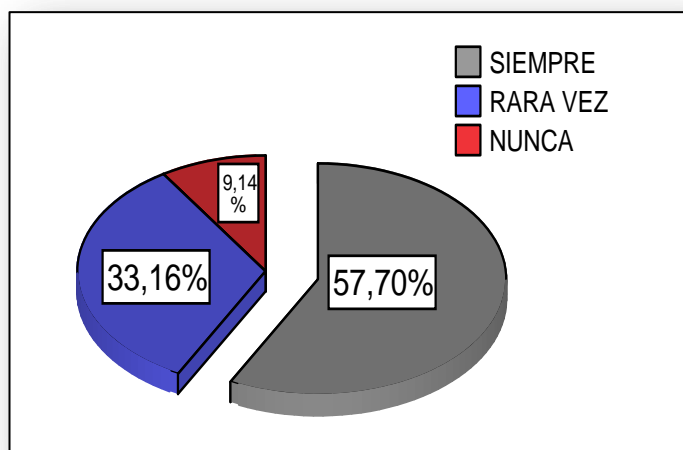
4. ¿A su criterio la seguridad es un factor fundamental para la calidad de servicio?

Cuadro No. 11 SEGURIDAD COMO FACTOR FUNDAMENTAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	221	57,7	57,7
	RARA VEZ	127	33,2	90,9
	NUNCA	35	9,1	100,0
	Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 11 SEGURIDAD COMO FACTOR FUNDAMENTAL



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La mayoría de los usuarios es categórico en manifestar que siempre se piensa en la seguridad como factor fundamental para la calidad del servicio, el 33.2% piensa que rara vez se trata de un factor fundamental; quienes piensan que la seguridad no es un factor fundamental de la calidad son el 9.15 de los encuestados.

Entre otros factores de la calidad, los usuarios opinan en su mayoría que la seguridad es una de las cuestiones más importantes, por ello se le debe dar especial importancia, ya que en un recorrido se presentan desde frenadas bruscas, hasta asaltos y agresiones.

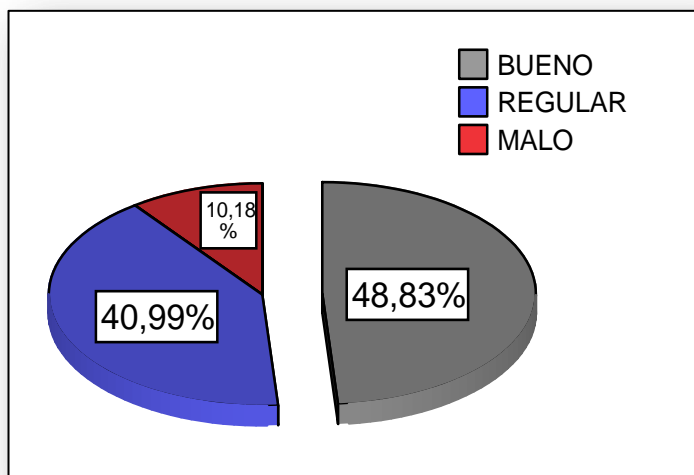
5. ¿Cómo calificaría el aspecto interno de los buses con que cuenta la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

Cuadro No. 12 APRECIACIÓN DEL ASPECTO INTERNO DE LOS BUSES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	BUENO	187	48,8	48,8
	REGULAR	157	41,0	89,8
	MALO	39	10,2	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 12 APRECIACIÓN DEL ASPECTO INTERNO DE LOS BUSES



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El aspecto de los buses es visto como bueno por el 48% de los usuarios, el 41% los miran con aspecto regular y para uno de cada diez usuarios es malo.

El análisis correspondiente permite establecer como regular en promedio el aspecto de los buses, con asientos en mal estado, sucios, paredes manchadas, agarraderas rotas e incompletas, las tapas de motor (tortugas) en muchos casos no tienen la protección debida, la mitad de las opiniones tienen hacia este respecto, para el restante 48%, el aspecto es bueno.

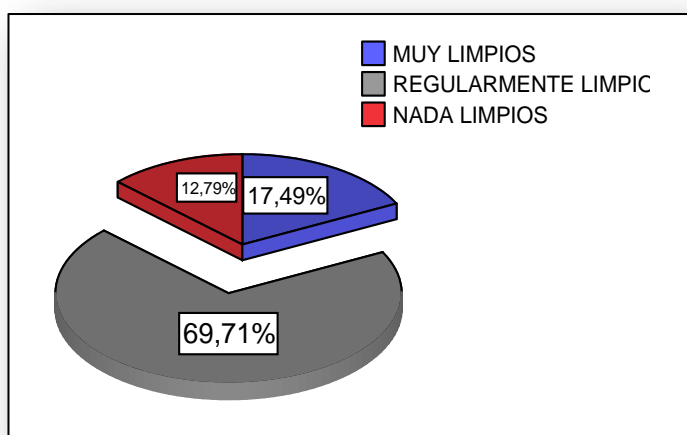
6. ¿En qué condiciones de limpieza se encuentran los vehículos?

Cuadro No. 13 CONDICIONES DE LIMPIEZA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY LIMPIOS	67	17,5	17,5
	REGULARMENTE LIMPIOS	267	69,7	87,2
	NADA LIMPIOS	49	12,8	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 13 CONDICIONES DE LIMPIEZA



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Los buses de la Cooperativa “Unión ambateña”, están regularmente limpios según el 69.7% de los usuarios, para el 17.5% están muy limpios, y para el 12.8% nada limpios.

Lo que los usuarios han podido percibir en su uso de la cooperativa de transporte, se plasma en los resultados registrados en el gráfico No. 25, se puede ver que la limpieza de los buses durante su recorrido no es la más óptima, pues en suma los que opinan que los buses no están nada limpios, hasta los que dicen que son regularmente limpios son el 82.5% de todos los encuestados, por lo que conviene concluir que las unidades no son aseadas adecuadamente.

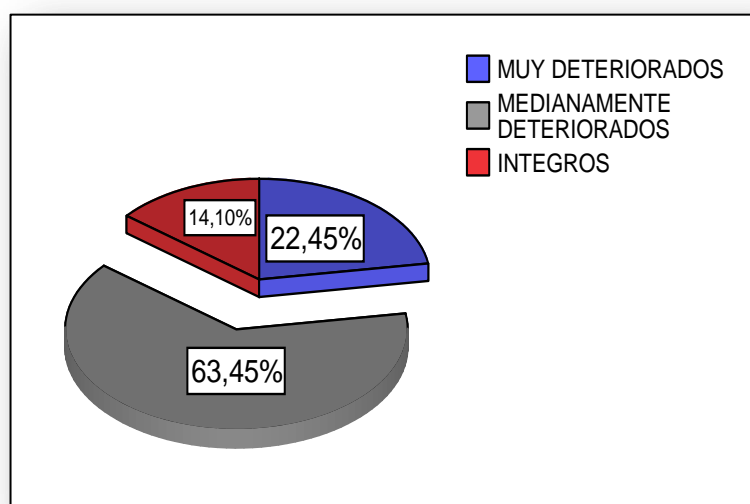
7. ¿Cómo de deteriorados están los asientos?

Cuadro No. 14 DETERIORO DE LOS ASIENTOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY DETERIORADOS	86	22,5	22,5
	MEDIANAMENTE DETERIORADOS	243	63,4	85,9
	INTEGROS	54	14,1	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 14 DETERIORO DE LOS ASIENTOS



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El criterio del aspecto de los asientos desde la perspectiva de los usuarios es que están medianamente deteriorados (63.4%), y para el 22.5% están muy deteriorados, lo que en suma son el 85.9%, solo el 14.1% informan que los asientos están integros.

La integridad de los asientos es un indicador de comodidad, además que afecta la estética de los buses, y según lo demuestra el gráfico No. 26, no es buena, por ello una gestión integral abarcará todos los aspectos pormenorizados de un buen servicio.

8. ¿Existe comodidad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

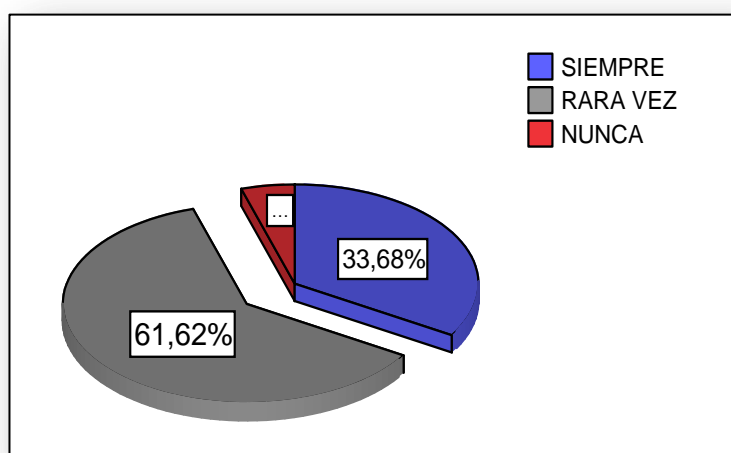
Cuadro No. 15 PERCEPCIÓN DE LA COMODIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	129	33,7	33,7
	RARA VEZ	236	61,6	95,3
	NUNCA	18	4,7	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 15 PERCEPCIÓN DE LA COMODIDAD



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Según el cuadro No. 27, la comodidad no es una práctica habitual en los buses de la cooperativa “Unión Ambateña”, pues el 61.6% manifiesta que rara vez ha percibido este beneficio, el 33.7% de los encuestados informa que siempre viaja cómodo en los buses de esta cooperativa, y el 4.7% menciona que esto nunca ocurre.

Los indicadores de servicio de calidad son negativos desde la primera pregunta hasta ésta donde se cita al factor comodidad, y la misma comprende no solo a quienes van sentados y reciben presiones de los que van de pie, y éstos reciben golpes, empujones, empujones, robos y en muchos casos abusos por parte de los demás pasajeros, ya que en Ambato, todavía no se ha implementado un servicio de verdadera calidad “Solo sentados”.

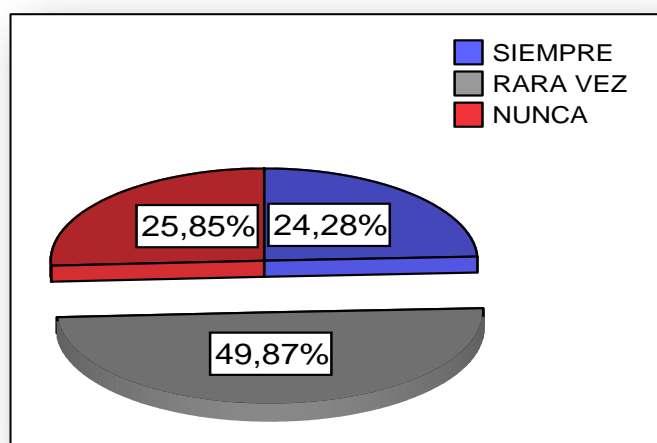
9. ¿Existe seguridad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

Cuadro No. 16 PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	93	24,3	24,3
	RARA VEZ	191	49,9	74,2
	NUNCA	99	25,8	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 16 PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Sobre la interrogante de si existe realmente seguridad en el transporte que entrega la cooperativa “Unión Ambateña”, se ha podido notar que el 49.9% de los usuarios opinan que rara vez y el 25.8% creen que nunca se produce esto, cabe mencionar que el último porcentaje corresponde a uno de cada cuatro usuarios inconformes con la seguridad, solamente el 24.3% de los encuestados mencionan que la seguridad en los buses es constante.

El ámbito de la inseguridad es permanentemente transitado por los delincuentes en las unidades de buses, adicionalmente, se puede notar que los sistemas de apoyo dentro de la unidad muchas veces no están completos, falta que se implementen cámaras para supervizar a los delincuentes y a todo esto se debe sumar las constantes violaciones a las leyes de tránsito, las mismas que provocan que existan excesos de velocidades, frenadas bruscas, irrespeto a las paradas, golpes y otros desmanes.

10. ¿Le parece que los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña estén capacitados para dar un buen servicio a los usuarios?

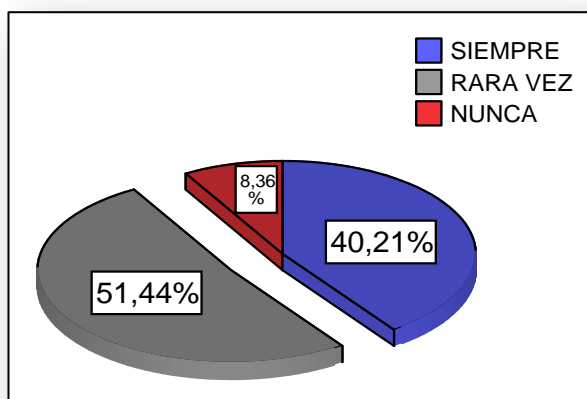
Cuadro No. 17 PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE LOS CONDUCTORES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	154	40,2	40,2
	RARA VEZ	197	51,4	91,6
	NUNCA	32	8,4	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 17 PERCEPCIÓN DE LA CAPACIDAD DE LOS CONDUCTORES



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La mayoría de la población (51.4%), que ha recibido servicio de transporte en un bus, informan que los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña rara vez están capacitados para dar un buen servicio a los usuarios, el 40.2% informa que siempre están capacitados y el 8.4% mencionan que definitivamente no existe suficiente capacidad de parte del conductor en el servicio.

Al respecto de la pregunta analizada, los choferes en el servicio de atención a los usuarios rara vez están capacitados, por ello es que el servicio no es de excelente calidad, pues los conductores, la mitad de ellos solo tienen educación primaria básica, es decir su formación es de choferes profesionales pero no en servicio al cliente ni en relaciones humanas por lo que existen reiteradas quejas de los usuarios.

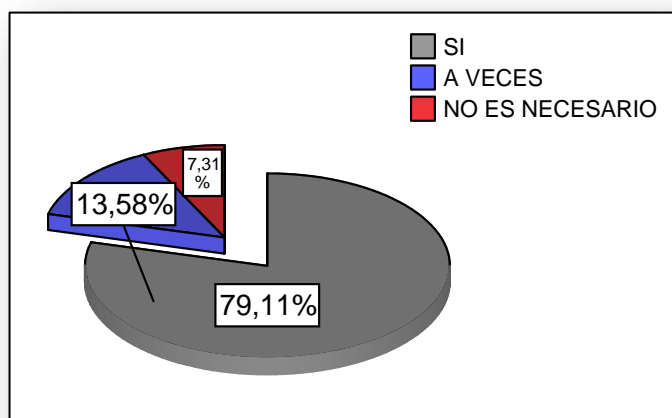
11. ¿Cree necesaria la intervención de un ayudante (controlador), para hacer más eficiente el servicio a los usuarios?

Cuadro No. 18 NECESIDAD DE INTERVENCIÓN DE UN AYUDANTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	303	79,1	79,1
	A VECES	52	13,6	92,7
	NO ES NECESARIO	28	7,3	100,0
	Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 18 NECESIDAD DE INTERVENCIÓN DE UN AYUDANTE



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 79.1% de los usuarios de las unidades de transporte de la Cooperativa Unión Ambateña, mencionan que si es necesaria la intervención de un ayudante de chofer (controlador), el 13.6% necesitan ese apoyo a veces, y el 7.3% piensan que no es necesario.

Es importante que se considere la sugerencia realizada por los usuarios, ya que el mismo es un colaborador en todos los aspectos relativos al servicio, manejo, cobros, ubicación de pasajeros y su carga, voceo y otros complementos necesarios con los que el chofer no puede lidiar adecuadamente. Por ello es necesario que se reconsidere el contrato ocasional de este tipo de servicio complementario para mejorar la eficiencia de los buses ya que es un pedido general.

12. ¿Ud. Cree que con mejor capacitación y buen trato, se podrá mejorar el servicio que brindan las unidades de transporte de la cooperativa Unión Ambateña?

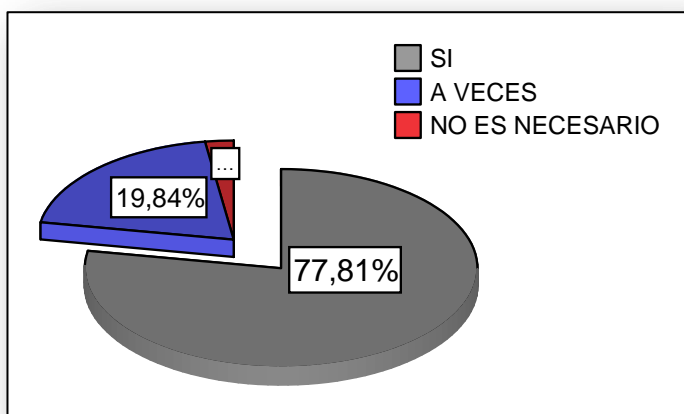
Cuadro No. 19 POSIBILIDAD DE MEJORA DEL SERVICIO CON CAPACITACIÓN Y BUEN TRATO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos SI	298	77,8	77,8
A VECES	76	19,8	97,7
NO ES NECESARIO	9	2,3	100,0
Total	383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 19 POSIBILIDAD DE MEJORA DEL SERVICIO CON CAPACITACIÓN Y BUEN TRATO



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La capacitación y el buen trato, son dos actividades obligatorias dentro del servicio de transportación en buses, al respecto, se puede mencionar que el 77.8% de los encuestados afirman que por el intermedio de estas estrategias si se puede mejorar el servicio. El 19.8% sostiene que a veces si funciona este método y el 2.3% opina que no es necesario que se emplee nada.

La mejora del servicio debe ser una meta de la administración de los buses, al respecto, se dispone de dos herramientas sugeridas por los mismos usuarios. Capacitación suficiente y buen trato, conviene que sean ejecutados en buena manera.

13. ¿Los vehículos de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña trasladan a los usuarios?

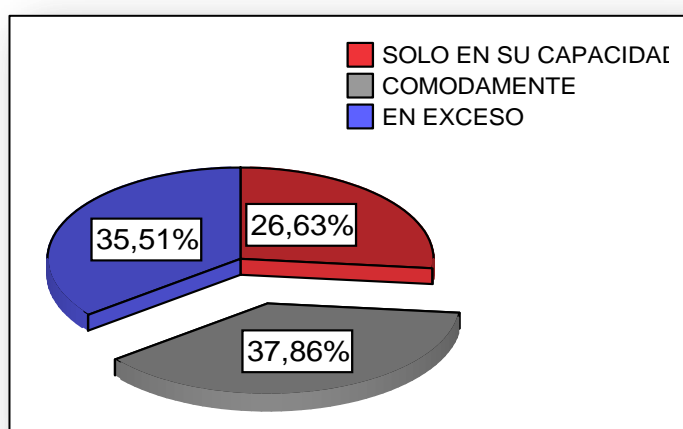
Cuadro No. 20 TRASLADO DE USUARIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SOLO EN SU CAPACIDAD	102	26,6	26,6
	COMODAMENTE	145	37,9	64,5
	EN EXCESO	136	35,5	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 20 TRASLADO DE USUARIOS



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

En razón de la comodidad, hay algunos indicadores que se pudieron evaluar en el trabajo realizado, pues el traslado de los usuarios se realiza en exceso según la mayoría (35.5%), comodamente (37.9%) y solo en la capacidad disponible (26.6%).

136 encuestados, del total de 383 manifiestan su inconformidad con el servicio prestado por los buses de la cooperativa “Unión Ambateña”, al respecto, vale informar que el porcentaje de insatisfacción es elevado en este acápite, ya que los buseros tienen la costumbre de llenar sus unidades con pasajeros hasta las puertas y cuando estas ya no se pueden cerrar, entonces inician su recorrido, especialmente en las horas pico, esta es la razón por la que existen accidentes de tránsito, una gran parte de la responsabilidad es de las autoridades que no realizan controles suficientes.

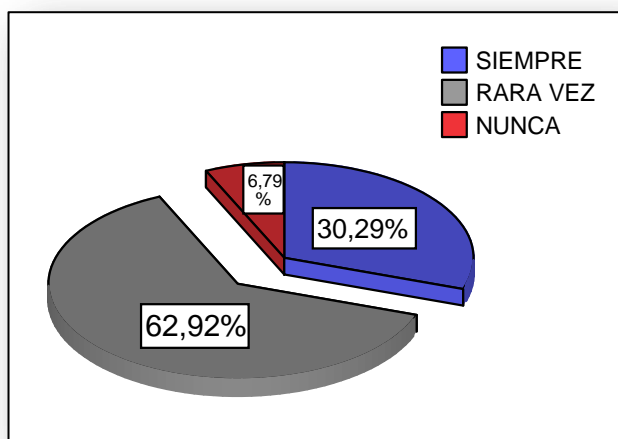
14. ¿El respeto, paciencia y seguridad son característicos del trato que brindan los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña?

Cuadro No. 21 RESPETO, PACIENCIA Y SEGURIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	116	30,3	30,3
	RARA VEZ	241	62,9	93,2
	NUNCA	26	6,8	100,0
Total		383	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 21 RESPETO, PACIENCIA Y SEGURIDAD



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

A veces, el respeto, la paciencia y la seguridad son características del trato que brindan los conductores (62.9%), siempre es característico esto según el 30.3% y el 6.8% manifiesta que nunca se han podido percibir estas características.

Como se puede ver las tres características del trato que se debe brindar en las líneas de transporte han sido juzgadas en esta pregunta, al respecto, la mayoría opina que se produce esto rara vez, el 6.8% dice que nunca, por ello es que sin ser estricta la calificación, definitivamente sus resultados son malos para el prestigio, no solo de la cooperativa, sino de los buseros en general.

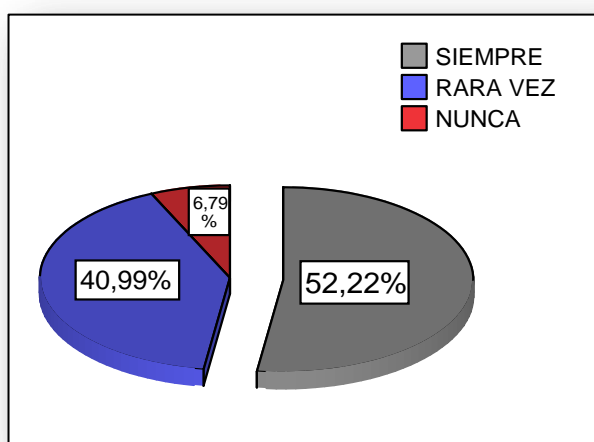
15. ¿Se respetan las rutas establecidas?

Cuadro No. 22 RESPETO A RUTAS ESTABLECIDAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	200	52,2	52,2	52,2
	RARA VEZ	157	41,0	41,0	93,2
	NUNCA	26	6,8	6,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 22 RESPETO A RUTAS ESTABLECIDAS



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Acerca del respeto a las rutas establecidas, los pasajeros opinan que se realiza siempre, pero es la opinión de tan solo 200 encuestados, el 52.2% de la población, el 41%, mencionan que rara vez respetan los recorridos y el 6.8% dice que nunca.

A los niveles de insatisfacción percibidos, se suma éste indicador, casi la mitad de los encuestados afirman que el respeto a los recorridos establecidos es una falacia, definitivamente los choferes cuando disponen de poco tiempo acortan el camino por donde más pueden y ello por lógica razón perjudica al usuario que gasta su pasaje para ser servicio adecuadamente y llegar a su destino.

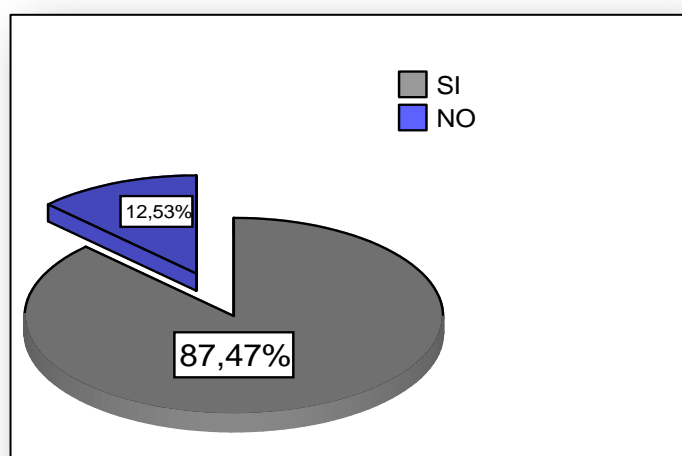
16. Sabe usted leer la señalética que tienen los buses?

Cuadro No. 23 CONOCIMIENTO DE SEÑALÉTICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	335	87,5	87,5	87,5
	NO	48	12,5	12,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 23 CONOCIMIENTO DE SEÑALÉTICA



FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Los usuarios si conocen en su mayoría los símbolos que se emplean en los buses como guía para el servicio prestado (87.5%), el restante 12.5% no tienen conocimiento que se exhibe.

Esto es importante de que sea conocido, pues al dedicar una fracción de tiempo a observar lo que existe en el interior de los buses de transporte público, se puede percatar de la información que estos poseen para los usuarios, según las encuestas la mayoría de usuarios si tienen esta práctica.

4.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CONDUCTORES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE “UNIÓN AMBATEÑA”

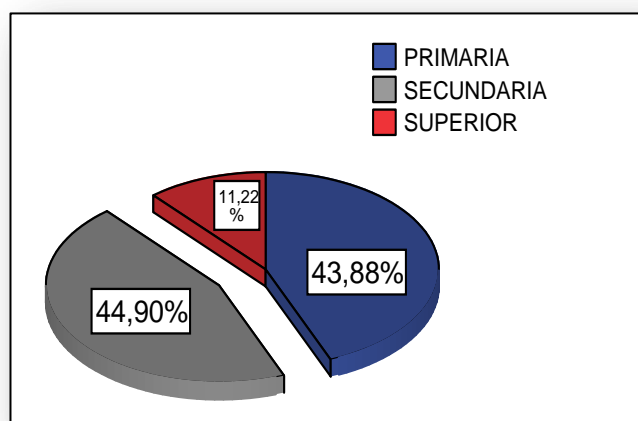
¿Cuál es su nivel de educación?

Cuadro No. 24 NIVEL DE EDUCACIÓN DEL CHOFER

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	43	43,9	43,9
	SECUNDARIA	44	44,9	88,8
	SUPERIOR	11	11,2	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 24 NIVEL DE EDUCACIÓN DEL CHOFER



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 44.9%, que son la mayoría de choferes encuestados menciona tener Educación secundaria, el 43,9% ha culminado la primaria (casi la mitad de encuestados), y apenas el 11.2% ha logrado educarse en el nivel superior.

Existe un igual número de choferes que han terminado la educación primaria y los que han logrado la secundaria, es obvio que éste indicador permite ver cuál es la razón para la baja calidad del servicio brindado, ya que es directamente proporcional la educación recibida al nivel de cortesía demostrado. Los que han realizado estudios superiores tienen mejor apreciación del servicio, y esto puede verse en los niveles técnico, tecnólogo y cualquiera de las profesiones académicas: ingeniería, doctorado, licenciatura, etc.

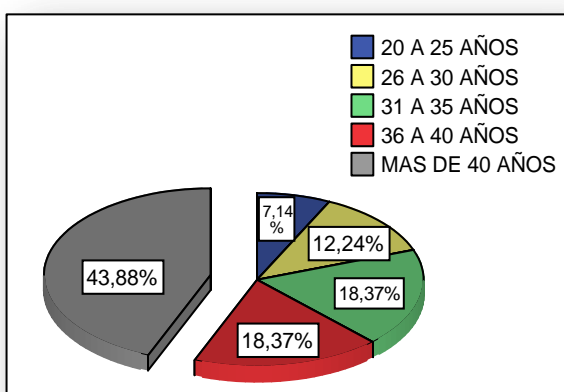
¿En qué edad se encuentra?

Cuadro No. 25 EDAD DEL CHOFER

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos 20 A 25 AÑOS	7	7,1	7,1
26 A 30 AÑOS	12	12,2	19,4
31 A 35 AÑOS	18	18,4	37,8
36 A 40 AÑOS	18	18,4	56,1
MAS DE 40 AÑOS	43	43,9	100,0
Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 25 EDAD DEL CHOFER



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Se puede ver que el 43.9% de los choferes ya atraviesan edades avanzadas (más de 40 años), el 18.4% está entre los 36-40 años, el otro 18.4% entre los 31 hasta 35 años, el 12.2% se halla entre los 26-30 años y finalmente, el 7.1% son los más jóvenes (20-25 años).

Ante lo mencionado, la mayor parte de los choferes (casi la mitad de ellos), son personas mayores, con un criterio formado, a quienes es más difícil convencer que actúen de manera diferente a la que están acostumbrados. El resto de profesionales del volante pueden ser pulidos y educados en cuanto a la calidad del serevicio que se debe brindar al cliente, Finalmente están los choferes jóvenes, para quienes es más sencillo educarse y de quienes se esperan mejores resultados, aunque por lo general los jóvenes son muy temperamentales.

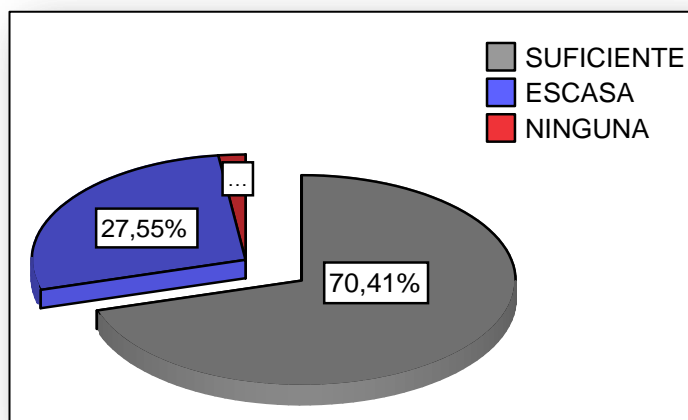
1. ¿Su unidad posee señalética para educar al usuario?

Cuadro No. 26 POSECIÓN DE SEÑALÉTICA PARA ENSEÑAR AL USUARIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SUFICIENTE	69	70,4	70,4
	ESCASA	27	27,6	98,0
	NINGUNA	2	2,0	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 26 POSECIÓN DE SEÑALÉTICA PARA ENSEÑAR AL USUARIO



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La población estudiada, se divide en tres estratos, la mayoría (70.4%), que son los que poseen suficiente señalética en sus unidades de transporte, después está el 27.6%, que tienen escasa señalética y el 2% informa que no posee esta manera de guiar al usuario.

Es bueno saber que la gran mayoría de choferes tiene señalética dentro de su unidad, ello constituye una gran ayuda para que el usuario pueda desenvolverse adecuadamente durante su viaje, y realizar sus demandas, así como cumplir con sus obligaciones.

2. ¿Se siente capacitado/a para atender debidamente al usuario?

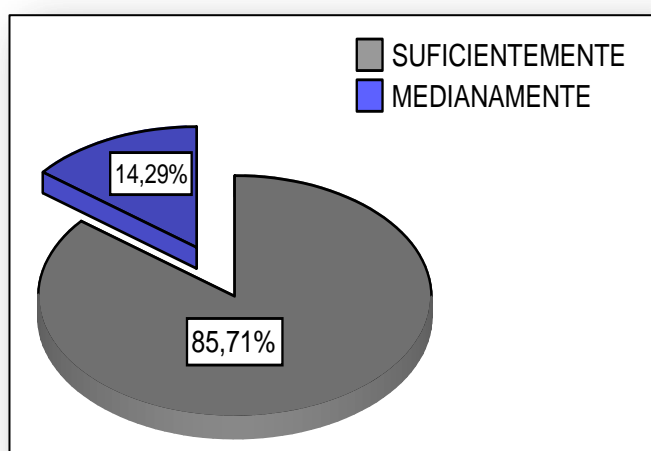
Cuadro No. 27 NIVEL DE CAPACITACIÓN PARA ATENDER AL USUARIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SUFICIENTEMENTE	84	85,7	85,7
	MEDIANAMENTE	14	14,3	100,0
Total		98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 27 NIVEL DE CAPACITACIÓN PARA ATENDER AL USUARIO



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

La mayoría de choferes se siente suficientemente capacitados para atender al usuario (85.7%), el restante 14,3% opina que se siente medianamente capacitado.

Se nota que las opiniones del chofer de la cooperativa “Unión Ambateña”, es contraria a la práctica que se percibe diariamente en el momento de abordar un bus, el porcentaje pequeño es más objetivo, pues los choferes deben capacitarse convenientemente para dar un servicio de elevada calidad.

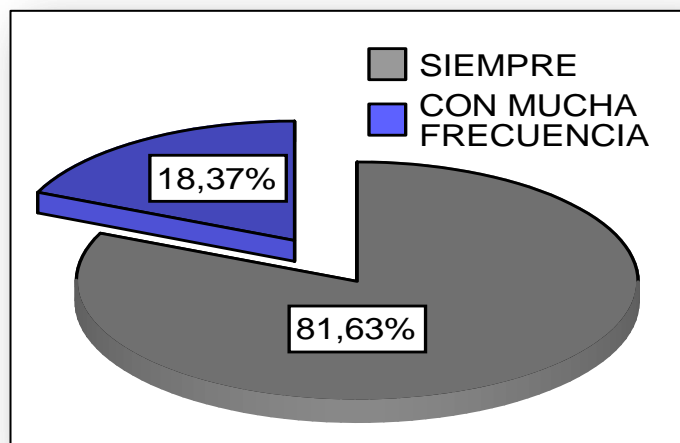
3. ¿Con que frecuencia limpia usted su unidad de trabajo?

Cuadro No. 28 FRECUENCIA DE LIMPIEZA DE LA UNIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	80	81,6	81,6
	CON MUCHA FRECUENCIA	18	18,4	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 28 FRECUENCIA DE LIMPIEZA DE LA UNIDAD



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 81.6% de los choferes, limpia todo el tiempo su unidad de transporte y el 18.4% lo realiza con mucha frecuencia, por ello es que se puede verificar que las unidades de transporte urbano de la cooperativa “Unión Ambateña”, por lo general son muy limpias.

Se puede ver como uno de los principios del servicio de atención al cliente dentro de la cooperativa estudiada, es la pulcritud, de hecho ésta cooperativa siempre estaría en condiciones higiénicas de atender a los usuarios, la misma percepción de limpieza que tienen los choferes, respecto a este punto, debería coincidir plenamente con lo que manifiestan los usuarios.

4. ¿La tarifa para la tercera edad, discapacitados y estudiantes, es respetada?

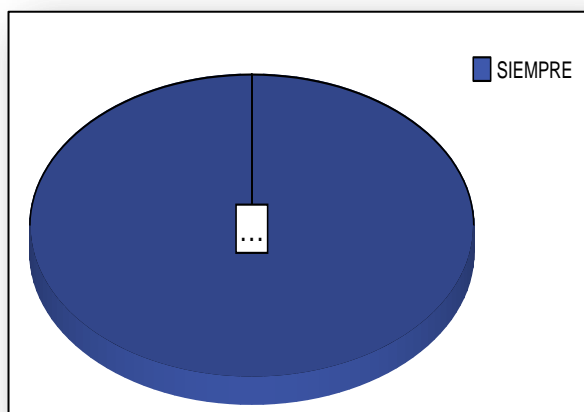
Cuadro No. 29 RESPETO A LA TARIFA PARA LA TERCERA EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	98	100,0	100,0

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 29 RESPETO A LA TARIFA PARA LA TERCERA EDAD



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Para todos los choferes encuestados, el 100%, si se respeta la tarifa establecida por las autoridades para la tercera edad.

Para los choferes, el respeto de los ancianos implica no solamente la consideración y el acato a las tarifas establecidas, lo difícil, es la definición de los usuarios de la tercera edad, que bien podría ser cronológica, pero esto no se pregunta, solamente se deduce a partir de indicadores físicos del usuario, tales como: color del cabello, nivel de destreza para subir y movilizarse dentro de la unidad, aspecto del rostro, vestimenta, etc., es decir hasta el día de hoy la apreciación de la tercera edad es un aspecto meramente subjetivo en el juicio de esta característica.

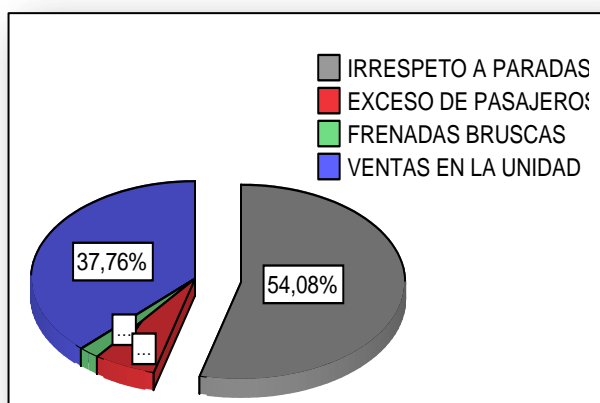
5. ¿Por qué razones recibe reclamos de los usuarios más frecuentemente?

Cuadro No. 30 RAZONES DE LOS RECLAMOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	IRRESPETO A PARADAS	53	54,1	54,1
	EXCESO DE PASAJEROS	6	6,1	60,2
	FRENADAS BRUSCAS	2	2,0	62,2
	VENTAS EN LA UNIDAD	37	37,8	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 30 RAZONES DE LOS RECLAMOS



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Los choferes, han percibido que la mayoría de reclamos por parte de los usuarios se produce por el irrespeto a las paradas establecidas (54.1%), el 37,8% se queja de las ventas que se realizan dentro de las unidades de transporte publico. El 6,1%, se queja por llevar pasajeros en exceso, y finalmente, el 2 restante, se ha quejado por las frenadas bruzcas que se han realizado.

Más de la mitad de las quejas se origina en el irrespeto a las paradas establecidas, y un alto porcentaje se dirige a las ventas realizadas dentro de los buses, y estas tendencias han sido ejegidas por el peligro que implica, detenerse en “media calle” o hacerlo a una distancia mayor a la tolerable. Lo mencionado también implica poner en peligro la vida de los usuarios pues ellos se bajan y es imposible observar los autos que llegan por detrás o rebazan por la derecha y que pueden causar graves consecuencias.

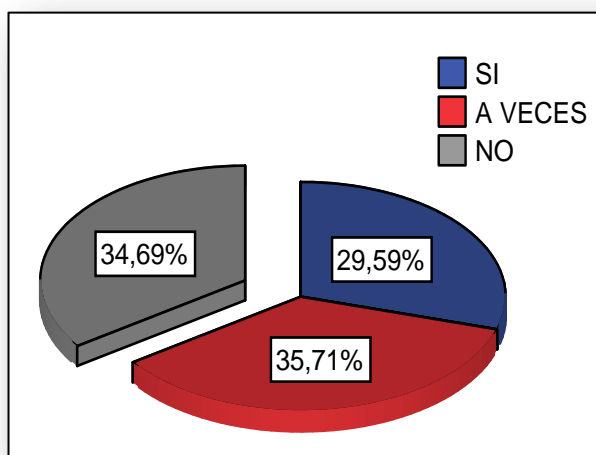
6. ¿Alguna vez ha perdido la calma por no llegar a tiempo a algún lugar?

Cuadro No. 31 PÉRDIDA DE LA CALMA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	29	29,6	29,6
	A VECES	35	35,7	65,3
	NO	34	34,7	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 31 PÉRDIDA DE LA CALMA



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Las respuestas a la pregunta realizada acerca de la pérdida de la calma por parte de los choferes, tiene respuestas equitativas en cuanto al porcentaje alcanzado por cada una de ellas: que si, manifiesta el 29,6%, para el 35,7% esto ocurre a veces y el 34,7% no ha perdido la calma nunca.

La pérdida de la calma es una actitud muy común entre los choferes, de hecho, al 65% le ha ocurrido alguna vez este evento, y por lo general esto ocurre cuando tienen premura de llegar a su destino, o por reclamos de los usuarios realizados justa o injustamente.

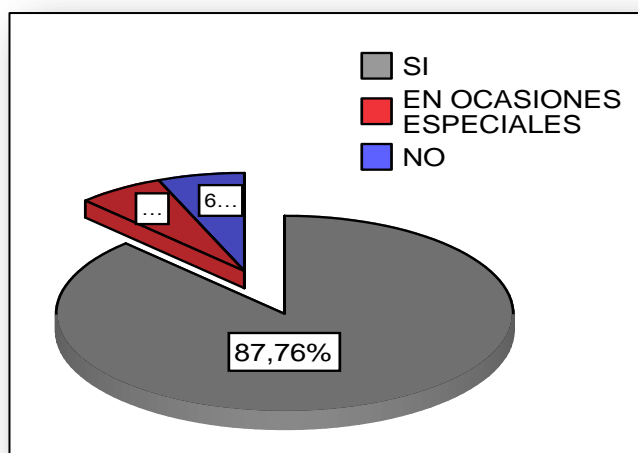
7. ¿En caso de ser un requerimiento de de la Cooperativa estaría dispuesto a utilizar un uniforme distintivo?

Cuadro No. 32 DISPOSICIÓN A USAR UNIFORME

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	86	87,8	87,8
	EN OCASIONES ESPECIALES	6	6,1	93,9
	NO	6	6,1	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 32 DISPOSICIÓN A USAR UNIFORME



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 87.8% manifiesta abiertamente su disposición a utilizar uniforme permanentemente, el 6.1% piensan que esa práctica debe realizarse en ocasiones especiales y el restante 6.1% piensa que no es necesario.

El empleo de uniforme distintivo, es propiedad de las Instituciones bien organizadas, pues ello permite identificarlos en cualquier lugar, le otorga prestigio a la Cooperativa, y además en ciertos casos se ha convertido en un indicador de calidad, por tratarse de una petición de la mayoría, es una alternativa que los directivos deben tomar en cuenta.

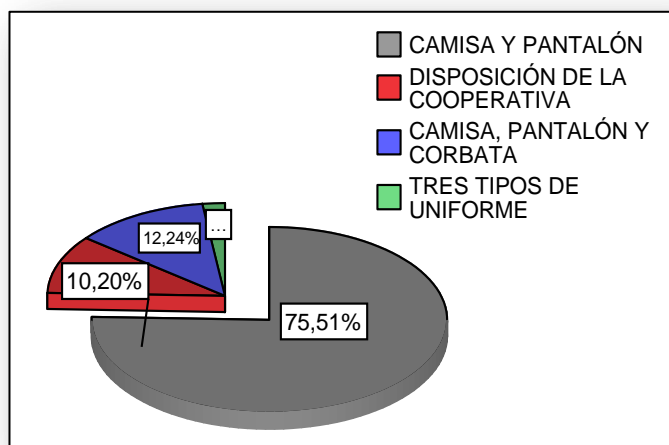
¿Qué uniforme?

Cuadro No. 33 TIPO DE UNIFORME

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	CAMISA Y PANTALÓN	74	75,5	75,5
	DISPOSICIÓN DE LA COOPERATIVA	10	10,2	85,7
	CAMISA, PANTALÓN Y CORBATA	12	12,2	98,0
	TRES TIPOS DE UNIFORME	2	2,0	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 33 TIPO DE UNIFORME



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 75.5% de los choferes encuestados afirma que las prendas más adecuadas para identificar a la cooperativa, son una camisa y pantalón, para el 12.2%, se prefiere el mismo atuendo, adicionándole la respectiva corbata, para el 10.2%, el uniforme a utilizarse debe ser aquel que designe la cooperativa y el 2% apenas, manifiesta que se deben emplear tres tipos de uniforme. Lo que se puede destacar de las respuestas emitidas, es el hecho de que el uso de camisa y pantalón es una práctica muy difundida entre los choferes de algunas cooperativas de buses, camionetas y taxistas, por tratarse de un distintivo del gremio, entonces convendría que los miembros de la Cooperativa “Unión Ambateña” hagan uso de tales.

8. ¿Estaría dispuesto a colaborar para realizar un Plan de Mejoras en la Cooperativa?

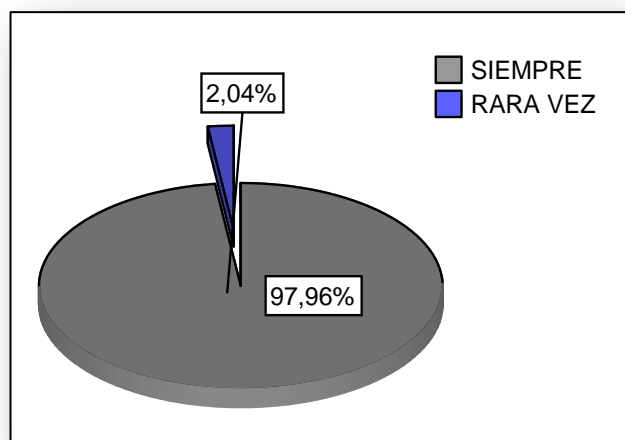
Cuadro No. 34 COLABORACIÓN CON PLAN DE MEJORAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	96	98,0	98,0
	RARA VEZ	2	2,0	100,0
Total		98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No. 34 COLABORACIÓN CON PLAN DE MEJORAS



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

Un elevado porcentaje de choferes (98%), informan que están dispuestos a colaborar con un plan de mejoras para la cooperativa de transporte urbano “Unión Ambateña”, las respuestas de rara vez, afectan al restante 2% de los encuestados,

De proponerse un plan de mejoras al servicio de transportación, los señores choferes están dispuestos a colaborar totalmente, ante ello, se puede mencionar que la alternativa que se ponga en consideración, va a repercutir en la opinión de los ciudadanos y en la preferencia hacia el servicio de la Cooperativa “Unión Ambateña”

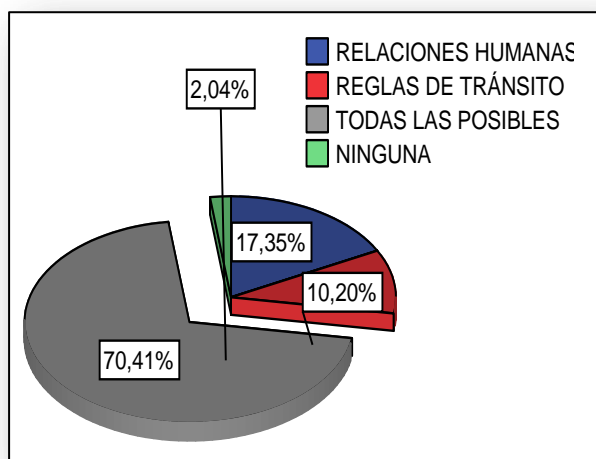
9. ¿Qué tipo de capacitación debe tener un chofer de la Cooperativa Unión Ambateña?

Cuadro No 35 POSIBLES TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	RELACIONES HUMANAS	17	17,3	17,3
	REGLAS DE TRÁNSITO	10	10,2	27,6
	TODAS LAS POSIBLES	69	70,4	98,0
	NINGUNA	2	2,0	100,0
	Total	98	100,0	

FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Gráfico No 35 POSIBLES TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN



FUENTE: Encuesta a los choferes de la Cooperativa de transporte "Unión Ambateña"
ELABORADO POR: Verónica Acosta

Análisis e Interpretación

El 70.4% de las personas encuestadas, como referente mayoritario, opinan que todas las capacitaciones que se realicen en la cooperativa son importantes y por ende dignas de considerar, el 17% prefiere que se trate de relaciones Humanas, y el 10.2% manifiesta que la temática que debe abordarse es sobre el reglamento de tránsito, finalmente un estrato pequeño opina que no es necesario capacitarse. Se debe destacar principalmente las reglas de tránsito y las relaciones humanas, que como temas específicos, son requeridos en suma por un 27.5% de los choferes, y ya que la mayoría, decide por participar en las temáticas que se propongan, debe iniciarse con las mencionadas, pero ya que el tema de este trabajo es el servicio de atención al cliente, ésta debe ser la preocupación principal de las autoridades.

4.3 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DIRECTIVOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE URBANO “UNIÓN AMBATEÑA”

Los Directivos entrevistados fueron el Gerente de la Cooperativa “Unión Ambateña y el Presidente de la misma, estas son las opiniones recabadas:

¿Cuál es su nivel de instrucción?

El señor gerente menciona tener nivel secundario de instrucción y el presidente nivel superior con el título de Ingeniero en Administración.

¿En qué edad se encuentra?

El señor gerente manifiesta tener 42 años y el presidente 40.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo?

Respecto a las preguntas específicas el presidente tiene esa función desde hace 2 años y el señor gerente el mismo tiempo.

2. ¿Conoce cuáles son las funciones que debe cumplir el gerente de una Cooperativa de transporte Urbano?

Las funciones directivas que menciona el señor presidente son orden, comunicación de resoluciones y preparación del personal, que se entendería como capacitación.

El gerente manifiesta ser el representante legal y extra-judicial de la institución y mantiene al día sus compromisos con el MIES, además de tener una función de informar sus actividades realizadas a las asambleas.

3. ¿Qué actividades ha realizado para mejorar la calidad del servicio de la atención al usuario de su cooperativa?

Los dos profesionales entrevistados manifiestan que su preocupación ha estado orientada a la capacitación al personal sobre todo en temas de relaciones humanas y servicio de atención al cliente sobre todo discapacitado.

Mencionan que trabajan conjuntamente y que han gestionado la implementación de “paradas seguras” conjuntamente con la Unidad Municipal de Tránsito y se piensa implementar GPS’s en las unidades.

4. ¿Con qué frecuencia se realizan cursos de capacitación dirigidas a los conductores’

Los cursos que se realizan permanentemente son ley de tránsito, atención al cliente y presentación personal según la opinión del señor presidente.

Para el gerente queda claro que se dictan al menos dos veces al año, en la actualidad los temas básicos son “Reforma a la Ley Orgánica de Transporte...” y la “Ley de economía popular”, a fin de actualizar al personal. La última temporada se ha capacitado en “Calidad de vida y excelencia”

5. ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones para analizar la situación del servicio al cliente en la Cooperativa “Unión Ambateña”?

El señor Gerente manifiesta que en la actualidad, el control está a cargo de la UMT, quien se reúne tres veces por mes para analizar las denuncias realizadas por los usuarios, en la actualidad, se reúnen según la necesidad cada dos o tres meses y el comité de vigilancia se reúne cada semana.

6. ¿A su criterio, qué actividades se deberían hacer para mejorar el servicio al usuario en el futuro?

Trabajar juntos por el bien común y elevar la calidad del servicio, respeto a las paradas establecidas y a las personas con capacidades especiales (presidente).

Solicitar la implementación de un carril exclusivo para buses, trabajando conjuntamente con todos los involucrados.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1 Formulación de Hipótesis

Se procede a plantear una hipótesis nula o alternativa (H_1) y una hipótesis nula (H_0)

Hipótesis Nula (H_0): La servucción no impacta en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

Hipótesis alterna (H_1): La servucción si impacta en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato.

4.4.2 Definición del nivel de significación

El nivel de significación escogido para la investigación fue del 5% (95%)

4.4.3 Elección de la Prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba de Chi Cuadrado cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

Donde:

Σ = Sumatoria

F_o = Frecuencias observadas

F_e = Frecuencias esperadas

X^2 = Chi cuadrado

Para la comprobación de la hipótesis se relaciono dos preguntas de la encuesta realizada y se observo las siguientes frecuencias de respuesta.

Preguntas seleccionadas

¿Cómo calificaría usted el servicio (servucción), de transporte público que brindan las unidades de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

- () Bueno
- () Regular
- () Malo

La atención brindada al usuario de la Cooperativa Unión Ambateña como factor fundamental para juzgar el servicio es:

- () Bueno
- () Regular
- () Malo

Cuadro No. 36 Frecuencias observadas

V. INDEPENDIENTE \ V. DEPENDIENTE	ATENCIÓN BRINDADA			Σ
	BUENA	REGULAR	MALA	
APRECIACIÓN DEL SERVICIO				
BUENO	60	112	21	193
REGULAR	105	50	7	162
MALO	15	11	2	28
Total	180	173	30	383

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
 ELABORADO POR: Verónica Acosta

Cuadro No. 37 Frecuencias esperadas

V. INDEPENDIENTE \ V. DEPENDIENTE	ATENCIÓN BRINDADA			Σ
	BUENA	REGULAR	MALA	
APRECIACIÓN DEL SERVICIO				
BUENO	90.70	87.18	15.12	193
REGULAR	76.14	73.17	12.69	162
MALO	13.16	12.65	2.19	28
Total	180	173	30	383

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
 ELABORADO POR: Verónica Acosta

4.4.4 Zona de aceptación o rechazo

Grados de libertad

$$(Gl) = (NC-1) (NF-1)$$

Donde:

Gl = Grado de libertad

C = Columnas de la tabla

F = Filas de la tabla

Reemplazando

$$\text{GRADOS DE LIBERTAD} = (NC-1) (NF-1)$$

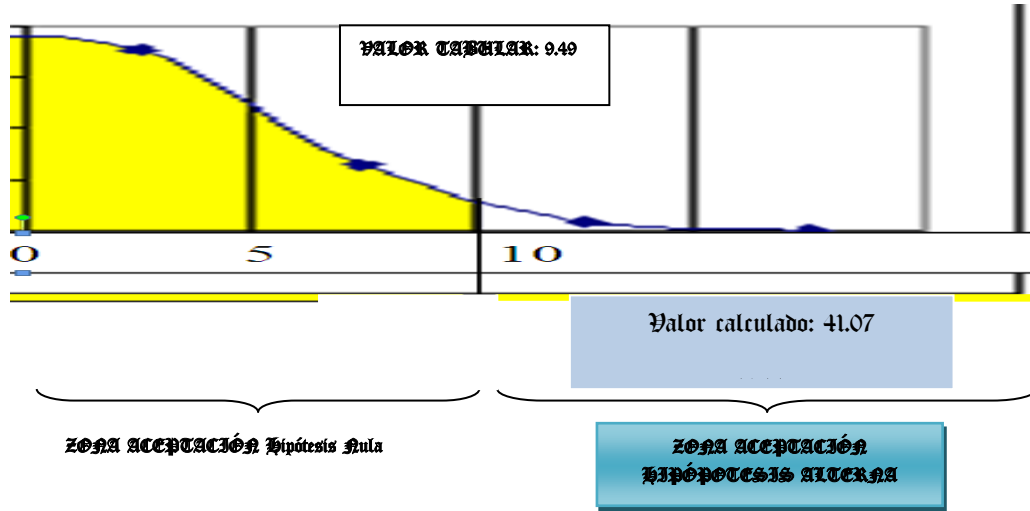
$$GL = (3-1) (3-1)$$

$$GL = 2 \times 2$$

$$GL = 4$$

Valor X^2 tabular crítico para 4GL y 95% Nivel de Confianza: 9.49

Gráfico No. 36 Campana de Gauss



FUENTE: Cálculo de Chi Cuadrado

ELABORADO POR: Verónica Acosta

4.4.5 Cálculo Matemático

Se muestran las frecuencias observadas y se cotejan con las frecuencias esperadas para obtener el valor de X^2 .

Cuadro No. 38 CÁLCULO DE X^2

Fo	Fe	(Fo-Fe)	(Fo-Fe)²	(Fo-Fe)²/Fe
60	90.70	-30.7	942.49	10.39
112	87.18	24.82	616.03	7.07
21	15.12	5.88	34.57	2.29
105	76.14	28.86	832.90	10.94
50	73.17	-23.17	536.85	7.34
7	12.69	-5.69	32.38	2.55
15	13.16	1.84	3.39	0.26
11	12.65	-1.65	2.72	0.21
2	2.19	-0.19	0.04	0.02
Σ				41.07

FUENTE: Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”

ELABORADO POR: Verónica Acosta

4.4.6 Decisión

“El valor X^2 CALCULADO= 41.07 es mayor al X^2 TABULAR = 9.49”

Se nota que el valor de X^2 calculado es superior al valor tabular crítico para 95.00% de confianza, con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna (H_1):

“La servucción si impacta en la atención al usuario de Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato”

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

La servucción tiene un importante impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato, según se pudo ver en la pruebas estadística aplicada a la encuesta dirigida a los usuarios de la mencionada cooperativa, la prueba se realizó con un 95% de confianza en los datos recolectados.

Respecto a la servucción, cabe mencionar que es una herramienta muy importante como lo menciona **Bengoechea Bruno (2005: 136)**, “Es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente – empresa

necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados”.

Las exigencias y expectativas de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña, respecto a la atención recibida son los siguientes:

- El 50.4% de los usuarios opina que el servicio prestado por la Cooperativa Unión Ambateña es bueno, para el 42.3% es regular, y para el 7.3%, es malo, la tarifa especial para niños, estudiantes, ancianos y discapacitados es respetada rara vez según el 50.1% de los encuestados, y para el 3.9% esta tarifa no es respetada. Entre regular y buena se distribuyen las opiniones acerca de la atención brindada por la cooperativa de transporte “Unión Ambateña, pero hay gente también que piensa que la atención es decididamente mala (7.8%)
- El aspecto de los buses es visto como regular por el 41% de los usuarios y para uno de cada diez usuarios es malo, El criterio del aspecto de los asientos desde la perspectiva de los usuarios es que están medianamente deteriorados (63.4%), y para el 22.5% están muy deteriorados, lo que en suma son el 85.9%.
- Sobre la interrogante de si existe realmente seguridad en el transporte que entrega la cooperativa “Unión Ambateña”, se ha podido notar que el 49.9% de los usuarios opinan que rara vez y el 25.8% creen que nunca se produce esto.
- La mayoría de la población (51.4%), que ha recibido servicio de transporte en un bus, informan que los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña, rara vez están capacitados para dar un buen servicio a los usuarios, y el 8.4% mencionan que definitivamente no existe suficiente capacidad de parte del conductor en el servicio.

- El 79.1% de los usuarios de las unidades de transporte de la Cooperativa Unión Ambateña, mencionan que si es necesaria la intervención de un ayudante de chofer (controlador), el 13.6% necesitan ese apoyo a veces, y el 7.3% piensan que no es necesario, el traslado de los usuarios se realiza en exceso según la mayoría (35.5%).
- Acerca del respeto a las rutas establecidas, el 41%, mencionan que rara vez respetan los recorridos y el 6.8% dice que nunca.

Luego de haber analizado convenientemente la información recabada, tanto a nivel teórico, como de el trabajo de campo, se ve la necesidad de diseñar un modelo de aplicación de Servucción para mejorar la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña y que el mismo sea difundido convenientemente.

5.2 RECOMENDACIONES

Al ser la servucción un tema fundamental dentro de la atención de los usuarios de la cooperativa de transportes “Unión Ambateña”, se recomienda a todos los involucrados con la mencionada institución, que se dé la importancia que merece a ésta temática, y hacer énfasis en los componentes del cliente, soporte físico, el personal de contacto, el servicio, el sistema de organización interna, que son indispensables dentro del desarrollo del servicio, para mejorar la atención y la satisfacción de los clientes.

Una buena práctica de la servucción será determinante en la relación cliente–empresa, para elevar los niveles de calidad, y con ello mejorar la imagen de la empresa en la percepción de los clientes, y por ende la preferencia de los mismos hacia la cooperativa, por ello será recomendable que se desarrolle el servicio hasta estudios óptimos.

Los inspectores y autoridades de la cooperativa deben tomar muy en consideración que se logre respeto hacia la tarifa especial para niños, ancianos y discapacitados pues el nivel de insatisfacción con éste indicador es elevado desde la perspectiva de los usuarios (50.1%).

Para el 85.9% el aspecto interno de las unidades de transporte es malo ya sea por el estado de los asientos o por el aseo, los señores conductores deberían esmerarse por limpiar con mayor frecuencia sus unidades para evitar quejas de parte de los usuarios y atenderles como se merecen, ya que de su satisfacción depende la preferencia por los servicios de la cooperativa.

La mayoría de los usuarios mencionaron que la seguridad del transporte en la Cooperativa Unión Ambateña, no es buena, pero este es un hecho generalizado ya que a nivel del país, el factor de seguridad es deficiente, hay que notar que son comunes los asaltos, abusos físicos, excesos de velocidad de los vehículos y demás desmanes, por lo que las autoridades de gobierno, policía y fuerzas armadas debieran intervenir para mejorar la seguridad de los usuarios, y los conductores deben evitar que se realicen ventas dentro de sus unidades, ya que los supuestos vendedores, en muchos casos denunciados por la prensa, en realidad son asaltantes disfrazados.

Para la mitad de los usuarios, rara vez o nunca, los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña están capacitados para dar un buen servicio a los usuarios, por ende, los directivos de la cooperativa, deben planificar capacitaciones permanentes y si la lo han hecho, se debe considerar el establecimiento de supervisores de ruta, que verifiquen que se apliquen los conocimientos recibidos en las capacitaciones.

Se recomienda la intervención de un ayudante de chofer (controlador), por sugerencia de la mayoría de los usuarios, ya que se ha notado que este personaje, facilita las labores dentro del sistema de conducción, el contrato de este tipo de servicio puede realizarse ocasionalmente y de esta forma evitarse líos con el Seguro Social.

A menos que existan situaciones irremediables como defectos en la calle, choques u otros pormenores, los conductores no deben desviar sus rutas como lo hacen actualmente por ganar tiempo.

Los directivos y el personal de conductores, deben poner en marcha un Modelo de Servucción diseñado en función de las necesidades de los usuarios que han sido identificadas en la presente investigación.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 TEMA

Diseño de un Modelo de Servucción para mejorar la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña” de la ciudad de Ambato

6.1.1 DATOS INFORMATIVOS

Institución Ejecutora:

Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”.

Beneficiarios:

Conductores de las unidades de transporte

Usuarios de la Cooperativa

Ubicación:

Calle: Cuenca 13-28 y Mera

Ciudad: Ambato

Provincia: Tungurahua

Equipo Responsable:

Autor: Verónica Acosta

Directivos de la Empresa:

Ing. Washington Núñez (presidente)

Sr. Manuel Escobar (gerente)

Costo de la propuesta:

Equipamiento para el servicio por socio: **3031.43 USD**

Modelo de servucción y capacitación: **3. 500.00 USD**

Financiamiento: Recursos propios de la cooperativa

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Septiembre 2012

Fin: Septiembre 2013

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Al desarrollar el presente tema, en base a las investigaciones realizadas y una vez verificada la hipótesis por medio de la prueba “Chi Cuadrado”, se obtuvo como

resultado el rechazo de la hipótesis nula, por tanto se confirmó que la Servucción incide en la Atención del usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña.

La prueba estadística aplicada fue la de Chi cuadrado o “Bondad de ajuste”, en ésta indicador estadístico, se pudo establecer la relación entre las variables servucción y atención al usuario de la “Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña”, para realizar el cálculo, se tomaron en cuenta dos preguntas relativas a cada una de las variables mencionadas, tanto las frecuencias de respuesta observadas en la encuesta, como también las frecuencias teóricas, se confrontaron en una matriz de la cual se concluyó que el valor calculado es superior al valor tabular para el 95% de confianza y 4 grados de libertad con lo que se verificó la hipótesis alterna.

Por lo mencionado, es necesario emprender cambios dentro de las Cooperativa, y sobre todo en el comportamiento y en la actitud de los conductores y personal involucrado, para la permanencia y crecimiento de este tipo de cooperativas, el marcar la diferencia por un servicio de calidad impactará en sus clientes de una manera positiva.

La aplicación de un protocolo de servicio gracias a un Modelo de Servucción, deberá ser de una manera participativa con el equipo de trabajo, llegando a ser una cultura de la organización y el aporte a una imagen corporativa que forme parte del cambio permanente hacia una mejora, pudiendo entregar así un beneficio al usuario.

Dentro de la investigación realizada, bajo el título “La Servucción y su impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato”, se recabó la siguiente información:

La servucción tiene un importante impacto en la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña de la ciudad de Ambato, según se pudo ver en la pruebas estadística aplicada a la encuesta dirigida a los usuarios de la mencionada cooperativa, la prueba se realizó con un 95% de confianza en los datos recolectados.

Respecto a la servucción, cabe mencionar que es una herramienta muy importante como lo menciona **Bengoechea Bruno (2005: 136)**, “Es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente – empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados”.

Las exigencias y expectativas de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña, respecto a la atención recibida son los siguientes:

- El 50.4% de los usuarios opina que el servicio prestado por la Cooperativa Unión Ambateña es bueno, para el 42.3% es regular, y para el 7.3%, es malo, la tarifa especial para niños, ancianos y discapacitados es respetada rara vez según el 50.1% de los encuestados, y para el 3.9% esta tarifa no es respetada. Entre regular y buena se distribuyen las opiniones acerca de la atención brindada por la cooperativa de transporte Unión Ambateña, pero hay gente también que piensa que la atención es decididamente mala (7.8%)
- El aspecto de los buses es visto como regular por el 41% de los usuarios y para uno de cada diez usuarios es malo, El criterio del aspecto de los asientos desde la perspectiva de los usuarios es que están medianamente deteriorados (63.4%), y para el 22.5% están muy deteriorados, lo que en suma son el 85.9%.
- Sobre la interrogante de si existe realmente seguridad en el transporte que entrega la cooperativa “Unión Ambateña”, se ha podido notar que el 49.9% de los usuarios opinan que rara vez y el 25.8% creen que nunca se produce esto.
- La mayoría de la población (51.4%), que ha recibido servicio de transporte en un bus, informan que los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña, rara vez están capacitados para dar un buen servicio a los usuarios, y el 8.4%

mencionan que definitivamente no existe suficiente capacidad de parte del conductor en el servicio.

- El 79.1% de los usuarios de las unidades de transporte de la Cooperativa Unión Ambateña, mencionan que si es necesaria la intervención de un ayudante de chofer (controlador), el 13.6% necesitan ese apoyo a veces, y el 7.3% piensan que no es necesario, el traslado de los usuarios se realiza en exceso según la mayoría (35.5%).
- Acerca del respeto a las rutas establecidas, el 41%, mencionan que rara vez respetan los recorridos y el 6.8% dice que nunca.

Luego de haber analizado convenientemente la información recabada, tanto a nivel teórico, como de el trabajo de campo, se ve la necesidad de diseñar un modelo de Servucción para mejorar la atención al usuario de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña y que el mismo sea difundido convenientemente.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Para mantener una cooperativa dentro del mercado, es necesario mejorar continuamente la forma de trabajo siempre enfocándolo a la calidad de los servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las actuaciones.

La ventaja competitiva viene por el camino de los recursos humanos, de su selección, contratación, motivación, y formación, varias empresas están consiguiendo el liderazgo gracias a la adecuada aplicación del las estrategias de calidad de servicio; por lo tanto, la aplicación de un Modelo de Servucción, implicará mejorar los estándares de Calidad y por ende la Satisfacción del cliente.

Es una necesidad latente dentro del Sector de las Cooperativas de Transporte Urbano, dentro de la Cooperativa Unión se estima que con capital se puede conseguir las mejores máquinas o la última tecnología, pero no necesariamente tendrá los mejores empleados, que apliquen métodos de trabajo o tengan una actitud que vayan alineada a mejorar la calidad del servicio.

La aplicación de un manual de servucción en la Cooperativa de Transporte urbano “Unión Ambateña” será de gran beneficio para los usuarios de la ciudad de Ambato y del centro del país, lo que además potenciaría el desarrollo turístico de la provincia en general, retribuyendo en mejores ingresos para la cooperativa.

La gran diferencia entre la fabricación de un servicio y la fabricación de un producto (bien) es que el cliente es un integrante fundamental del sistema de servucción: es a la vez productor y consumidor. Por lo tanto, es clave entender la secuencia de los actos de participación en la servucción que el cliente lleva a cabo para beneficiarse del servicio ofrecido.

Este tema es de gran importancia dentro del sector del transporte público urbano a nivel de la ciudad de Ambato, ya que en la actualidad la mayoría de las personas utilizan este medio de movilización, lo que hace que se incremente cada vez más la competitividad entre las Compañías o Cooperativas encargadas de suministrar este servicio.

Siendo la Cooperativa de Transporte urbano “Unión Ambateña”, una empresa enfocada netamente al servicio, no podría pasar por alto el tema de la servucción.

Para esta propuesta, es importante que se analice a cabalidad el Modelo de la Servucción, ya que son necesarias tanto la efectividad como la calidad en la prestación de servicios, considerando que este es un proceso creativo que busca la principal meta de una institución que es la satisfacción total de los usuarios.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Modelo de Servucción para que lo puedan aplicar el personal de contacto de la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña” y se logre disminuir la inconformidad de los usuarios de la ciudad de Ambato

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores internos negativos del Servicio provisto por la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña”, para determinar estrategias de solución al problema detectado.
- Estructurar un Modelo de Servucción, en el que estén descritos los pasos a seguir para el aseguramiento de la Calidad en el Servicio al Cliente.
- Establecer un modelo operativo, donde se identifiquen los responsables de llevar adelante actividades de aplicación, supervisión, evaluación para ajustar permanentemente el modelo de servucción a las necesidades de los usuarios.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política

No existe una Política Gubernamental que impida el desarrollo y ejecución del Modelo de Servucción para la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña”; al contrario existen leyes que sancionan el mal servicio a los usuarios, como es la Ley de Protección al Consumidor que será mencionado en el aspecto Legal de ésta propuesta.

El modelo de servucción deberá ser considerado como una Política Interna a cumplir por los personeros de la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña” como una forma de establecimiento de buenas prácticas de servicio para con los clientes internos y externos. El buen servicio retribuye mejores ingresos a cualquier cooperativa generando una satisfacción al usuario.

Socio Cultural

La clave de la atención personal está en la aplicación del Modelo de Servucción en la que los conductores y colaboradores deben demostrar una buena actitud y mejorar el contacto con sus usuarios, a través de la utilización de métodos, estrategias y normas que justamente se verán demostrados dentro del documento por elaborarse.

Si la empresa no tiene una buena estructura organizativa del servicio, lo más probable es, que por muchos esfuerzos y buena voluntad que pongan los empleados, los resultados no sean positivos. Si las personas tienen todos los medios para realizar su trabajo y se encuentran capacitadas sobre cómo mejorar la atención con el usuario, el servicio tendrá calidad.

Tecnológica

Al ser un documento de propuesta de buenas prácticas de servicio no se requiere de tecnología especializada, por tal motivo el desarrollo de la presente propuesta se basa simplemente en un documento escrito, impreso y anillado el mismo que será difundido a los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña” para su conocimiento y aplicación.

Organizacional

La propuesta del Modelo de Servucción no tiene injerencia dentro de la estructura organizativa, tampoco reformula cambios en puestos; simplemente son normas que deben ser aplicadas por todo el personal que tiene contacto con el cliente.

Económica Financiera

El valor económico no es significativo en la implementación y desarrollo del Modelo de Servucción por cuanto los recursos son propios de la cooperativa; sin embargo los resultados esperados con su aplicación se estima que serán satisfactorios tanto para el usuario como para la misma.

Legal

El artículo 75 de la “Ley de defensa del consumidor”, manifiesta respecto a los servicios defectuosos, que:

“Cuando los servicios prestados sean manifestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar”

6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El concepto de Servucción

Según <http://masquecamas.wordpress.com/2008/01/03/el-concepto-de-servuccion/>

El término servucción para los servicios, vendría a ser lo mismo que el de producción a los productos. Es decir:

“...es el proceso por el cual se genera un servicio”.

Lo primero que hay que diferenciar entre estos procesos, es que la producción de un bien siempre se genera en una instancia anterior al consumo del mismo. Se fabrica un auto, un televisor o cualquier otro bien, y luego se lo consume.

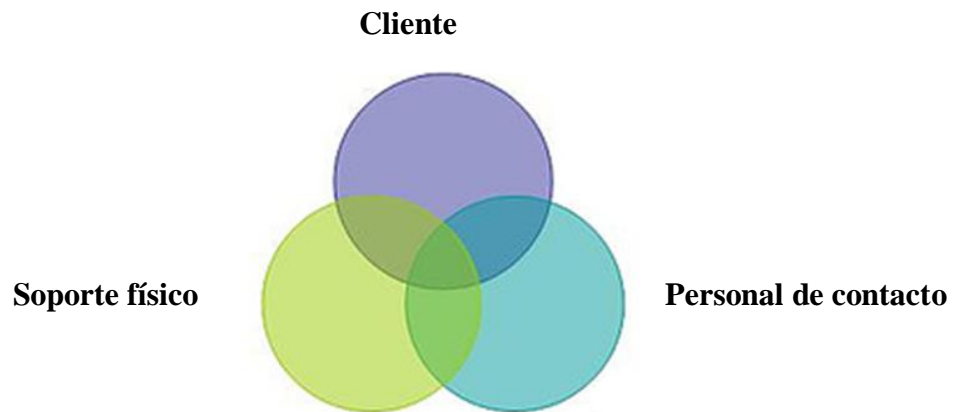
En los servicios, la generación de este (la servucción del mismo) se produce en el mismo momento en que se es consumido, es decir durante el consumo.

Otro concepto que diferencia mucho la generación de un servicio respecto de la generación de un producto es que el cliente participa del proceso de elaboración del servicio. Cuando vamos a un restaurant, elegimos nuestra mesa, seleccionamos el vino, etc. Es decir que el **cliente** es a la vez consumidor y productor del servicio. Lo hace interactuando con la parte visible del prestador de servicio.

Esta parte visible está compuesta por dos elementos:

- El **Soporte físico** (todos los recursos materiales. P ej: en un restaurant, desde la fachada del lugar, hasta las sillas, la vajilla y la vestimenta de los camareros) y el

- **Personal de contacto** (Los recursos humanos. P.ej: amabilidad en el trato, una sonrisa, ser competente, etc.). El siguiente diagrama de Venn nos sirve para modelizar de alguna forma a los elementos y sus influencias mutuas.



Estos tres elementos (Cliente, Soporte físico y Personal de contacto) interactúan entre si generando el servicio. La idea de este concepto es que analizando todas las posibles interacciones que se producen entre estos elementos se pueden optimizar los procesos para lograr mejorar la experiencia del cliente y en consecuencia la satisfacción de sus necesidades.

En este punto hay discrepancias en algo con la visión sistémica y con que todo puede reducirse a un modelo de servucción, ya que hay uno de los elementos (el cliente) al que no se puede controlar, con lo cual cada cliente establecerá distintas relaciones con el soporte físico y el personal de contacto, motivo por el cual no todo quede atado a una serie de reglas y procedimientos a cumplir, sino que se capacite a la gente, al personal de contacto y se le den los grados de libertad necesarios para tomar medidas correctivas en función de los requerimientos especiales de cada cliente.

Luego el concepto se empieza a complicar y comienzan a generarse varias otras relaciones, pero la que más se destaca es la de un segundo cliente que comienza a interactuar con el primer cliente. Relaciones complicadas de este tipo se generan cuando

hay clientes que han pagado distintas tarifas por un mismo servicio, clientes que comparten espacios comunes como saunas o piscinas, clientes que reciben algún servicio adicional o tratos preferenciales respecto de otros. Todos estos casos conviene tenerlos previstos.

Para EIGLIER Pierre y LANGEARD Eric (2009), la servucción, es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación con el cliente-empresa, necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados.

Importancia de la servucción

El sistema de servucción es muy importante analizarlo, ya que al ser el turismo una de las industrias más importantes del mundo, se torna necesaria la efectividad y calidad en cuanto a la prestación de servicios se refiere, tomando en cuenta que la servucción es un proceso creativo de servicio, aplicando este sistema en las líneas de buses, se conseguirá la absoluta satisfacción de los usuarios ya que de esto depende el éxito o fracaso de la Cooperativa de transporte.

Propiedades del Sistema de Servucción

Las propiedades del sistema de servucción, según los mismos autores (EIGLIER y LANGEARD (2009), son las siguientes:

- El sistema está constituido por elementos identificables
- Todos los elementos están unidos entre sí
- El sistema funciona hacia un objetivo, una finalidad
- El sistema cerrado o abierto comporta una frontera identificable
- El sistema cerrado o abierto comporta una frontera identificable

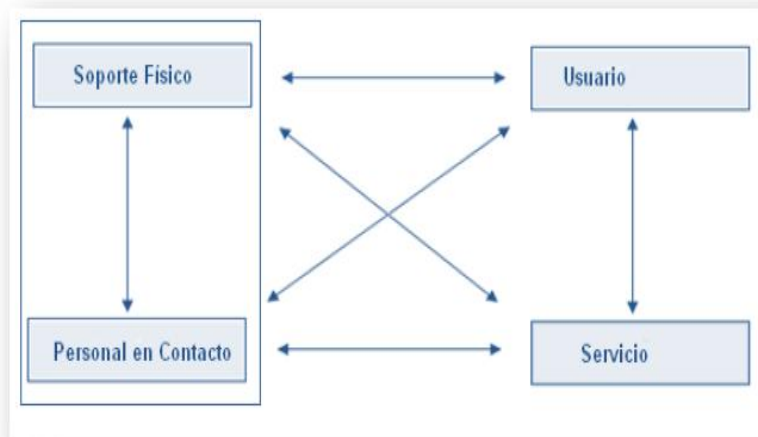
- El sistema funciona teniendo a un estado de equilibrio
- Todo cambio o modificación de un elemento conlleva a un cambio no directo del resultado del sistema.

Este conjunto de propiedades va a constituir las bases que darán lugar al servicio y sus procesos. Si se quiere entender bien la noción de servicio, es ante todo necesario salir del sector comercial de la economía y aplicar el análisis a situaciones de la vida diaria de los individuos, en su círculo familiar o de amistades, un gran número de estas situaciones son de servicio, de forma explícita o implícita.

Elementos

Para comprender con exactitud lo que es el sistema de servucción, a continuación se analizarán sus elementos:

Gráfico No. 37 Elementos del proceso de servucción



Fuente: EIGLIER Y LANGEARD (2009)
Elaborado por: Verónica Acosta

EL CLIENTE/USUARIO

Definición

El cliente es la persona que recibe los productos o servicios resultantes de un proceso, en el intento de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende la sobrevivencia de quien los provee. (ROJAS, Héctor: 2005)

Los usuarios o clientes son la fuente principal de información que permite a los hoteles corregir o mejorar los servicios que entregan, a fin de satisfacer plenamente todas sus necesidades o expectativas. Sin cliente no hay servucción, solo existirían potencialidades de servicios o en el caso de hoteles, solo existiría habitaciones o plazas disponibles.

La motivación principal del cliente para el consumo, es satisfacer una necesidad. Por tanto es imprescindible identificar estas necesidades, las mismas pueden ser:

- Fisiológicas
- Sociales
- De seguridad
- De estima
- De realización
- De estadía

Tipos de clientes

Es de vital importancia conocer los tipos de clientes o al cliente en sí, puesto que es el quien determina cual es el valor añadido o agregado o si no lo hay.

Gráfico No. 38 Clasificación de los tipos de clientes



Fuente: PUJOL, Bruno (2009).
Elaborado por: Verónica Acosta

Cliente externo.

Es el cliente final de la empresa, el que está fuera de ella y el que compra los productos o adquiere los servicios que la empresa genera.

Cliente interno.

Es quien dentro de la empresa, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

Cientes finales

Se trata del cliente más importante, se refiere a las personas que utilizarán el producto o servicio adquirido a la empresa ya que se espera se sientan complacidas o satisfechas.

También se les denomina usuarios o beneficiarios.

Clientes intermedios

Son los distribuidores que hacen que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario

Consideraciones mínimas en un proceso de satisfacción al cliente

- Crear una visión orientada hacia la satisfacción y conservación del cliente: Pensando siempre en el largo plazo.
- Identificación de áreas críticas: Para lograr excelencia en el servicio a los clientes
- Capacitación a todo el personal en la atención al cliente: Principalmente dirigido al personal de línea. Se debe saber qué hacer ante las diferentes situaciones, creando algunos procedimientos que permitan resolver rápidamente algún conflicto y temas básicos, como responder, la forma de comportarse su disposición hacia los clientes, etc.
- Eventos compensatorios de servicios: Enfocada a suplir cualquier impresión negativa del cliente, originada en una falla de servicio que la empresa, de acuerdo a sus expectativas debía prestar. Estos eventos conllevan atribuciones al personal, a fin de que puedan manejarlos adecuadamente y en el momento para así, revertir una posible situación que perjudique a la empresa y también la lealtad del cliente.
- Seducir al cliente: Visitar a los clientes, ejecutivos y personal, invertir en el personal que está en la primera línea de fuego, enseñándolo a escuchar y comunicar, transmitir al personal de la empresa de los clientes, sus necesidades y requerimientos.
- Desarrollo de un sistema: Que permita comunicar a la organización de las necesidades y expectativas que se están descubriendo en los clientes.
- Creación de equipos de trabajo encada área

EL SOPORTE FÍSICO

Según la dirección www.hotelconquistador.com, la calidad del servicio depende en gran medida del soporte físico.

Definición

Se trata del soporte material que es necesario para la producción del servicio, y del que se servirá, o bien el personal de contacto, o bien el cliente, o bien a menudo los dos a la vez. Este soporte físico puede dividirse en dos grandes categorías: los instrumentos necesarios para el servicio y el entorno material en el que se desarrolla el servicio.

- Los instrumentos necesarios para el servicio están constituidos por todos los objetos, muebles o máquinas puestas a disposición del personal en contacto, y/o el cliente. Su utilización por uno u otro permitirá a realización del servicio.
- El entorno está constituido por todo lo que se encuentra alrededor de los instrumentos: se trata de la localización, de los edificios, del decorado y de la disposición en los que se efectúa la servucción.

Funciones del soporte físico

El dilema escaparate-fábrica: el soporte físico de una servucción debe sr, a la vez, un buen elemento de comunicación y una herramienta necesaria de trabajo. Las dos facetas son necesarias y deben coexistir. Es decir se debe facilitar la interacción entre el personal de contacto y el cliente, propiciar las actitudes y comportamientos que condicionen un buen servicio.

- La gestión del espacio: la primera característica del entorno físico de un servicio es el espacio en que van a interactuar el personal de contacto y la clientela. La

falta de espacios físicos disponibles hace que los precios de estos sean cada vez más altos. El personal en contacto desea poder controlar al menos una parte de este espacio físico disponible y no es de su entera satisfacción tener que trabajar en un espacio abierto hacia los clientes es por esta razón que se diseñaron los mostradores, las ventanillas, las zonas prohibidas, las cabinas, que sirven como punto de separación con los clientes.

- La gestión del tiempo: Combinando el espacio y el tiempo se logra una gestión dinámica de la servucción. Sin embargo, pueden aparecer problemas de gestión del tiempo que se reagrupan en tres categorías:

El primero es el problema de determinar, para un servicio dado, el tiempo más apropiado el tiempo mínimo o el tiempo ajustado. El tiempo mínimo, es el que se ha verificado estadísticamente como el suficiente para asegurar correctamente la parte funcional de la prestación, y donde el tiempo relacional está voluntariamente minimizado. Mientras, el tiempo ajustado es el de una prestación que exige disponibilidad y un ritmo lento

En segundo lugar está el interés de precisar si las características del servicio ofrecido hacen trabajar en tiempo estándar o durante un tiempo incierto. Entre los numerosos servicios ofrecidos por una servucción polivalente, siempre se encuentra una mezcla de tiempo mínimo y ajustado, de duración estandarizada y de duración incierta. Para resolver estos problemas de tiempo se necesitan, no sólo soportes físicos diferentes, sino aislados unos de otros.

La última categoría de problemas, involucra a la distinción que hay entre el tiempo individual dedicado al cliente y el tiempo colectivo en el que grupos de clientes están juntos. Los tiempos colectivos son los tiempos de espera, los tiempos pasivos, y si la relación tiempo individual-colectivo se inclina hacia este último, es necesario administrar este equilibrio. Una vez más, los tiempos individuales y los colectivos necesitan soportes físicos adaptados y diferentes.

EL PERSONAL DE CONTACTO

Se trata de la persona o las personas empleadas por la empresa de servicio, y cuyo trabajo requiere el estar en contacto con el cliente: botones en los hoteles, cajeros en el banco, azafatas en los transportes, etc.

Se trata de la atención personalizada al cliente por lo tanto, es un punto de suma importancia en la servucción; el personal encargado debe ser idóneo y estar preparado para satisfacer a cabalidad las necesidades de los consumidores, debido a que siempre va a estar de forma directa con el cliente en un determinado lugar, y será el responsable de su atención.

El personal de contacto debe ser conocedor a plenitud del servicio, conocedor del procedimiento, de la tecnología, ser creativo, paciente, debe estar en relación con el puesto que ocupa, características del servicio que brinda y del cliente que atiende.

Funciones del personal de contacto

Definir al personal de contacto consiste para la empresa de servicio en tomar decisiones referidas a los empleados que estarán en contacto con los clientes, su número, sus perfiles, sus tareas, sus informes, dependerá de lo que la empresa espere de ellos:

¿Qué servicio quiere ofrecer? ¿Según qué proceso quiere fabricarlo?. En otras palabras, es decidir no solo el personal de contacto en sí, sino también las relaciones que van a tener con los demás elementos del sistema.

Se trata de definir el comportamiento que es conveniente que adopte el personal de cara al cliente y el trabajo que deberá cumplir, tanto como la forma de hacerlo, porque éste ejerce una influencia probablemente considerable sobre los sentimientos del cliente.

Por otra parte, las relaciones entre el personal y el soporte físico deben también estar definidas con precisión: utilización del material, movimiento en los locales, etc. Esto es necesario porque el personal puede tener tendencia a arreglar los locales a su gusto, a instalar decoraciones a su conveniencia, sin que sea bueno forzosamente para el servicio, y por tanto para el cliente (PUJOL, Bruno: 2009-153pp).

Mediante los intereses de la empresa, el empleado y el personal en contacto están ahí fundamentalmente por las siguientes razones:

- Servir al cliente y actuar como representante suyo ante la empresa
- Defender los intereses de la empresa que representa ante el cliente, que significa defender los intereses monetarios, es respeto a las normas, cuidado del patrimonio de la institución, velar por la calidad del servicio.
- Venta del servicio.

El personal en contacto debe atender diferentes funciones como:

- Lo visible
- Lo gestual
- Lo verbal

Lo visible. Es ante todo lo que ve el cliente, la limpieza, el orden y el buen estado del soporte físico a disposición del personal; pero también es todo lo que concierne a la apariencia de este mismo personal, ya sea hombre o mujer, lo atractivo o al menos la neutralidad del físico son muy importantes, la limpieza, el pelo, etc.

Otro punto importante a tratar es la indumentaria, ya que en la mayoría de los casos el personal de contacto lleva un uniforme, lo que permite ser reconocido inmediatamente

por el cliente y tener credibilidad como profesional que representa a la empresa. Todos estos elementos visuales revisten una gran importancia para el cliente.

Lo gestual. Es ante todo, el hecho de estar inmediatamente disponible, desde que se presenta el cliente, dejar cualquier otra ocupación, salvo aquella de ocuparse del cliente anterior.

Se cometen muy a menudo errores o faltas de educación por parte del personal de contacto por ejemplo mientras atiende a un cliente, mantiene una conversación con el compañero.

Al prestar un servicio, el personal en contacto debe poseer unos gestos precisos y armoniosos con una leve sonrisa al principio y al final de la interacción, para que el cliente se sienta seguro, motivado de la atención que va a recibir y que sienta la percepción de que es bienvenido y no una molestia.

Lo verbal. Está constituido por las expresiones verbales que utiliza o debe utilizar el personal. Se trata a la vez del fondo y de la forma.

- Para el fondo, son las normas de educación y cortesía, expresiones de bienvenida, concisión y precisión de las frases de naturaleza operacional.
- Para la forma, es la nitidez del timbre, la exactitud y el profesionalismo del tono, respetuoso, sin ser nunca servil.

EL SERVICIO

Concepto

Un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no depende del producto, sino que la opinión de la gente, al recibir un servicio de calidad, porque es el cliente quien trae sus necesidades, y somos nosotros el prestador de un servicio, quienes debemos satisfacerlas eficientemente.

Variables que intervienen en la prestación de un servicio

Algunas de las variables que intervienen en la prestación de servicios pueden ser las siguientes.

Gráfico No. 39 Proposición de éxito en la prestación del servicio



Fuente: GALLEGO, Jesús (2002)
Elaborado por: Verónica Acosta

Propiedades de los servicios

HOROVITZ, J (2007), menciona que cuando se analizan procesos de servicios, encontramos que estos presentan una serie de propiedades, entre las cuales podríamos mencionar:

- Los servicios se prestan por única vez
- Los servicios se producen y consumen de forma simultánea.
- En el proceso de prestación del servicio juega un papel importante el cliente.
- Una vez prestado el servicio, no se puede corregir.
- Para garantizar la calidad en la prestación del servicio, hay que planificar la prestación de este con bastante anterioridad.
- La prestación del servicio es muy personal, es decir, la calidad casi está determinada por un servicio que se presta de manera personal.
- En la prestación del servicio es difícil la estandarización, por lo cual existen muchas posibilidades de cometer errores.
- En esta prestación intervienen una cantidad elevada de procesos.
- La prestación del servicio se caracteriza porque en ella se realizan muchas transacciones.
- Muchas veces la prestación de un servicio (algo intangible) está asociado o interviene con un bien tangible.
- La prestación no adecuada del servicio determina la pérdida inmediata de un cliente.

Variables del servicio

Las variables de un servicio pueden ser las siguientes:

1. Confiabilidad: Es la capacidad de prestar el servicio correctamente con seguridad.
2. Diligencia: o capacidad de respuesta, es la voluntad de ayudar y de prestar el servicio rápidamente
3. Garantía: Seguridad, conocimientos y atención mostrados por los empleados y su habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
4. Empatía: Atención individualizada que ofrece la empresa a sus clientes.

5. Recursos tangibles: es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicaciones.

Estrategias del servicio al cliente

El servicio al cliente es entonces, un conjunto de estrategias que una empresa diseña y pone en práctica para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes. Por lo tanto:

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados
- La lealtad de los empleados impulsa la productividad
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente
- La satisfacción del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevo público.

Diez mandamientos del servicio al cliente

Los proveedores de servicios deberían tomar en cuenta ciertos tipos de servicio al cliente con el fin de satisfacer las necesidades de los mismos, brindándoles un excelente servicio de calidad:

1. El cliente está por encima de todo: Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada
2. No hay imposible cuando se quiere: A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguir lo que él desee.

3. Cumple todo lo que prometas: Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿Qué pasa cuando el cliente se da cuenta?
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera: Cuando el cliente se siente satisfecho, al recibir más de lo esperado. ¿Cómo lograrlo?. Conociendo muy bien a nuestros clientes, enfocándonos en sus necesidades y deseos.
5. Para el cliente, tú marcas la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los clientes, tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.
6. Fallar en un punto, significa fallar en todo: Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero qué pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se vá al piso.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos: Los empleados propios son “el primer cliente” de una empresa, si no se les satisface a ellos, como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
8. El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente: La única verdad es que los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar: Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo: Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátese de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

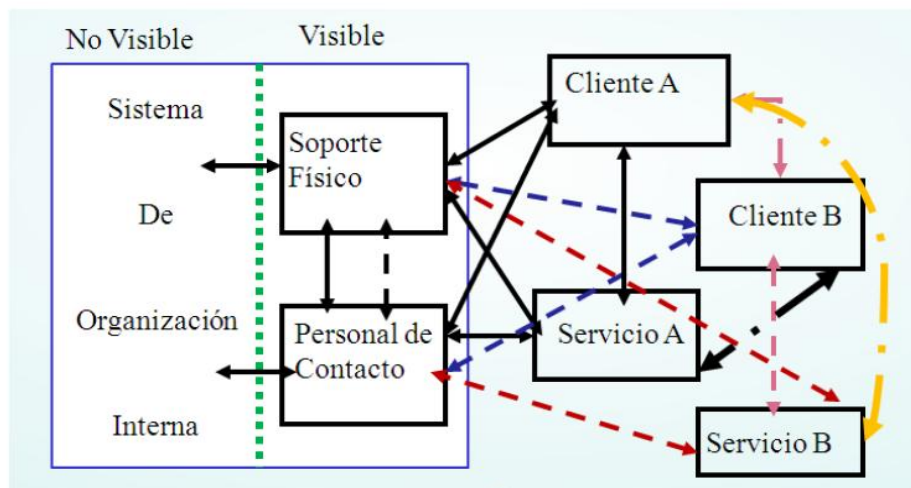
EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN INTERNA

El soporte físico y el personal en contacto, sólo son la parte visible de la empresa de servicio. Estos dos elementos están condicionados por la empresa de servicio, es decir los objetivos que persigue, la estructura que ha adoptado, las operaciones que efectúa, en una palabra, la administración; es la parte no visible para el cliente, que permite que el sistema funcione, es el elemento integrador del sistema.

Este sistema de organización interna esta pues constituido por todas las funciones de la empresa; finanzas, marketing, personal, etc., pero también por algunas funciones específicas, que son necesarias para la realización de la servucción.

Así, el sistema de organización interna se traduce en contar con una determinada estructura organizacional, asignación de funciones y procedimientos definidos, y va a tener influencia directa sobre el soporte físico y sobre el personal en contacto.

Gráfico No. 40 Sistema de organización interna



Fuente: EIGLIER Y LANGEARD (2009)
Elaborado por: Verónica Acosta

ELEMENTOS EXTERNOS DEL PROCESO DE SERVUCIÓN

La competencia

El comportamiento de los competidores, debe evaluarse también para determinar sus fortalezas y debilidades, y poder aprender de las posibles ventajas que tengan en comparación con la propia empresa. Cabe recordar que sin competidores, simplemente no existirían estrategias para la servucción. Es importante este punto, ya que si se está solo en el mercado, no se tendría una referencia directa en cuanto al servicio prestado.

Controlar el entorno es vital para crear diferencias competitivas, normalmente existen dos tipos de competencia:

1. Competencia directa: es aquella que por su proximidad o por los bienes y/o servicios que ofrece o por su dimensión, etc., puede quedarse con nuestra clientela potencial.
2. Competencia indirecta: Es aquella que realizando la misma actividad, no tendrá gran incidencia en nuestra clientela potencial.

Diseño e innovación

La servucción o es más que estructurar la capacidad de producción de un servicio, para lo cual hay que partir de dos premisas:

- Cada servicio que oferta la institución debe tener su propia servucción.
- Cada segmento de mercado necesita su diseño de servucción específico.

Pero también es importante un diseño del servicio que permita contar con la funcionalidad, el ambiente, la logística, etc., que facilite la interrelación entre los clientes en cualquiera de las opciones que cada segmento prefiera.

En el diseño debe existir una total congruencia de las “Cuatro P”, entre producto y servicio y dentro del servicio mismo.

El consumidor es inquieto y le gusta disfrutar de novedades, le atrae un establecimiento moderno, vistoso, llamativo, esto hace referencia a la innovación que también debe existir siempre en la prestación de un servicio

6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO

Historia de la Cooperativa

La Cooperativa de Transporte “Unión Ambateña”, nació gracias a la brillante idea de un grupo de amigos que se reunieron en 1961 en mira de formar un nuevo sistema de transporte urbano. El capital inicial con el que inició sus actividades, fue de 10.000 sucres por socio, destinados a la compra de las unidades.

En agosto de 1962, obtenida la personería jurídica y llenados los formularios legales, la unidad No. 8, un miércoles a las 8h00, empezó el recorrido Miraflores-Ingahurco de forma gratuita, ésta fue una novedad digna de ser felicitada por el Gobernador, Jefe Provincial de Tránsito, la prensa y la ciudadanía, en ésta primera organización, participaron 22 socios, siendo la primera directiva de ésta institución, como sigue:

Presidente: Sr Luís Larrea

Gerente: Sr. Sergio Parreño

Tesorero: Sr Angel Urbina

Secretario/contador: Luís Mera

Los primeros directivos del transporte urbano ambateño constataron que su trabajo sería un éxito y motivados por esa respuesta inauguraron una nueva ruta Ficoa-Terremoto. A partir de esa época y hasta el presente, la cooperativa ha venido sirviendo a la comunidad ambateña y ganando prestigio nacional.

Visión

Ser un referente en el Servicio de transporte de calidad dentro de la Provincia de Tungurahua, y específicamente, para las parroquias urbanas de la ciudad de Ambato, disponiendo para ello de manuales y procedimientos enfocados a la satisfacción del usuario dentro la ciudad como fuera de ella.

Misión

Ofrecer servicios de calidad, utilizando modelos de atención, con un personal, altamente capacitado, manejando una estricta disciplina y puntualidad, así como amabilidad y buen trato en los momentos de verdad, garantizando con ello la satisfacción total de nuestros usuarios del sector urbano de la ciudad de Ambato.

Valores

Puntualidad

Lealtad

Respeto

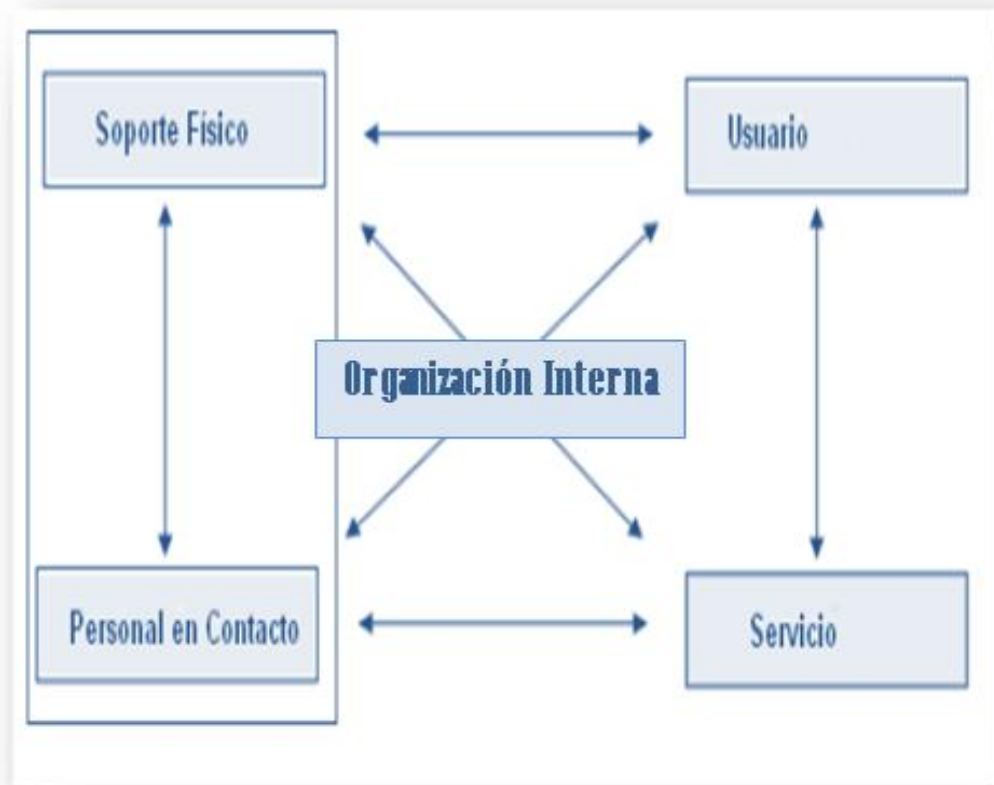
Honradez

Responsabilidad social

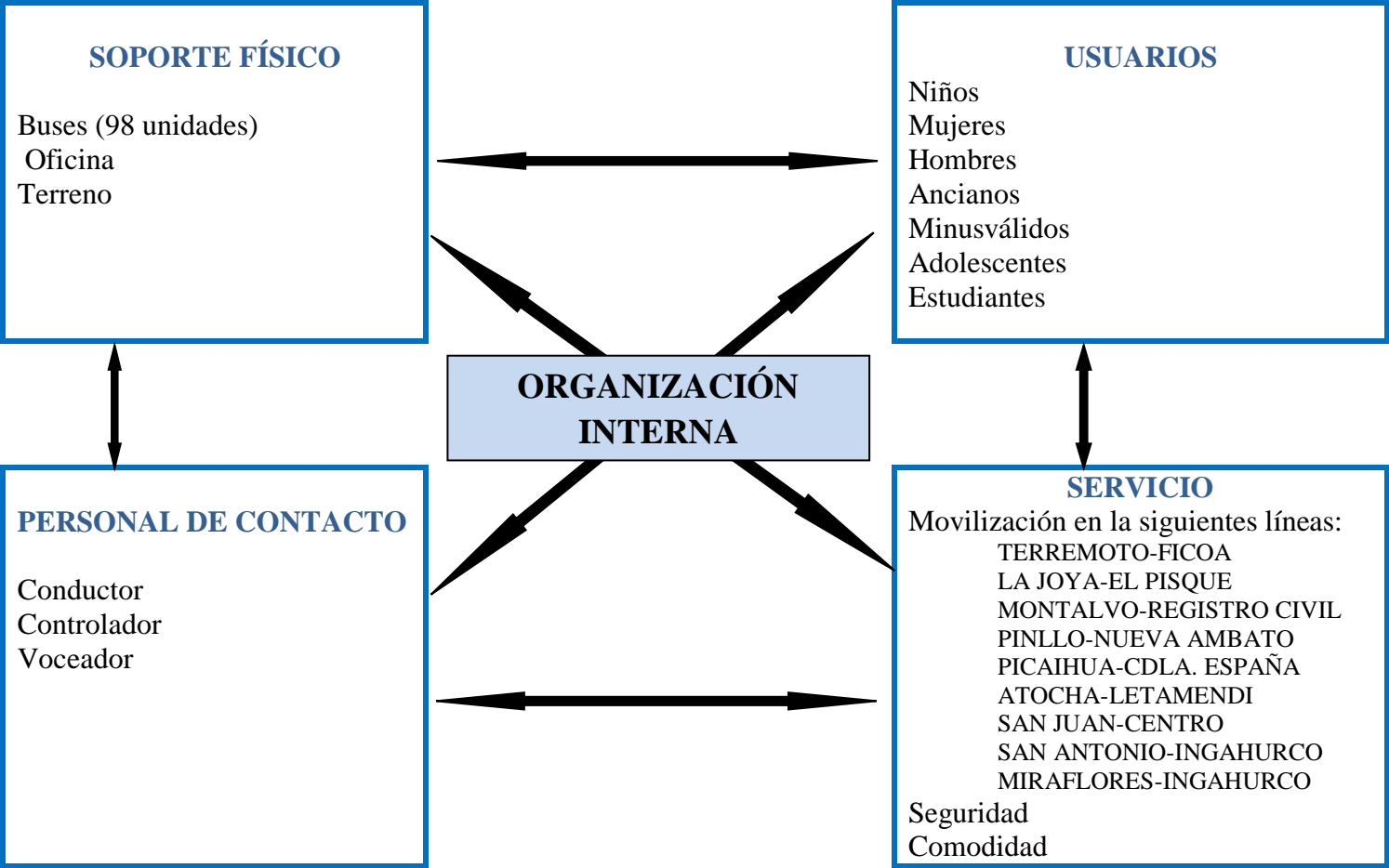
MODELO DE SERVICIO

Los elementos que constituyen un sistema de servicio (tomados de la fundamentación científica), son:

1. El Usuario
2. El Soporte físico
3. El personal de contacto
4. El servicio
5. El sistema de organización interna



Cuadro No. 39 Componentes de cada elemento del servicio



ANÁLISIS FODA DEL SOPORTE FÍSICO



Grafico N° 41 Titulo: Análisis FODA del Soporte físico
Elaborado: Verónica Acosta

Factores internos negativos

- Exceso de letreros dificulta la visión
- Ausencia de micrófono para el conductor
- Los asientos no son ergonómicos
- Irrespeto a asientos reservados.
- Escasa limpieza de las unidades.
- Ubicación estandarizada de la señalética (símbolos-leyenda).

Análisis de los elementos del servicio en la Cooperativa “Unión Ambateña”

Cuadro No. 40 SOPORTE FÍSICO (buses)

LO QUE SE DISPONE	LO QUE NECESITA EL USUARIO	LO QUE NECESITA EL PERSONAL DE CONTACTO	QUE SE NECESITA PARA UN BUEN SERVICIO
Letreros	Pocos letreros con sus rutas legibles, con colores llamativos	CONDUCTOR: Letreros colocados donde no dificulten su visibilidad	Pocos letreros con sus rutas legibles, colores llamativos, colocados donde no dificulten su visibilidad
Pasamanos	Pasamanos seguros y en buenas condiciones	Pasamanos seguros y en buenas condiciones	Pasamanos seguros y en buenas condiciones
Agarraderas	Agarraderas seguras y en buenas condiciones	Agarraderas seguras y en buenas condiciones y cómodas	Agarraderas seguras y en buenas condiciones
Asientos	Asientos limpios, ergonómicos, seguros Asientos reservados para ancianos, minusválidos y embarazadas	CONTROLADOR: Asiento personalizado con dispensador de monedas	Asientos limpios, ergonómicos, seguros y asiento personalizado para el controlador, y asientos reservados para personas especiales
Pasillo	Pasillos limpios, antideslizantes	Pasillos limpios, antideslizantes	Pasillos limpios, antideslizantes
Hall	Hall limpio y antideslizante	Hall limpio y antideslizante	Hall limpio y antideslizante
Basurero	Suficientes basureros	CONDUCTOR: Basurero personal	Suficientes basureros (entrada, salida, sitio del conductor y hall)
Extintor	Disponibilidad del extintor	Ubicación funcional y segura del extintor, cerca del conductor	El extintor deberá tener certificación del Cuerpo de bomberos y estará en buenas condiciones, colocado en un lugar de acceso inmediato
Botiquín	Botiquín completo con todos los implementos y medicamentos necesarios	Botiquín completo con todos los implementos y medicamentos necesarios	Botiquín debe tener una certificación actualizada de la Dirección Provincial de Salud con todos los implementos y medicamentos necesarios
Señalética	Señalética con simbología y leyenda en condiciones legibles	Señalética específica para un servicio diferenciado	Señalética con simbología y leyenda en condiciones legibles, y estandarizada específica para un servicio diferenciado
Sistema de sonido	Volumen moderado y música del gusto general	Volumen moderado y música del gusto general	Volumen moderado y música del gusto general
Ventilación	Ventilación suficiente	Ventilación suficiente	Ventilación suficiente
Caja de moneda fraccionaria con portamonedas	Caja de moneda fraccionaria con suficientes monedas para los vueltos	Caja de moneda fraccionaria con suficientes monedas para los vueltos	Caja de moneda fraccionaria con suficientes monedas para los vueltos
		Micrófono para informar a los usuarios	Micrófono para informar a los usuarios

ESTRATEGIAS DEL SOPORTE FÍSICO EN RELACIÓN A LOS DEMÁS ELEMENTOS

- Colocando *pocos letreros* con sus rutas legibles, *colores llamativos* estandarizados para cada una de las líneas, ubicados donde no dificulten la visibilidad del conductor, para que el usuario disponga de mayor información.
- Manteniendo en buen estado los pasamanos y agarraderas, con comodidad asegurada, para mejorar la seguridad del usuario, evitando que el mismo se golpee o se caiga.
- Manteniendo asientos limpios, ergonómicos y seguros, para asegurar la comodidad del usuario
- Disponiendo de un *asiento personalizado para el controlador*, para facilitar el cobro de los pasajes.
- Respetando e *induciendo el uso de los asientos reservados* para personas en condiciones especiales (ancianos, minusválidos y embarazadas).
- Manteniendo los pasillos y el hall bien limpios para evitar resbalones y caídas de los usuarios y con el uso de un ambientador adecuado.
- *Disponiendo y distribuyendo de mejor manera suficientes basureros* en la entrada, salida, sitio del conductor y hall.
- Ubicando la señalética estandarizada en su *simbología y leyenda distintivos (colores y diseños)* en condiciones legibles, en la parte delantera del vehículo, para educar a los usuarios
- Colocando *música agradable* y con *volumen moderado* de gusto general
- Instalando una caja de moneda fraccionaria con *suficientes monedas para los vueltos*.

- Manteniendo botiquín debe tener una certificación actualizada de la Dirección Provincial de Salud con todos los implementos y medicamentos necesarios
- Instalando un *Micrófono en el sitio del conductor*, para informar la aproximación a cada parada a los usuarios del interior de la unidad y personas que tengan dificultades para tomar los buses de otras líneas.

Cuadro No. 41 Plan de acción del soporte físico

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	COSTO
Colocando pocos letreros con sus rutas legibles	Para que el usuario disponga de mayor información.	Conductor	6 horas	Letreros	20.00
Manteniendo en buen estado los pasamanos y agarraderas	Mejorar la seguridad del usuario	Conductor	6 horas	Material de ajuste	-----
Manteniendo asientos limpios, ergonómicos y seguros	Asegurar la comodidad del usuario	Conductor	2 horas	Útiles de limpieza Detergentes Desinfectantes Aromatizantes	139.25
Disponiendo de un asiento personalizado para el controlador	Facilitar el cobro de los pasajes	Conductor	6 horas	Asiento específico para cobro	100.00
Respetando e induciendo el uso de los asientos reservados	Seguridad para usuarios especiales	Conductor y controlador	Inmediato	Controlador	-----
Manteniendo los pasillos y el hall bien limpios	evitar resbalones y caídas de los usuarios	Conductor y controlador	30 minutos	Material de aseo	5.00
Distribuyendo de mejor manera suficientes basureros	Evitar enfermedades transmisibles, malos olores y mala imagen de la Cooperativa	Controlador Conductor	2 horas	4 Basureros	56.00
Ubicando la señalética estandarizada	educar a los usuarios	Controlador y Conductor	1 hora	Señales y símbolos	20.00
Colocando música agradable	Comodidad de los usuarios	Controlador y conductor	Inmediatamente	Equipamiento de audio	-----
Instalando una caja de moneda fraccionaria	Disponer de suficientes monedas para los vueltos	Controlador y conductor	Inmediatamente	Monedero	-----
Manteniendo botiquín	Brindar servicio de primeros auxilios	Controlador y conductor	30 minutos	Botiquin medicamentos	-----
Instalando un Micrófono en el sitio del conductor	informar la aproximación a cada parada	Técnico de sonido	24 horas	Micrófono Cableado Parlantes Altavoz Pedestal	200.00

ELABORADO POR: Verónica Acosta

ANÁLISIS FODA DEL USUARIO

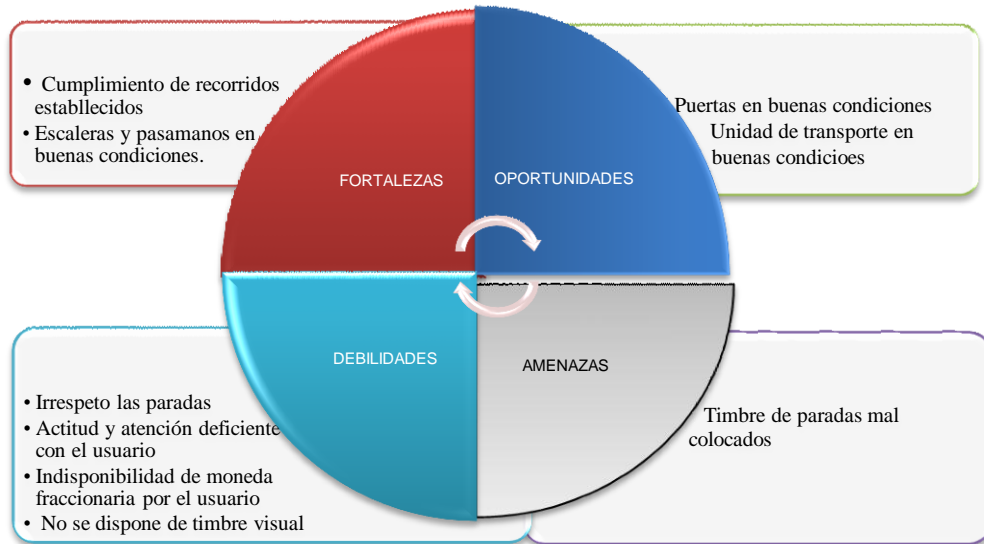


Grafico N° 42 Titulo: Análisis FODA usuario
Elaborado: Verónica Acosta

Factores internos negativos

- Irrespeto las paradas
- Actitud y atención deficiente con el usuario
- Indisponibilidad de moneda fraccionaria por el usuario
- No se dispone de timbre visual

Cuadro No. 42 USUARIO ADULTOS (Hombres y mujeres), NIÑOS (menores y estudiantes uniformados), PERSONAS ESPECIALES (ancianos, minusválidos), EMBARAZADAS

REQUERIMIENTOS	LO QUE NECESITA SOPORTE FÍSICO	EL PERSONAL DE CONTACTO	PARA UN BUEN SERVICIO
Necesidad de movilización	Unidad que le transporte a su destino	El cobro justo de la tarifa establecida	Se cumpla el recorrido a cambio del pasaje establecido, con las consideraciones del caso
Valoración de alternativas de transporte urbano	El bus debe ofrecer un servicio acorde a las necesidades del usuario	Demostrar respeto, buena actitud y atención indistintamente a todos los usuarios	El bus debe ofrecer un servicio acorde a las necesidades del usuario con respeto, buena actitud y atención indistintamente a todos.
Selección de la Cooperativa “Unión Ambateña”	Estandarización de las unidades y los procesos de servicio	Amabilidad, seguridad, cortesía.	Estandarización de las unidades y los procesos de servicio. Amabilidad, seguridad, cortesía
Abordaje	Escaleras no lisas Pasamanos en buenas condiciones	Detenerse en las paradas Ofrecer ayuda para subir	Detenerse en las paradas, ofrecer ayuda para subir, escaleras no lisas, pasamanos en buenas condiciones
Pago de la tarifa	Monedero y caja con sus respectivas divisiones	Disponibilidad de suficientes monedas fraccionarias	Monedero y caja con sus respectivas divisiones, Disponibilidad de suficientes monedas fraccionarias
Necesidades de comodidad	Asientos ergonómicos	Ubicación del pasajero	Asientos ergonómicos
Identificación de destino	Micrófono	Informe de las todas las paradas establecidas	Micrófono. Informe de las todas las paradas establecidas
Solicitud de parada	Dispositivo de alerta de paradas	Funcionalidad del dispositivo	Dispositivo de alerta de paradas en buenas condiciones
Descenso de la unidad	Las puertas deben funcionar correctamente	Ayuda al usuario	Las puertas deben funcionar correctamente

ESTRATEGIAS DEL USUARIO EN RELACIÓN A LOS DEMÁS ELEMENTOS

- Cumpliendo el recorrido y cobro del pasaje justo
Adultos: 0.25 USD
Niños, estudiantes, tercera edad y minusválidos: 0.10 USD
- Ofreciendo al usuario un servicio con respeto, buena actitud y atención esmerada.
- Deteniéndose en las paradas establecidas por la Dirección de Tránsito Transporte y Movilidad y ofrecer ayuda para subir.
- Manteniendo escaleras no lisas y pasamanos en buenas condiciones
- Disponiendo de suficientes monedas fraccionarias
- Implementando dispositivo visual de alerta de paradas en buenas condiciones
- Garantizando que las puertas funcionen correctamente
- Respetando y cuidando la unidad de transporte

Cuadro No. 43 Plan de acción del usuario

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	COSTO
Cumpliendo el recorrido y cobro del pasaje justo	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Conductor controlador	Permanentemente	Monedero Hoja de ruta	-----
Ofreciendo servicio con respeto	Alertar al conductor con suficiente tiempo para que se detenga	Conductor controlador	6 horas	Timbre de alerta visual	10.00
Deteniéndose en las paradas establecidas	Otorgar una imagen diferencial de los conductores de la Cooperativa Unión	Conductor	Permanentemente	Bus, puertas, timbre	-----
Manteniendo escaleras no lisas y pasamanos	evitar resbalones y caídas de los usuarios	Conductor y controlador	30 minutos	Material de aseo	5.00
Disponiendo de suficientes monedas fraccionarias	Facilitar el cobro de pasajes	Controlador	Permanentemente	Monedero	-----
Implementando dispositivo visual	Alertar al conductor con suficiente tiempo para que se detenga	Conductor controlador	6 horas	Timbre de alerta visual	10.00
Garantizando que las puertas funcionen	Seguridad en las paradas	Conductor controlador	Permanentemente	Puertas	-----
Respetando y cuidando la unidad	Mejoramiento del aspecto y seguridad	Conductor controlador	Permanentemente	-----	-----

ELABORADO POR: Verónica Acosta

ANÁLISIS FODA DEL PERSONAL DE CONTACTO



Grafico N° 43 Titulo: Análisis FODA personal de contacto
Elaborado: Verónica Acosta

Factores internos negativos

- Escasa aplicación de conocimientos en la práctica

Cuadro No. 44 PERSONAL DE CONTACTO (Conductor/controlador)

LO QUE SE DISPONE	LO QUE NECESITA EL USUARIO	LO QUE NECESITA EL SOPORTE FÍSICO	QUE SE NECESITA PARA UN BUEN SERVICIO
Mínima preparación académica	Chofer profesional Bien educado (trato) Relaciones humanas	Conocimientos básicos en el mantenimiento del vehículo Rotulación adecuada	Chofer profesional Bien educado (trato) Conocimientos básicos en el mantenimiento del vehículo Conocimiento de las Leyes de tránsito y educación vial
Conocimiento de rutas	Cumplimiento de las rutas establecidas	Tarjeta con su horario de trabajo	Cumplimiento de las rutas establecidas sin desviaciones
Experiencia	Suficiente experiencia	Aplicación de los conocimientos en la práctica	Suficiente experiencia. Aplicación de los conocimientos en la práctica
Presentación personal	Que el conductor y controlador estén limpios y uniformados	Colgadores de ropa	Que el conductor y controlador estén limpios y uniformados. Colgadores de ropa

ESTRATEGIAS DEL PERSONAL DE CONTACTO EN RELACIÓN A LOS DEMÁS ELEMENTOS

- La unidad de transporte *siempre* debe estar conducida por un “Chofer profesional”, para evitar caer en contravenciones, pago de multas y reducción de puntos, o prisión de acuerdo a la Ley Orgánica de Transporte terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV)
- Poniendo en práctica los conocimientos de relaciones humanas impartidos en las capacitaciones dadas por la Cooperativa.
- Manteniendo conocimientos básicos en el mantenimiento del vehículo
- Manteniendo conocimiento de las Leyes de tránsito y educación vial
- Cumpliendo las rutas establecidas sin desviaciones
- Teniendo suficiente experiencia. Aplicando los conocimientos en la práctica
- Exigiendo que el conductor y controlador estén limpios y uniformados.

Cuadro No. 45 Plan de acción del personal de contacto

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	COSTO
Disponibilidad permanente de piloto profesional	evitar caer en contravenciones, pago de multas y reducción de puntos, o prisión	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”	Permanente	Registros Sanciones	-----
Práctica de conocimientos en R. humanas	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”, conductores y controladores	2 días	-----	300.00 (día)
Mantener conocimientos de mantenimiento de vehículo	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Controlador y Conductor	2 horas	Actualización	139.25
Mantener conocimiento de ley de tránsito	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”, conductores y controladores	Permanente	Actualización	-----
Cumpliendo las rutas establecidas	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Controlador y Conductor	Permanente	Hoja de ruta	-----
Teniendo suficiente experiencia	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Controlador y Conductor	Permanente	Currículo	-----
Exigiendo que el conductor y controlador uniformados	Otorgar una imagen diferencial de los conductores de la Cooperativa Unión	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 semanas	4 Camisas 2 Pantalones	120.00 80.00

ELABORADO POR: Verónica Acosta

ANÁLISIS FODA DEL SERVICIO



Grafico N° 44 Titulo: Análisis FODA servicio

Elaborado: Verónica Acosta

Factores internos negativos

- Incumplimiento de rutas.
- No mantener una comunicación directa con el cliente.
- Mala reputación por costos.
- Falta de estrategias.
- Variación en costo de proveedores
- Desconocimiento de necesidades del cliente.

Cuadro No 46 SERVICIO

LO QUE SE REALIZA	LO QUE NECESITA EL USUARIO	LO QUE NECESITA EL PERSONAL DE CONTACTO	LO QUE NECESITA EL SOPORTE FÍSICO
Realizar los recorridos	Que se cumpla la línea o ruta establecida	Respeto a su tiempo de ruta por parte de los demás buseros	Disponer de un Posicionador Geográfico Satelital (GPS)
Recolección de usuarios	Detención completa del bus y se apertura de la puerta delantera	Abordaje ordenado en columna	Escaleras antideslizantes y pasamanos seguros
Saludar atentamente al usuario	Trato adecuado a su estatus	Educación de parte del usuario	
Cobrar la tarifa	Respeto a las tarifas establecidas	Conocimiento básico de matemáticas	Monedero funcional
Cerrar las puertas	Seguridad durante el recorrido	Dispositivo de puertas en buen estado	Dispositivo de puertas en buen estado
Cerciorarse que los usuarios especiales hagan uso de los sitios reservados.	Respeto de la señalética	Respeto por parte del usuario	Disponibilidad de asientos (reservados)
Evitar el ingreso de vendedores informales	Tranquilidad y seguridad durante el viaje	Impedir el acceso de vendedores informales	Señalética legible
Tener control del tiempo	Llegar al destino rápido y seguro	Sincronizar bien el tiempo en su reloj	Reloj digital
Conducir con prudencia	Seguridad	Aplicación de sus conocimientos	Unidad en óptimo estado
Asesorar al turista	Conocimiento geográfico por parte del conductor/controlador	Reconocimiento integral de su recorrido	
Disponer de buzón de quejas y reclamos	Dar a conocer su criterio del servicio	Conocer la opinión del usuario, para mejorar su servicio	Buzón, esferográficos y tarjetas
Detenerse donde solicita el usuario	Cumplimiento de la disposición	El usuario debiera anticipar su parada	Funcionamiento óptimo de dispositivos de detención
Despedir al pasajero	La unidad se detiene completamente	Ser cordial en la despedida	Escaleras antideslizantes y pasamanos seguros

ESTRATEGIAS DEL SERVICIO EN RELACIÓN A LOS DEMÁS ELEMENTOS

- Cumpliendo la línea o ruta establecida con respeto y hacia los demás buseros.
- Disponiendo de un Posicionador Geográfico Satelital (GPS) para eliminar el uso de Relojes Tarjeteros
- Deteniendo el bus completamente y abriendo completamente la puerta delantera
- Abordando ordenadamente la unidad en columnas con la ayuda de los agentes de tránsito.
- Manteniendo en buena condición las escaleras antideslizantes y pasamanos seguros.
- Tratando adecuadamente a los usuarios según su estatus
- Demostrando educación de parte del personal de contacto (momentos de verdad) para evitar roces y contratiempos con el usuario.
- Seleccionando adecuadamente a los controladores, de manera que reúnan los requisitos del perfil requerido.
- Respetando la señalética destinada a los asientos (reservados), para dar privilegios a las personas que tienen discapacidad, ancianos y embarazadas, de modo que se sientan satisfechos con el servicio prestado.
- Garantizando tranquilidad y seguridad durante el viaje impidiendo el acceso de vendedores informales ya que esto provoca intranquilidad e inseguridad.
- Sincronizando bien el tiempo de recorrido en el reloj tarjetero de la cooperativa para evitar aceleraciones que pongan en riesgo la integridad de los usuarios.
- Garantizando un conocimiento geográfico suficiente por parte del conductor/controlador para asesorar debidamente a los usuarios ya que son el eje de nuestro servicio.
- Conociendo la opinión del usuario, por medio del uso de un buzón de quejas y reclamos, las misma que pueden servir para registrarlas y que sean estudiadas como plataforma para mejorar el servicio.

- Anticipando las paradas por parte del usuario, para evitar discusiones con el conductor cuando se detiene lejos de lo solicitado.
- Siendo muy cordial en la despedida ya que juega un rol muy importante dentro de la calificación del servicio, se pueden emplear frases como:

Hasta pronto

Que le vaya bien

Que tenga un buen día

Cuadro No. 47 Plan de acción del servicio

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	COSTO
Cumpliendo la línea o ruta establecida	Capacitar acerca del respeto, buena actitud y atención esmerada hacia el cliente.	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”	2 días	Capacitador Refrigerios Material didáctico	300.00 (día)
Adquirir un Posicionador Geográfico Satelital (GPS).	Localización u cumplimiento de rutas; ajuste de horarios	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 meses	Dispositivo GPS Servicio Mantenimiento	540.00 288.00 60.00
Deteniendo el bus completamente	Facilitar la tarea de cobro de pasajes	Conductor	6 horas	Asiento específico para cobro	100.00
Abordando ordenadamente la unidad	Alertar al conductor con suficiente tiempo para que se detenga	Conductor	6 horas	Timbre de alerta visual	10.00
Manteniendo en buena condición las escaleras	Mantener la limpieza dentro de la unidad	Conductor	2 horas	4 Basureros	56.00
Tratando adecuadamente a los usuarios	Informar acerca de la ruta asignada a los usuarios potenciales y sobre las paradas a los pasajeros.	Conductor	24 horas	Micrófono Cableado Parlantes Altavoz Pedestal	200.00
Demostrando educación de parte del personal de contacto	para evitar roces y contratiempos con el usuario	Conductor y controlador	1 hora	Señales y símbolos	20.00
Seleccionando adecuadamente a los controladores	reñan los requisitos del perfil requerido.				
Respetando la señalética.	dar privilegios a las personas que tienen discapacidad, ancianos y embarazadas	Controlador Conductor	5-10 min	Letreros	Estándar: 12.00 Adhesivos: 1.00
Mantener en buen estado higiénico las unidades.	Evitar enfermedades transmisibles, malos olores y mala imagen de la Cooperativa	Controlador y Conductor	2 horas	Útiles de limpieza Detergentes Desinfectantes Aromatizantes	139.25
Garantizando tranquilidad y seguridad durante el viaje	Limitar el acceso a vendedores y delincuentes	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 semana	4 Camisas 2 Pantalones	120.00 80.00
Sincronizando bien el tiempo de recorrido	Monitorear permanentemente la satisfacción del cliente	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 días	reloj tarjetero de la cooperativa	10.00 3.00 3.60
Garantizando un conocimiento geográfico suficiente	asesorar debidamente a los usuarios				
Conociendo la opinión del usuario				buzón de quejas y reclamos	
Anticipando las paradas por parte del usuario	evitar discusiones con el conductor cuando se detiene lejos de lo solicitado				
Siendo muy cordial en la despedida	Garantizar la preferencia del cliente				

ELABORADO POR: Verónica Acosta

DIRECTRICES PARA LA EJECUCIÓN DE LA SERVICCIÓN

1. **EL USUARIO.** El usuario de la Cooperativa de transporte urbano “Unión Ambateña”, tiene deseos y aspiraciones que deberían ser satisfechos considerando la siguiente evolución del servicio:

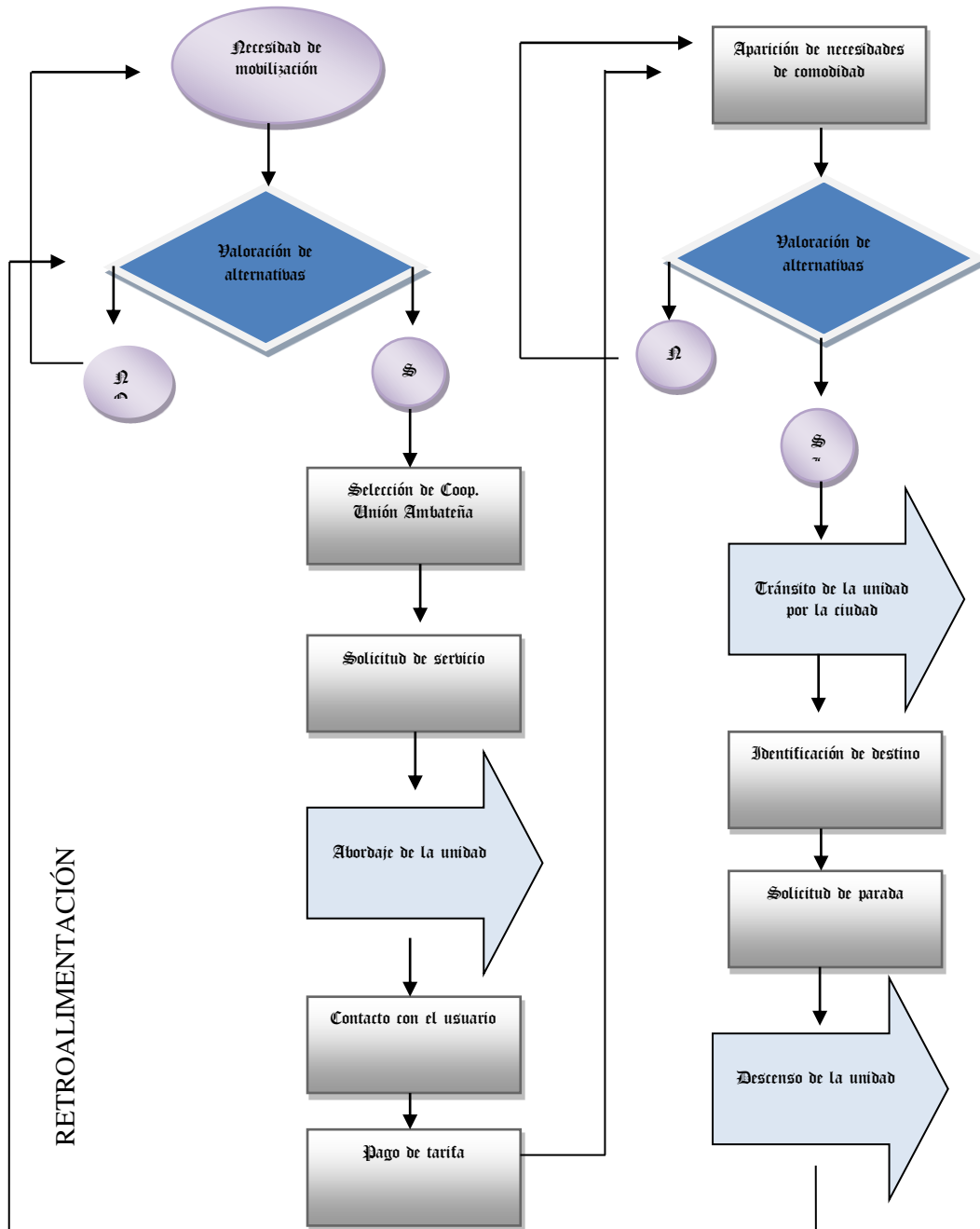


Gráfico No. 45 Flujograma de la evolución de necesidades del usuario

Elaborado por: Verónica Acosta

Explicación del diagrama de flujo

1. Necesidad de movilización

Entre las actividades diarias de las personas aparecen necesidades que no pueden satisfacerse independientemente, una de ellas es el servicio de transporte, que se produce al no disponer de un medio propio en el momento.

2. Valoración de alternativas de transporte urbano

Se consideran entre las distintas cooperativas de transporte urbano y taxis, aquellas que le acerque al usuario a su lugar de destino.

El usuario considera, para esa selección, la alternativa más eficiente en las características de velocidad y proximidad.

3. Selección de la Cooperativa “Unión Ambateña”

El usuario selecciona la Cooperativa “Unión Ambateña” debido a sus características de buen servicio y tradición en la ciudad.

4. Solicitud del servicio

El usuario se dirige a la “parada de buses” fijada por el Ilustre Municipio de Ambato a través de la Unidad Municipal de Tránsito.

Una vez en la “Parada de Buses” se divisa la unidad de transporte de la Cooperativa “Unión Ambateña”.

Antes de solicitar la detención del bus, el usuario deberá disponer del dinero necesario para pagar el pasaje correspondiente.

Se extiende el brazo derecho en señal de necesitar que el bus se detenga.

5. Abordaje

Una vez detenido el bus se accede a subir al mismo.

Para el asenso se prefiere que sea por la puerta delantera.



6. Contacto conductor/controlador-usuario (momento de la verdad)

El usuario, espera que conductor o controlador, le solicite el pasaje (tarifa establecida según su condición), de una manera amable, con actitud positiva.

7. Pago de la tarifa

El usuario entrega el valor de su pasaje también cordialmente.

Espera que verifique al valor de la moneda entregada

Si es necesario espera la devolución del excedente (vuelto/cambio)



8. Aparición de necesidades de comodidad

El usuario analiza el interior del bus, en búsqueda de asientos disponibles.

Localiza un asiento y toma ubicación en él.

En el caso de no existir asientos disponibles, se ubica en el lugar más amplio del hall. (Para ello solicitará la ayuda del controlador)

El usuario no debe sacar las manos o cabeza por las ventanas, tampoco arrojar basura en el interior de la misma.

9. Identificación de destino

El usuario, por iniciativa propia o por información realizada por el conductor/controlador, identifica el lugar donde debe llegar (una parada establecida por la UMT). La identificación del destino se realizará de manera visual o auditiva.

10. Solicitud de parada

El usuario debe acercarse a la puerta de salida.

Se presionará el botón del timbre para advertir al conductor del arribo a su destino.

11. Descenso de la unidad

Se debe realizar de preferencia por la puerta posterior de la unidad, como está indicado en la señalización en el interior del bus (SALIDA)



Esperar que se detenga la unidad totalmente

Esperar lejos de la puerta de salida, que ésta se abra, ya que las puertas se abren hacia adentro.

Descender de la unidad



12. Evaluación del proceso (retroalimentación)

El usuario considera todas las características manifestadas durante la prestación del servicio.

Emite juicios de valor.

Derechos y obligaciones de los pasajeros

Según el Art.202 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV), los usuarios tienen los siguientes derechos y obligaciones:

- a. Abstenerse de utilizar el servicio de transporte público, cuando su conductor se encuentre con signos de ebriedad, influencia de estupefacientes o psicotrópicos.
- b. Abstenerse de ejecutar a bordo de la unidad actos que atenten contra la tranquilidad, comodidad o seguridad o integridad de los usuarios, o que convenga disposiciones legales o reglamentarias.
- c. Exigir la utilización de las paradas autorizadas para el embarque y desembarque de pasajeros, y solicitarla con la anticipación debida.
- d. Abstenerse de ejecutar o hacer ejecutar actos contra el buen estado de las unidades, transporte y mobiliario público.
- e. En el transporte público urbano, ceder el asiento a las personas con capacidades especiales, movilidad reducida y grupos vulnerables.
- f. No fumar en las unidades de transporte público.
- g. No arrojar desechos que contaminen el ambiente, desde el interior del vehículo.

2. EL SOPORTE FÍSICO (BUS)



La revisión previa, mínima de la situación del vehículo debería contemplar estos requisitos mínimos:

- El aspecto de los buses, así como el aseo y la integridad de los asientos, paredes, cristales, latas, tubos, remaches, etc, se encuentran en óptimas condiciones y no han de afectar mínimamente a los usuarios.
- Verificar que la unidad tenga todos sus componentes físicos, estructurales, eléctricos y ergonómicos en perfecto estado.
- Verificar que la señalética que se emplea en los buses sea legible, esté ubicada convenientemente y esté en buenas condiciones.

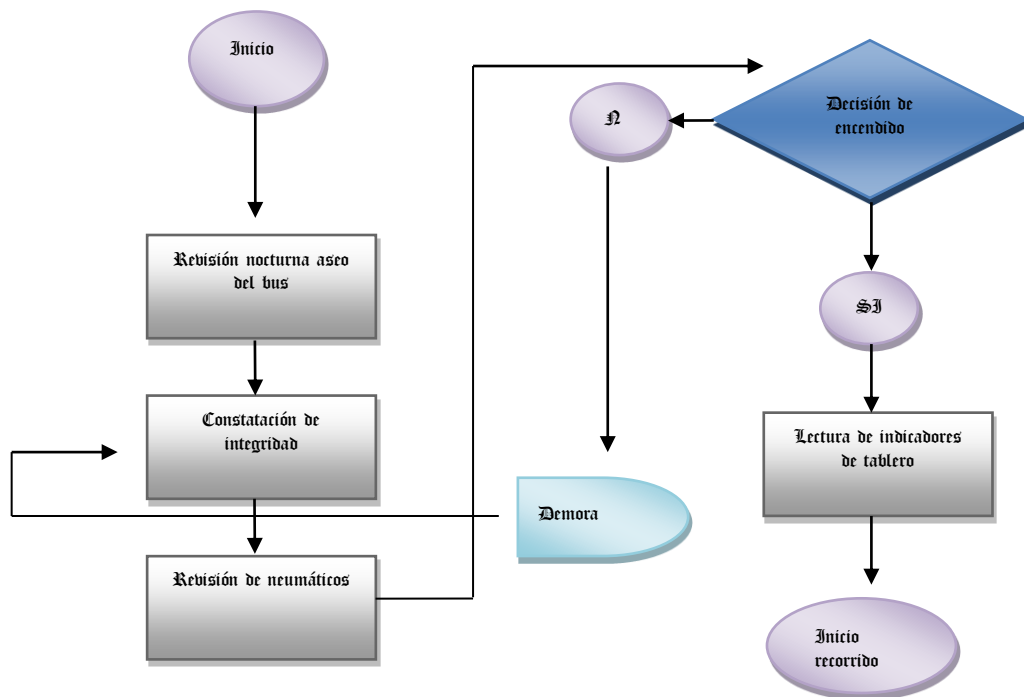


Gráfico No. 46 Flujograma de la optimización del soporte físico (bus)
Elaborado por: Verónica Acosta

Explicación del diagrama de flujo

1. Revisión nocturna del aseo total del bus

Barrer íntegramente el interior del bus y colocar en un recipiente adecuado los desperdicios para que sean depositados finalmente en un eco-tacho público.

Trapear con abundante agua, detergente y desinfectante.

Limpiar con un paño húmedo en la solución desinfectante todos los lugares en los que tendrá contacto tanto el usuario como las personas del servicio.

2. Constatación de la integridad física de todo el bus

Revisar la condición de los pasamanos, asientos, paredes, ventanas y techo en búsqueda de defectos físicos que pongan en riesgo la integridad de los usuarios.

Corregir los defectos físicos con los materiales adecuados y una caja de herramientas.

En el caso de no disponer del conocimiento necesario para solucionar la falencia

detectada, el conductor deberá asistir a un centro especializado (vulcanizadora, mecánica, electromecánica, taller de enderezada y pintura o ventanería).

Verificar que todos los componentes de seguridad estén en buen estado (extintor de incendios, neumáticos de emergencia, disponibilidad de conos u otras señales de seguridad, caja de herramientas completas, etc)

3. Revisión de neumáticos

Hacer una observación general del estado de los 6 neumáticos.

Detectar si existe deterioro en alguno de ellos (llantas lisas), pinchazos, aros averiados u otro defecto.

Realizar el mantenimiento respectivo si está al alcance del conductor.

En caso contrario solicitar ayuda especializada.

4. Encendido del auto-bus

Antes de encender el bus se debe constatar que tenga suficiente, agua, combustible, aceite, líquidos lubricantes, etc.

Las llaves deben estar íntegras para evitar fracturas y problemas posteriores.

Encender el bus según las condiciones técnicas.

5. Lectura de indicadores de todo el tablero



Observar detenidamente el tablero, en búsqueda de alguna señal de alerta.

De identificarse defectos leves corregir inmediatamente.

En casos mayores, solicitar ayuda especializada.

3. EL PERSONAL DE CONTACTO (Conductor/controlador)

Perfil del conductor

- Tener certificado de estudios mínimos (hasta el nivel de bachillerato)
- Tener conocimientos básicos sobre mecánica automotriz.
- Responsabilidad de seguir las indicaciones establecidas en normas, leyes y reglamentos de seguridad.
- Experiencia mínima de un año en puesto similar.
- Tener licencia de chofer profesional tipo "E" otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito.

Presentación personal

Tanto el conductor como su ayudante, deberán estar bien aseados y limpios.

En ninguno de los casos podrán emanar olores desagradables para los usuarios

Deben estar correctamente peinados

El uniforme distintivo de la cooperativa deberá utilizarse todos los días de manera alternativa (camisa rosada o blanca y pantalón negro de casimir en todos los casos)

Los zapatos formales, deben estar perfectamente limpios y brillantes



Conocimientos necesarios

Ley de tránsito

Educación vial

Relaciones humanas

Atención al cliente

Mecánica básica

Estos conocimientos deben estar actualizados y ser conformes con las disposiciones legales vigentes.

Funciones Operativas

Recoger a los usuarios en cada una de las paradas establecidas

Dejar al usuario en el lugar que solicite y de acuerdo a las paradas señalizadas.

Respetar las leyes de tránsito y las señales manuales del agente de tránsito (policía).

Cumplir con los tiempos establecidos para cada ruta y de acuerdo a su tarjeta.

Velar por el buen estado de la unidad de transporte.

Velar por la seguridad y comodidad de los usuarios.

Conducir por las rutas establecidas sin desviarse de ellas.

Disponer de moneda fraccionaria para el cobro de los pasajes

Informar a los pasajeros sobre el arribo a cada parada

Relaciones humanas

Manejo responsable y abnegado.

Evitar el uso del celular mientras conduce.

No conducir en estado de embriaguez.

Mostrar cordialidad y amabilidad con todos los usuarios, independientemente de su condición, social, religiosa, edad, género, condición física, estado de salud, etc.

Frecuentar el uso de los siguientes términos:

¡Buenos días!

¡Muchas gracias!

¡Que le vaya bien!

¡Por favor!

¡Tenga la bondad!

¡Bonito día!

Tener una actitud positiva hacia la vida

Sintonizar la música adecuada

Contagiar alegría y entusiasmo para generar empatía.

Ser honestos y actuar con justicia en la entrega del cambio (vuelto)



Procurar la comodidad de los usuarios tanto de pie como sentados, sin exceder la capacidad de la unidad de transporte.

Despedir con cortesía a cada usuario.

Perfil del controlador

- Tener certificado de estudios de Educación Básica
- Tener conocimientos mínimos sobre mecánica automotriz.
- Ser mayor de edad.
- Experiencia mínima de un año en puesto similar.
- Ser respetuoso.
- Disposición inmediata para el trabajo

Deberes del conductor

Según el departamento de Educación Vial de la Policía Nacional:

- a. En todo momento, los conductores de vehículos, son responsables absolutos de la conducción de los mismos.
- b. Todo vehículo debe ser guiado por el costado derecho en la dirección que lleve,

- c. Debe conducir y maniobrar su vehículo con las dos manos.
- d. Respetar las zonas de seguridad peatonal, teniendo preferencia los mismos sobre los vehículos.
- e. Utilizar siempre el cinturón de seguridad.
- f. Realizar el mantenimiento periódico de su vehículo.
- g. Para conducir un vehículo deberá portar su licencia y la matrícula respectiva, teniendo la obligación de presentarla a los agentes de tránsito (policías) las veces que sea requerido.

Aptitudes del conductor

Aptitudes físicas:

Son las que hacen del conductor un ente positivo y eficaz en la conducción de un vehículo. Además de poseer un buen estado de salud, además debe tener en estado normal los sentidos de la vista y el oído, ya que los mismos juegan un papel preponderante en la conducción de automotores.

Los factores que influyen negativamente en las aptitudes psicofísicas del conductor son:

La fatiga y la disminución de la vigilancia

El sueño (la somnolencia)

Deficiencias de la vista

La visión nocturna

Deficiencias del oído

El alcohol

Estupefacientes, psicotrópicos, estimulantes.

Aptitudes psicológicas

Son aquellas que respaldan con eficiencia la conducción de un vehículo, entre las cuales tenemos:

- Rapidez de reacción: Se determina al intervalo entre un estímulo sensorial y la correspondiente sensación voluntaria, que pueden ser más o menos automáticos. La rapidez, la agilidad de reflejo en la persona, ha prevenido accidentes a diferencia de aquellos que no tienen reacción tardía.
- Coordinación moto-sensorial: Es la armonización de los movimientos mediante órdenes del cerebro combinados con la acción muscular, es la base de lo que ordinariamente llamamos disposición, destreza, habilidad manual en la conducción.
- La atención: Es muy importante la atención que ponga el conductor al conducir un vehículo, ésta puede ser de dos formas: Concentrada y distribuida. La atención concentrada, se define como la dirección mental determinada hacia un objetivo, hecho o acción. No es aconsejable para la circulación vehicular, ya que el conductor se concentra en determinado aspecto y descuida la atención en lo demás. La atención distribuida, es la que se aconseja en la conducción de vehículos, especialmente en la circulación urbana, ya que el conductor debe fijar su atención en varios aspectos al mismo tiempo.

En referencia a las contravenciones, las mismas y su contexto se han citado convenientemente en el anexo No. 5

4. EL SERVICIO

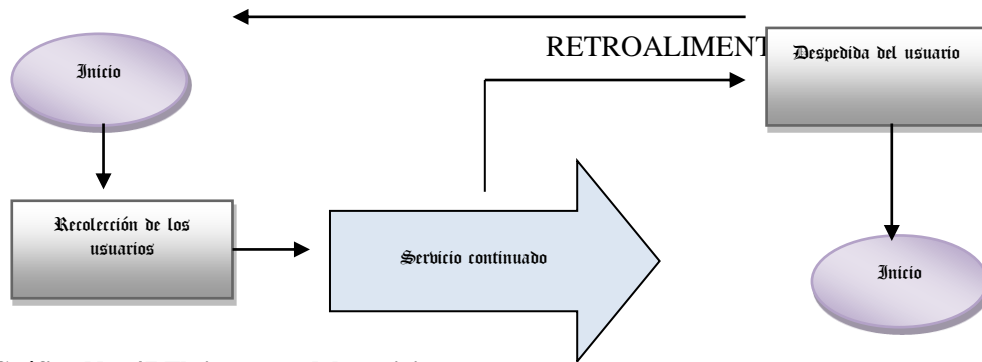


Gráfico No. 47 Flujograma del servicio
Elaborado por: Verónica Acosta

1. Recolección de usuarios



En la recolección de pasajeros el Conductor/controlador debe:

- Realizar los recorridos, de acuerdo a las asignaciones realizadas por la Cooperativa, asistiendo puntual a servir a sus usuarios.
- Recibir a los usuarios aplicando las instrucciones contempladas en el protocolo de actuación, en relación a la atención al pasajero considerando:
 - Apariencia personal (cabello, estado físico general, aseo)

- Vestimenta (uso del uniforme distintivo: camisa y corbata)
- Instrucciones o recomendaciones sobre el viaje, realizar para garantizar el bienestar y seguridad de los pasajeros y el cumplimiento de la ruta establecida.

2. Atención continuada



Durante la prestación del servicio, el conductor/controlador debe:

- Una vez que han abordado todos los pasajeros, se deben cerrar todas las puertas convenientemente.
- La tarifa especial para niños, estudiantes, ancianos y discapacitados debe respetarse a costa de toda presión social, familiar o económica.
- Prestar el servicio en los términos y condiciones mencionados en el “Modelo de servucción”, salvo por motivos de fuerza mayor, en cuyo caso deberá aplicar las instrucciones contempladas en el protocolo de actuación ante imprevistos (devolución de pasajes, cobertura del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito: SOAT, etc.)

- Verificar la seguridad y comodidad de los usuarios antes de iniciar cualquier deslizamiento del bus. Los niños, minusválidos, ancianos y embarazadas, son personas que necesitan un cuidado y trato especial, el conductor debe esperar que éstos usuarios esten comodamente ubicados para iniciar su recorrido.
- Mantener contacto visual y/o auditivo con las personas, con el fin de no perder el control del grupo.
- No se debe, autorizar el ingreso de ningún comerciante, para evitar que ponga en riesgo la seguridad de los usuarios.
- Controlar el tiempo permanentemente, para evitar aceleraciones y frenadas bruscas que afecten la estabilidad de las personas dentro del bus.
- Cumplir con las normas de seguridad establecidas por la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.
- Asistir y acompañar a los turistas, proporcionándoles la información, las instrucciones y las recomendaciones que requieran durante la prestación del servicio. La información proporcionada debe ser veraz y estar actualizada.
- No exceder los límites permitidos de capacidad de usuarios y velocidad en las vías.
- Asistir a los usuarios ante cualquier imprevisto, situación de conflicto, queja o incidencia que pudiera surgir durante la prestación del servicio y aplicar soluciones.

- Respetar a los usuarios y promover la conservación y el cuidado de la unidad de transporte evitando su deterioro.
- Disponer de medios que faciliten la comunicación con los usuarios que solicitan detenerse, o necesitan ayuda por cualquier situación.
- Disponer de un registro de las quejas o incidencias detectadas durante la prestación del servicio (buzón de quejas y reclamos).

3. Despedida



Durante la despedida, conductor/controlador debe:

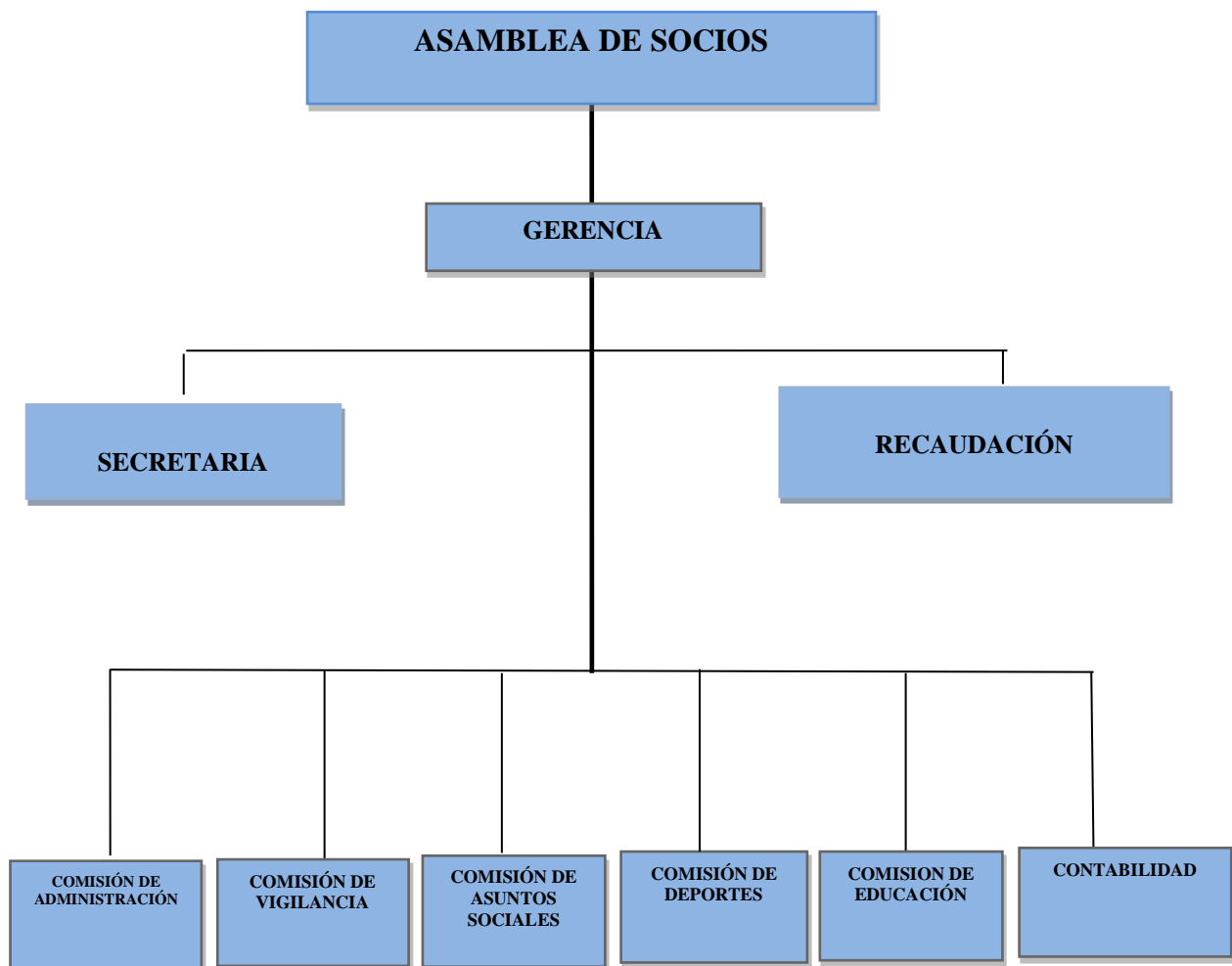
- Asegurarse de que los usuarios retiran todas sus pertenencias, al terminar cada ruta.
 - Aplicar el protocolo de actuación sobre la atención al usuario:
 - Detenerse donde el pasajero demanda en conformidad con lo dispuesto en las leyes y disposiciones de ordenamiento de la ciudad de Ambato.
 - Despedir al pasajero amablemente.
 - Revisar el estado final del equipo utilizado, cuando sea necesario, realizar una limpieza a fondo, e intentar devolver los objetos extraviados a sus legítimos dueños.
- Para aplicar esta devolución se deberá seguir el siguiente procedimiento:

1. Al terminar la ruta, se realizará la limpieza respectiva de toda unidad.
2. En esta actividad de podrán detectar objetos extraviados.
3. Se remitirán tales objetos a las oficinas de la Cooperativa de transporte “Unión Ambateña”
4. La cooperativa clasificará los objetos recibidos de los conductores y los registrará convenientemente.
5. Se publicarán los registros de objetos extraviados en las mismas unidades.
6. Se procederá a comprobar la legítima propiedad de los objetos.
7. Se devolverán tales objetos, para mejorar el servicio y elevar el prestigio de la institución.

8. EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN INTERNA

Estructura Organizacional de la Cooperativa de Transporte Urbano “Unión Ambateña”

El siguiente organigrama relaciona las funciones actuales de la Cooperativa de Transporte urbano “Unión Ambateña” con un organigrama vertical, que corresponde a una administración de situación piramidal.



Cuadro de referencia

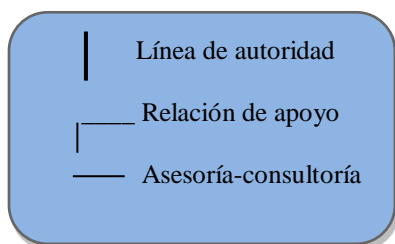
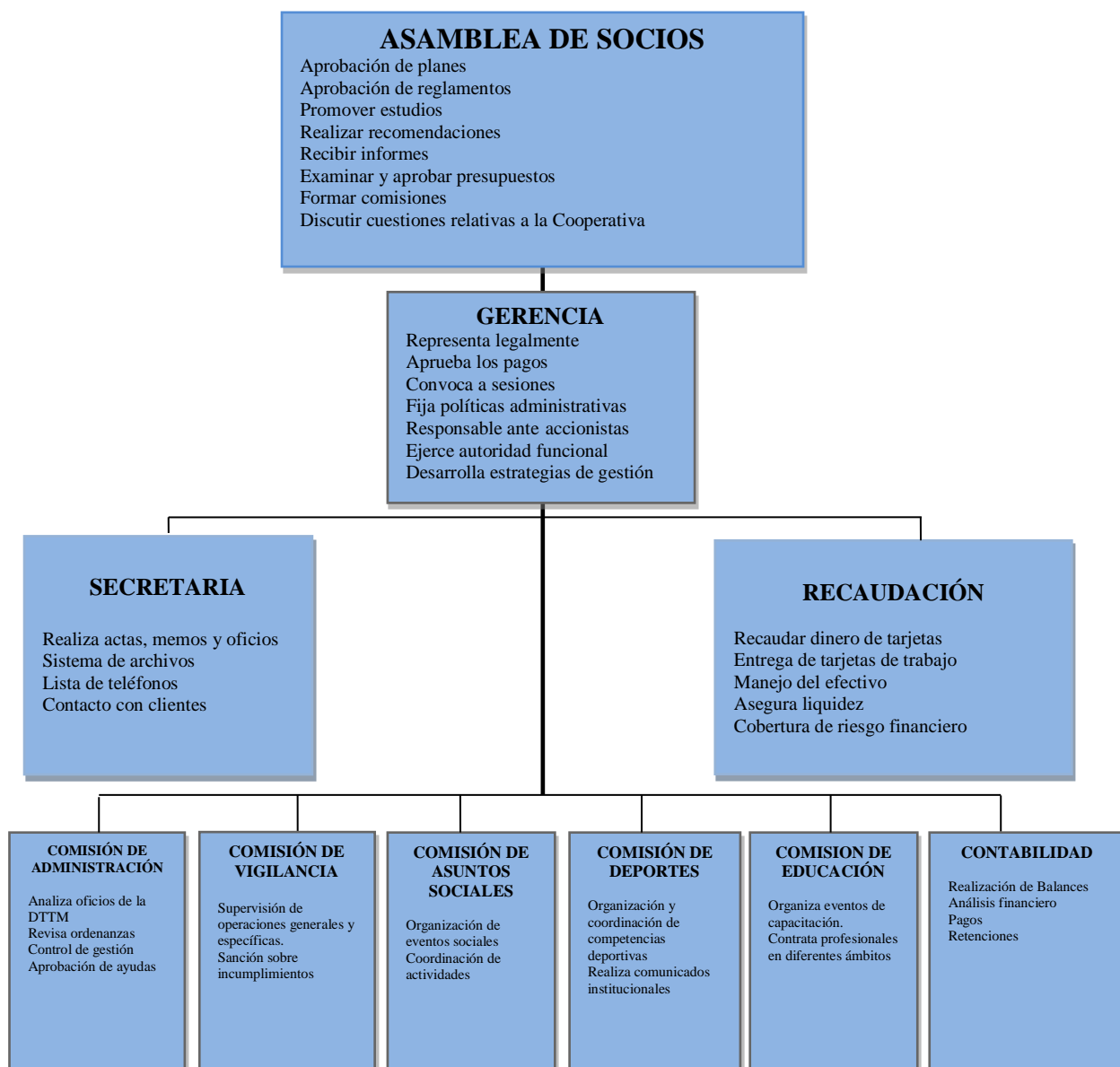


Gráfico N° 48 Organigrama estructural
Elaborado por: Verónica Acosta.



Cuadro de referencia

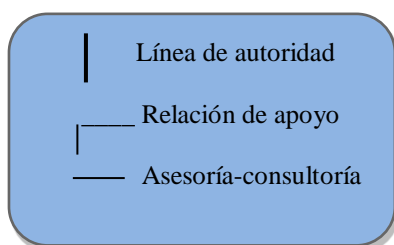
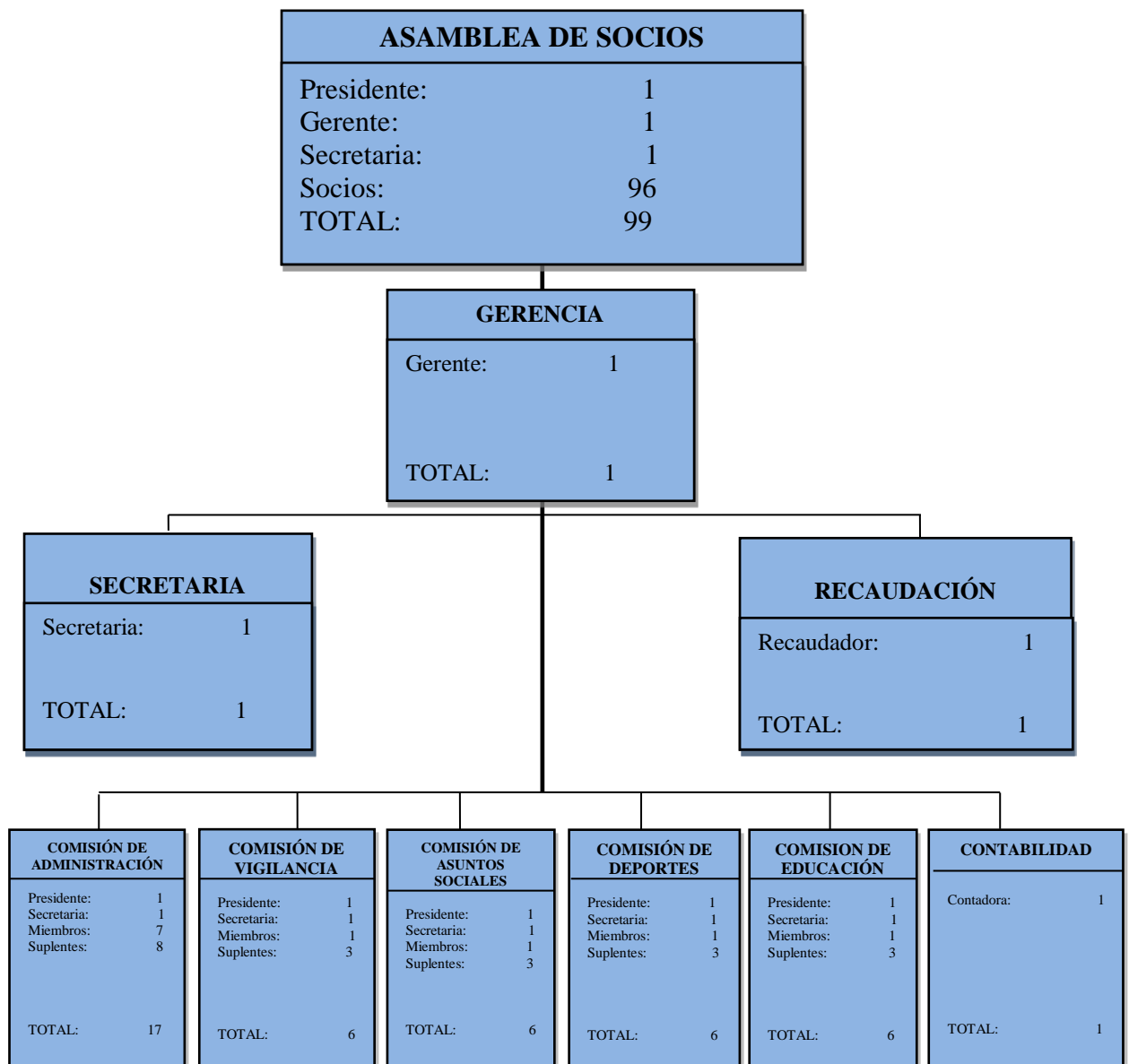


Gráfico N° 49 Organigrama funcional
 Elaborado por: Verónica Acosta.



Cuadro de referencia

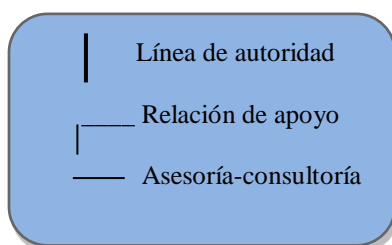


Gráfico N° 50 Organigrama posicional
 Elaborado por: Verónica Acosta.

Objetivos de la Cooperativa de transporte Urbano “Unión Ambateña”

La Cooperativa “Unión Ambateña” tiene por objeto lograr la unidad entre sus asociados y persigue los siguientes objetivos:

- Procurar el mejoramiento social, cultural y económico de sus miembros asociados mediante la educación cooperativa y capacitación permanente.
- Prestar el servicio de transporte público de pasajeros, en las mejores condiciones, precio y calidad, a la comunidad ambateña.
- Gestionar con instituciones nacionales e internacionales para invertir las en actividades de interés colectivo, y para otorgarle facilidades económicas a sus asociados a través de financiamiento para obtener unidades vehiculares y acondicionar las existentes, así como para otros fines relacionados con el Transporte.

Cuadro No. 48 Parámetros de evaluación de la calidad de un servicio (usuarios)

VALORACIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
PARÁMETROS					
CONFIABILIDAD					
Información para el usuario					
Uso de un ambientador adecuado.					
Se informa la aproximación a cada parada					
Cumple el recorrido y cobro del pasaje justo					
Dispone de un método para alertar paradas					
El bus es conducido por un “Chofer profesional”					
Conocimiento geográfico del conductor/controlador					
RESPONSABILIDAD					
Se respeta e induce el uso de los asientos reservados para personas especiales					
Existen suficientes basureros					
Se dispone de suficientes monedas para los vueltos					
Se demuestra respeto de y hacia los demás buseros					
Se selecciona adecuadamente a los controladores					
Se conoce y respeta la opinión del usuario					
SEGURIDAD					
Se mantienen pisos y apoyos antideslizantes					
Se esmera en educar a los usuarios					
Se detiene en las paradas establecidas					
El personal ofrece ayuda para el abordaje					
El conductor tiene conocimientos básicos en el mantenimiento del vehículo					
Se aborda ordenadamente y en columnas el bus					
Se impide el acceso de vendedores informales					
Se sincroniza bien el tiempo de recorrido					
EMPATÍA					
Existe facilidad para cobrar pasajes					
Se coloca música agradable y con volumen moderado					
Se demuestra respeto, buena actitud y atención esmerada.					
Se practican relaciones humanas					
El conductor y controlador están limpios y uniformados					
Se trata adecuadamente a los usuarios según su estatus					
Se evitan roses y contratiempos con el personal de contacto					
Se despide cordialmente al usuario					
SOPORTE FÍSICO					
Letreros con sus rutas legibles, colores llamativos					
Estado los pasamanos y agarraderas					
Asientos limpios, ergonómicos y seguros					
Asiento personalizado para el controlador					
Asientos reservados para personas en condiciones especiales					
Señalética con simbología y leyenda distintivos					
Caja de moneda fraccionaria para los vueltos					
Micrófono en el sitio del conductor					
Dispositivo visual de alerta de paradas					
Puertas funcionales					
Posicionador Geográfico Satelital (GPS)					
Buzón de quejas y reclamos					

ELABORADO POR: Verónica Acosta

Mejoramiento de la Calidad del servicio

Debe existir conciencia de que existirán durante la aplicación de la propuesta irregularidades en el servicio, hasta que se convierta en parte de la filosofía de cada uno de los conductores

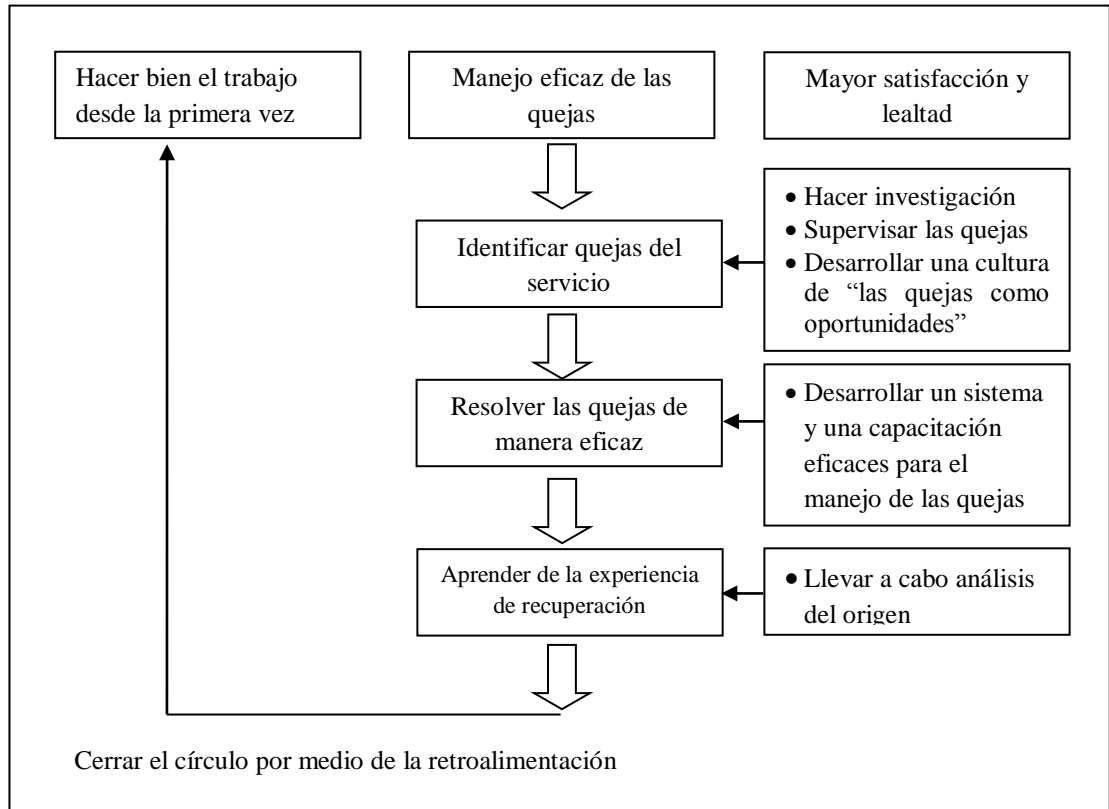
Ante estas circunstancias, es necesario establecer el método por medio del cual se puedan detectar escasa anomalías y darles el tratamiento necesario para reducir las o eliminarlas por completo.

En primer lugar, se obtendrá la opinión de los usuarios respecto al servicio brindado, por medio del uso de un buzón de quejas y reclamos, que funcionará permanentemente.

La directiva de la Cooperativa de Transportes Unión Ambateña, analizarán éstas quejas, y propondrá, en sesiones extraordinarias el tratamiento más adecuado que deberá darse a los puntos deficientes y con ello establecer actividades que vayan en función de una mejora significativa del servicio.

Los componentes de un Sistema de Recuperación efectiva del servicio solo se pueden aplicar una vez que se ha identificado la opinión de los usuarios **(Lovelock y colaboradores: 2004)**

Gráfico No. 51 Componentes de la Recuperación Efectiva de un servicio



Fuente: Lovelock Christopher (2004:135)

Elaborado por: Verónica Acosta

Cuadro No. 49 Resumen del plan de acción

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	COSTO
Organizar cursos de capacitación	Capacitar acerca del respeto, buena actitud y atención esmerada hacia el cliente.	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”	2 días	Capacitador Refrigerios Material didáctico	300.00 (día)
Capacitar a los conductores y controladores en servucción	Mejorar el servicio, la preferencia por la Cooperativa y la completa satisfacción del cliente	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña”, conductores y controladores	2 días	Capacitador Refrigerio Material didáctico	300.00 (día)
Colocar un asiento personalizado para el controlador.	Facilitar la tarea de cobro de pasajes	Conductor	6 horas	Asiento específico para cobro	100.00
Implementar dispositivo visual de alerta de paradas.	Alertar al conductor con suficiente tiempo para que se detenga	Conductor	6 horas	Timbre de alerta visual	10.00
Distribuir suficientes basureros en la entrada, salida, sitio del conductor y hall.	Mantener la limpieza dentro de la unidad	Conductor	2 horas	4 Basureros	56.00
Instalar un Micrófono en el sitio del conductor.	Informar acerca de la ruta asignada a los usuarios potenciales y sobre las paradas a los pasajeros.	Conductor	24 horas	Micrófono Cableado Parlantes Altavoz Pedestal	200.00
Ubicar la señalética con simbología y leyenda distintivos (colores y diseños).	Educar a los usuarios sobre el comportamiento en el interior de la unidad	Conductor y controlador	1 hora	Señales y símbolos	20.00
Adquirir un Posicionador Geográfico Satelital (GPS).	Localización u cumplimiento de rutas; ajuste de horarios	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 meses	Dispositivo GPS Servicio Mantenimiento	540.00 288.00 60.00
Colocar pocos letreros.	Facilitar la identificación de las líneas y la visibilidad del conductor	Controlador Conductor	5-10 min	Letreros	Estándar: 12.00 Adhesivos: 1.00
Mantener en buen estado higiénico las unidades.	Evitar enfermedades transmisibles, malos olores y mala imagen de la Cooperativa	Controlador y Conductor	2 horas	Útiles de limpieza Detergentes Desinfectantes Aromatizantes	139.25
Implementar el uso de uniformes para el conductor y controlador.	Otorgar una imagen diferencial de los conductores de la Cooperativa Unión	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 semana	4 Camisas 2 Pantalones	120.00 80.00
Implementar el uso de un buzón de quejas y reclamos.	Monitorear permanentemente la satisfacción del cliente	Directivos de la Cooperativa “Unión Ambateña” y conductores	2 días	Buzón Tarjetas Esferográficos	10.00 3.00 3.60

ELABORADO POR: Verónica Acosta

6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

En el organigrama estructural se puede evidenciar la distribución de la Cooperativa y presumir cómo se desarrollará el plan operativo, asignando la administración de cada actividad, en general para tres sectores

La administración general de la Cooperativa de Transporte “Unión Ambateña”, coordinará y planificará los temas de capacitación y facilitará la adquisición de equipamiento especializado para los socios. Estas capacitaciones las realizará personal contratado especializado en Marketing y Gestión de negocios.

Los conductores se encargarán de la asistencia a las capacitaciones y las adecuaciones necesarias para elevar la calidad del servicio prestado.

Los controladores invertirán sus esfuerzos tanto en capacitarse, así como en participar dignamente, representando a la cooperativa por medio de un trato cordial y una atención superior a los usuarios.

6.8.1 Presupuesto de la Propuesta

Cuadro No. 50 Presupuesto por conductor

CANTIDAD	RECURSOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO SUBCUENTAS
9 U	LETREROS Letreros estándar	12.00	108.00	126.00
18 U	Letreros adhesivos	1.00	18.00	
	ÚTILES DE ASEO			139.25
2U	Escoba	4.00	8.00	
2U	Trapeador	4.00	8.00	
1U	Balde	1.25	1.25	
1U	Pala	1.00	1.00	
20m.	Manguera	0.80	16.00	
4 m.	Franela	2.00	8.00	
2 fund. grande	Detergentes	7.50	15.00	
4 gal.	Shampoo (autos)	8.00	32.00	
4 gal.	Desinfectantes	5.00	20.00	
6 U	Ambientales	5.00	30.00	
1 U	Asiento específico para cobro	100.00	100.00	100.00
4 U	Basureros	14.00	56.00	56.00
1 kit	Señales y símbolos	20.00	20.00	20.00
1 kit	Micrófono, Cableado, Parlantes Altavoz y Pedestal	200.00	200.00	200.00
1 kit	Timbre de alerta visual	10.00	10.00	10.00
	UNIFORME			200.00
4 U	Camisas	30.00	120.00	
2 U	Pantalones	40.00	80.00	
	GPS			888.00
1U	Dispositivo GPS	540.00	540.00	
	Servicio	288.88	288.00	
	Mantenimiento	60.00	60.00	
	BUZÓN			16.60
1U	Buzón	10.00	10.00	
1000 U	Tarjetas	0.03	3.00	
12 U	Esferográficos	0.30	3.60	
	Suministros de oficina		800.00	800.00
	Impresiones del Modelo de servucción		200.00	200.00
	SUBTOTAL			2755.85
	IMPREVISTOS (10%)			275.58
TOTAL				3031.43

Cuadro No. 51 Presupuesto de capacitación

1	Diseño del Modelo de Servucción	2000.00	2000.00	2000.00
3	Capacitaciones (10 horas)	300.00	900.00	900.00
2	Capacitación servucción	300.00	600.00	600.00
TOTAL				3.500.00

Financiamiento

Cada conductor deberá asumir el costo de implementar el equipamiento necesario para la mejora del servicio, con un valor de 3031.43 USD.

En cambio 3500.00 USD serán invertidos en Capacitaciones sobre los temas de: “Caja común”, “Relaciones humanas” y “Finanzas relativas al transporte”, el tema de la “Servucción”, los mismos que serán asumidos por la Cooperativa como Institución.

6.8.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro No. 52 Cronograma de la propuesta

TIEMPO ACTIVIDADES	MESES DEL AÑO 2012						
	ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
1. Diagnóstico del sector	■						
2. Presentación y evaluación de información recolectada				■			
3. Diseño del Modelo de servucción según las necesidades de los usuarios					■		
4. Determinación de recursos necesarios						■	
5. Difusión al personal de la Cooperativa sobre el uso del Manual							■
6. Evaluación general del trabajo							■
ELABORADO POR: Verónica Acosta							

Al implementar el modelo de servucción en la Cooperativa de transporte, conlleva a mejorar la calidad de sus servicios, con el consiguiente aumento de la productividad y mayor captación de mercado. Paralelamente, aumenta la motivación del personal, el compromiso con la misión de la compañía y mejorar las relaciones laborales.

Ayuda a formar equipos competentes permitiendo resolver problemas, mejorando los procesos de producción de servicios, en beneficio de todos.

Los trabajadores se ven beneficiados mediante la creación de un mejor clima laboral, la satisfacción de crear un trabajo de buena calidad y la posibilidad de aumentar sus remuneraciones gracias al progreso de la firma. Los usuarios ven que pueden aumentar su calidad de vida al ser posible adquirir servicios de mejor calidad, y muchas más veces.

El aumento en calidad y productividad provocado por un programa de satisfacción o calidad total, es beneficioso para todos: empresarios, personal de la organización y los usuarios.

6.9 PREVISION DE LA EVALUACIÓN

Cuadro No. 53 Previsión de la evaluación de la Propuesta

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	Procesos y resultados del Manual de servucción
¿Por qué evaluar?	Porque es importante conocer los resultados en relación a los objetivos planteados.
¿Para qué evaluar?	Para facilitar la toma de decisiones Para replantear las nuevas propuestas
¿Con qué criterios?	Con criterios de pertinencia, coherencia, efectividad, eficiencia y eficacia
Indicadores	Cuantitativos y cualitativos
¿Quién evalúa?	La investigadora y autoridades
¿Cuándo evaluar?	Durante el proceso y al terminar la aplicación de la propuesta.
¿Cómo evaluar?	Con la aplicación de un cuestionario a los usuarios
Fuentes de información	Documentos de verificación
¿Con qué evaluar?	Cuestionario estructurado

Elaborado por: Verónica Acosta

BIBLIOGRAFÍA

- BARTOLI, Annie. (1992). “*Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada*”. Buenos Aires, Paidós.
- BARQUERO, J. (2007). “*Marketing de clientes*”. 2ª. Edición. Editorial Graficas 82 S.L. España.
- BECKARDE, R y R. Harris. (1991). “*Transiciones organizacionales Administración del cambio*”. México, SITESA.
- BENGOCHEA, Bruno. (2002). “*Dirección de Marketing y Ventas I*”. 1ra Edición. Editorial Cultural S.A. Madrid-España.
- BONTA Patricio y FARBER Mario (2004). “199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad”, Grupo Editorial Norma Pág. 32.
- CHIAVENATO, Idalberto. (2004). “*Comportamiento Organizacional*”. Editorial Thompson.
- COBRA, M. (2000). “*Marketing de servicios*”. 2ª. Edición. Editorial Nomas S. A. Colombia.
- CULTURAL S.A (2009) “Diccionario de Marketing”, Cultural S.A., Edición 2009, Pág. 198.
- EIGLIER Pierre y LANGEARD Eric, (2009). “*Servucción. El marketing de los servicios*” Mc Graw Hill-Interamericana de España.

- FERRE, J. y otros (2006). “*Marketing y ventas*”. 7ª. Edición. Editorial MIV Océano. España.
- HARRINGTON, H James. (1999). “*Mejoramiento de los procesos de la empresa*”. MC GRAW HILL (Colombia).
- HOROVITZ, J. (2007). “*La calidad del servicio. A la conquista del cliente*” Editorial Mc. Graw Hill. Madrid-España
- KOTLER Philip (2000) “*Dirección de Marketing*”, Edición de Milenio, Prentice Hall, Pág. 32.
- LOVELOCK, Ch. (2009). “*Marketing de servicios*” 6ta Edición. Editorial Pearson. N. York-EE.UU.
- PUJOL, Bruno (2009). “*Dirección de marketing y ventas*” Editorial Bengoechea. Madrid-España
- ROJAS MEDEL, Héctor. (2005). “*Mejoramiento De la calidad de servicios mediante la orientación al cliente y el compromiso de la empresa*” Lima-Perú.

INTERNET

ARTÍCULO: “El concepto de servucción” (Consultado el 5 de Mayo del 2012)

<http://masquecamas.wordpress.com/2008/01/03/el-concepto-de-servuccion/>

EIGLIER Pierre y LANGEARD Eric (1999): “Fundamentos Teóricos de la Servucción”

(Consultado el 05 de Mayo del 2012):

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/532/3/CAPITULO%20II.pdf>

GUÍA EMPRESA XII (2008). Definición de gestión comercial. Consultado el 7 de

Mayo del 2012:

<http://www.guiaempresaxxi.com/gestion/docs-definicion-de-gestion-comercial.html>

MÓDULO I: Competencias, fases y aplicación: Competencias del servicio: consultado

en <http://www.zeusconsult.com.mx/mverdad.pdf> el 05 de Septiembre del 2012 y en

http://www.bvsops.org.uy/pdf/mod1_2.pdf

MOMENTOS DE VERDAD Y SERVICIO AL CLIENTE. Consultado el Consultado el

7 de Mayo del 2012 en:

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/momentosdelaverdad/

ROJAS MEDEL Héctor (2006): Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente

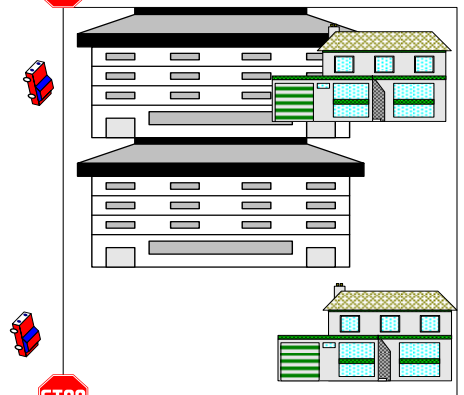
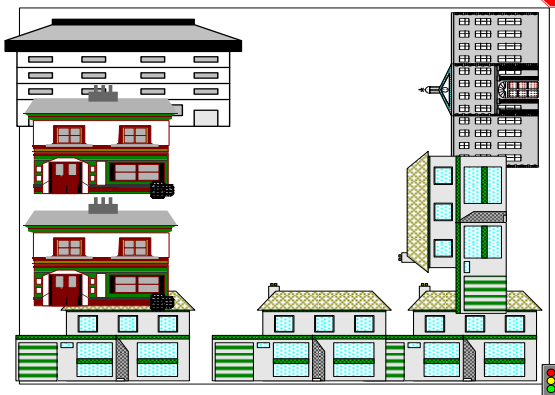
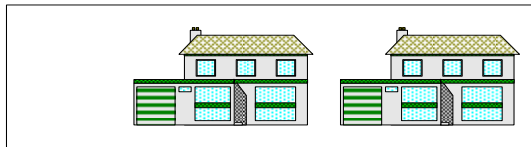
- IV. Cliente y calidad de servicio: (Consultado el 7 de Mayo del 2012)

http://www.wikilearning.com/monografia/sistemas_de_gestion_de_la_calidad_con_enfoque_al_cliente-iv_cliente_y_calidad_de_servicio/26135-4

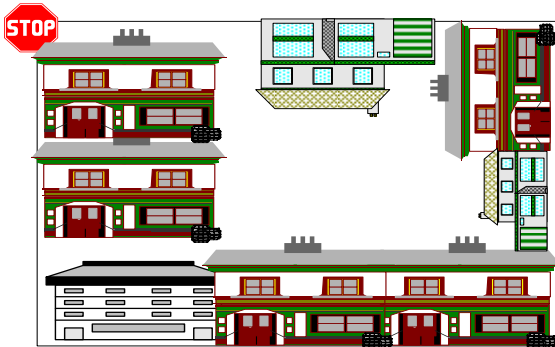
ROJAS MEDEL Héctor (2006): Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente
- IV. Cliente y calidad de servicio: (Consultado el 7 de Mayo del 2012)
http://www.wikilearning.com/monografia/sistemas_de_gestion_de_la_calidad_con_enfoque_al_cliente-iv_cliente_y_calidad_de_servicio/26135-4

ANEXOS

ANEXO N° 1
CROQUIS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
URBANO “UNION AMBATEÑA”

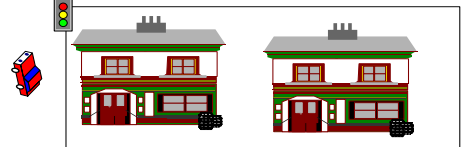
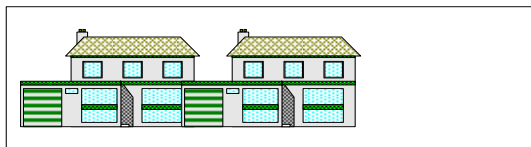


CALLE MONTALVO



CALLE CUENCA

CALLE MERA



() Nada limpios

7. ¿Cómo de deteriorados están los asientos?

() Muy deteriorados

() Regularmente deteriorados

() Íntegros

8. ¿Existe comodidad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

() Siempre

() Rara vez

() Nunca

9. ¿Existe seguridad en el servicio de transporte público que brinda la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña?

() Siempre

() Rara vez

() Nunca

10. ¿Le parece que los conductores de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña estén capacitados para dar un buen servicio a los usuarios?

() Siempre

() Rara vez

() Nunca

11. ¿Cree necesaria la intervención de un ayudante (controlador), para hacer más eficiente el servicio a los usuarios?

() Si

() A veces

() No es necesario

12. ¿Ud. Cree que con mejor capacitación y buen trato, se podrá mejorar el servicio que brindan las unidades de transporte de la cooperativa Unión Ambateña?

() Si

() A veces

() No es necesario

13. ¿Los vehículos de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña trasladan a los usuarios? ()
Solo en su capacidad

() Cómodamente

() En exceso

14. ¿El respeto, paciencia y seguridad son característicos del trato que brindan los conductores de la Cooperativa Unión Ambateña?

() Siempre

() Rara vez

() Nunca

15. ¿Se respetan las rutas establecidas?

() Siempre

() Rara vez

() Nunca

16. Sabe usted leer la señalética que tienen los buses?

() Si

() No

GRACIAS POR SU ATENCION

Fecha de aplicación.....

ANEXO No. 3
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA APLICADA A CONDUCTORES DE LAS UNIDADES DE TRANSPORTE URBANO
UNIÓN AMBATEÑA

Cuestionario N°.....

OBJETIVO:

Verificar la calidad del servicio que se brinda a los usuarios del transporte de pasajeros de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña.

INSTRUCCIONES:

Por favor lea detenidamente las preguntas y ponga una X en el lugar que más se adecue a su opinión.

INFORMACIÓN GENERAL

¿Cuál es su nivel de educación?

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguno

¿En qué edad se encuentra?

- 20 a 25
- 26 a 30
- 31 a 35
- 36 a 40
- Más de 40

CUESTIONARIO

1. ¿Su unidad posee señalética para educar al usuario?

- Suficiente
- Escasa
- Ninguna

2. ¿Se siente capacitado/a para atender debidamente al usuario?

- Suficientemente capacitado
- Medianamente capacitado
- Escasamente capacitado

3. ¿Con qué frecuencia limpia usted su unidad de trabajo?

- Siempre
- Con mucha frecuencia
- Rara vez

4. ¿La tarifa para la tercera edad, discapacitados y estudiantes, es respetada?

- Siempre
- Rara vez
- Nunca

5. ¿Por qué razones recibe reclamos de los usuarios más frecuentemente?

- Detenerse fuera de las paradas
- Exceso de pasajeros
- Frenadas Bruscas
- Trato inadecuado
- Permitir que suban vendedores

6. ¿Alguna vez ha perdido la calma por no llegar a tiempo a algún lugar?

- Si
- A veces
- No

7. ¿En caso de ser un requerimiento de de la Cooperativa estaría dispuesto a utilizar un uniforme distintivo?

- Si
- En ocasiones especiales
- No

¿Qué uniforme?.....

8. ¿Estaría dispuesto a colaborar para realizar un Plan de Mejoras en la Cooperativa?

- Siempre
- Rara vez
- Nunca

9. ¿Qué tipo de capacitación debe tener un chofer de la Cooperativa Unión Ambateña?

- Relaciones Humanas
- Primeros Auxilios
- Atención al usuario
- Reglas de Transito
- Todas
- Ninguna

GRACIAS POR SU ATENCION

Fecha de aplicación.....

Nombre del Encuestador.....

ANEXO No. 4
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENTREVISTA APLICADA A LOS DIRECTIVOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
URBANO UNIÓN AMBATEÑA

Cuestionario N°.....

OBJETIVO:

Verificar la calidad del servicio que se brinda a los usuarios del transporte de pasajeros de la Cooperativa de Transporte Urbano Unión Ambateña.

INSTRUCCIONES:

Por favor lea detenidamente las preguntas y respóndalas con sinceridad.

INFORMACIÓN GENERAL

- | | |
|--|------------------------------------|
| ¿Cuál es su nivel de instrucción? | ¿En qué edad se encuentra? |
| <input type="checkbox"/> Primaria | <input type="checkbox"/> 20 a 25 |
| <input type="checkbox"/> Secundaria | <input type="checkbox"/> 26 a 30 |
| <input type="checkbox"/> Superior | <input type="checkbox"/> 31 a 35 |
| <input type="checkbox"/> Ninguno | <input type="checkbox"/> 36 a 40 |
| | <input type="checkbox"/> Más de 40 |

CUESTIONARIO

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo?

.....
.....

2. ¿Conoce cuáles son las funciones que debe cumplir el gerente de una Cooperativa de transporte Urbano?

.....
.....

3. ¿Qué actividades ha realizado para mejorar la calidad del servicio de la atención al usuario de su cooperativa?

.....
.....

4. ¿Con qué frecuencia se realizan cursos de capacitación dirigidas a los conductores?

.....
.....

5. ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones para analizar la situación del servicio al cliente en la Cooperativa “Unión Ambateña”?

.....
.....

6. ¿A su criterio, qué actividades se deberían hacer para mejorar el servicio al usuario en el futuro?

.....
.....

ANEXO NO. 5

Contravenciones y sanciones a los conductores según la LOTTTSV

“Art. 92.- La licencia constituye el título habilitante para conducir vehículos a motor, maquinaria agrícola, equipo caminero o pesado. El documento lo entregará la Agencia Nacional de Regulación y Control. La capacitación y formación estará a cargo de las Escuelas de Conducción, Institutos Técnicos de Educación Superior, Escuelas Politécnicas Nacionales y Universidades autorizadas en el país por el Organismo Nacional Coordinador del Sistema de Educación Superior a través de convenios celebrados con la Agencia Nacional de Regulación y Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Las licencias de conducir tendrán una vigencia de 5 años, contados a partir de la fecha de su expedición, al cabo de lo cual serán obligatoriamente renovadas.

“Art. 98.- Perdidos los primeros 30 puntos, la licencia será suspendida por 60 días y será obligatorio tomar un curso en las Escuelas de Conducción de Choferes No Profesionales, Escuelas de Conducción de Choferes Profesionales, los Institutos Técnicos de Educación Superior, las Escuelas Politécnicas y las Universidades legalmente autorizados por la Agencia Nacional para brindar dichos cursos, que de aprobarse se recuperarán sólo 20 puntos. Si se perdiesen nuevamente los 20 puntos, se sancionará con 120 días de suspensión de la licencia y se tomará otro curso en las mencionadas instituciones, que de aprobarse sólo se recuperarán 15 puntos a la licencia de conducir. A partir de la tercera oportunidad que se pierdan los 15 puntos, de ahí en adelante se suspenderá cada vez la licencia por un año y se deberá tomar un nuevo curso para la recuperación de los 15 puntos. La aprobación del curso no significará el cese de la suspensión de la licencia de conducir determinada para cada caso, y el cumplimiento del plazo de la suspensión no releva de la aprobación del curso como requisito para la recuperación de los puntos. La realización del curso para recuperación de puntos incluirá una evaluación psicológica y deberá aprobarse en una escuela distinta a la que emitió el Título de Conductor. En los casos de renovación de licencia, la misma se emitirá con los puntos que correspondan según lo establecido en este inciso. En ningún caso la renovación extinguirá los puntos perdidos previamente.

El conductor al que le hubieren suspendido la licencia por más de cuatro ocasiones según lo dispuesto en el inciso precedente, perderá el derecho a renovarla.”

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

a) El conductor que use inadecuada y reiteradamente la bocina u otros dispositivos sonoros contraviniendo las normas establecidas en el Reglamento de la presente Ley y demás normas aplicables, referente a la emisión de ruidos;

- b) Quien conduzca un vehículo automotor sin las placas de identificación correspondientes y de conformidad con lo establecido en el Reglamento;
- e) El conductor de un vehículo automotor que circule con personas en los estribos, pisaderas, parachoques o colgados de las carrocerías de los vehículos;
- g) El conductor que no mantenga la distancia prudente de seguimiento de conformidad con el Reglamento;
- h) Los conductores que no utilicen el cinturón de seguridad;
- i) El conductor de un vehículo de transporte público o comercial que no advierta mediante una leyenda adecuada la prohibición de arrojar basura o cualquier otro objeto a la vía pública; o, no ponga a disposición de los pasajeros recipientes o fundas para recolección de basura;
- k) Quien desde el interior de un vehículo arroje a la vía pública desechos que contaminen el medio ambiente;
- r) El propietario de un vehículo que instale, luces, faros o neblineros en sitios prohibidos que no cumplan la norma de acuerdo al reglamento.

“Art. 140.- Incurren en contravención leve de segunda clase y serán sancionados con multa equivalente al diez por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 3 puntos en su licencia de conducción:

- b) El conductor nacional o extranjero que no conduzca su vehículo por la derecha en las vías de doble dirección;
- d) El conductor nacional o extranjero de un vehículo automotor que no lleve en el mismo, un botiquín de primeros auxilios y un extintor de incendios, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de la presente Ley;
- e) El conductor que estacione un vehículo en los sitios prohibidos por la Ley o el Reglamento; o que, sin derecho, estacione su vehículo en los espacios destinados a un uso exclusivo de personas con discapacidad o mujeres embarazadas; o estacione su vehículo obstaculizando rampas de acceso para discapacitados, puertas de garaje o zonas de circulación peatonal;
- f) El conductor que obstaculice el tránsito vehicular al quedarse sin combustible el vehículo que conduce;
- h) El conductor que no detenga el vehículo, antes de cruzar una línea férrea, de buses de transporte rápido en vías exclusivas, o similares;
- i) Quien conduzca o instale, sin autorización del organismo competente, en los vehículos particulares o públicos, sirenas o balizas de cualquier tipo, en cuyo caso además de la sanción establecida en el presente artículo, se le retirarán las balizas, o sirenas del vehículo;
- j) El conductor que en caso de desperfecto mecánico no use o no coloque adecuadamente los triángulos de seguridad, conforme lo establecido en el Reglamento;

- k) El conductor que conduzca un vehículo con vidrios con películas antisolares oscuras, polarizados o cualquier tipo de adhesivo que impidan la visibilidad del conductor, excepto los autorizados en el reglamento respectivo;
- l) El conductor que utilice el teléfono celular mientras conduce y al momento de hablar no haga uso del dispositivo homologado de manos libres;
- m) El conductor de transporte público de servicio masivo que incumpla las tarifas preferenciales fijadas por la Ley en beneficio de los niños, estudiantes, adultos mayores de 65 años de edad y personas con discapacidades;
- n) El conductor que no encienda las luces del vehículo en horas de la noche o conduzca en sitios oscuros como túneles con las luces apagadas;
- o) El conductor, controlador o ayudante de transporte público o comercial que maltrate de palabra a los usuarios;
- s) El conductor de un vehículo que presta servicio de transporte urbano que circule con las puertas abiertas;
- u) Quien conduzca un vehículo a motor sin portar su licencia de conducir o que la misma se encuentre caducada.

“Art. 141.- Incurren en contravención leve de tercera clase y serán sancionados con multa equivalente al quince por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general, y reducción de 4,5 puntos en su licencia de conducir:

- a) Los conductores nacionales o extranjeros que, al descender por una pendiente, apaguen el motor de sus vehículos;
- c) El conductor que conduzca un vehículo en sentido contrario a la vía normal de circulación, siempre que la respectiva señalización esté clara y visible;
- g) Los conductores de vehículos a motor que, ante las señales de alarma o toque de sirena de un vehículo de emergencia, no dejen la vía libre;
- i) El conductor que estacione un vehículo automotor en cualquier tipo de vías, sin tomar las precauciones reglamentariamente establecidas para evitar un accidente de tránsito o lo deje abandonado en la vía pública;
- k) Los conductores de un vehículo automotor que tenga, según el Reglamento, la obligación de tener cinturones de seguridad y no exija el uso a sus usuarios o acompañantes;
- l) El conductor que haga cambio brusco o indebido de carril;
- n) Los conductores que lleven en sus brazos o en sitios no adecuados a personas, animales u objetos;
- o) El conductor que conduzca un vehículo sin luces, en mal estado de funcionamiento, no realice el cambio de las mismas en las horas y circunstancias que establece el Reglamento o no utilice las luces direccionales luminosas antes de efectuar un viraje o estacionamiento;

- u) Los conductores nacionales o extranjeros, de motocicletas, motonetas, bicimotos, tricicar y cuadrones que transporte un número de personas superior a la capacidad permitida, de conformidad con lo establecido el reglamento;
- z) El conductor nacional o extranjero, controlador o ayudante de transporte público o comercial que maltrate de obra a los usuarios.

“Art. 142.- Incurren en Contravención grave de primera clase y serán sancionados con multa equivalente al cuarenta por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 6 puntos en su licencia de conducir:

- a) El conductor nacional o extranjero que desobedezca las órdenes de los agentes de tránsito, o que no respete las señales manuales de dichos agentes, en general toda señalización colocada en las vías públicas, tales como: semáforos, pare, ceda el paso, cruce o preferencia de vías;
- b) Quien adelante a otro vehículo en movimiento en zonas o sitios peligrosos, tales como: curvas, puentes, túneles, al coronar una cuesta o contraviniendo expresas normas reglamentarias o de señalización;
- e) El conductor que falte de palabra a la autoridad o agente de tránsito;
- f) Los conductores de vehículos de transporte público que por rebasar o adelantarse entre sí pongan en riesgo la integridad de pasajeros y transeúntes;
- g) El conductor que con un vehículo automotor excediere dentro de un rango moderado los límites de velocidad permitidos, de conformidad con el reglamento correspondiente;
- h) El conductor que conduzca un vehículo a motor que no cumpla las normas y condiciones técnico mecánicas adecuadas conforme lo establezca el reglamento respectivo, debiendo además retenerse el vehículo hasta que supere la causa de la infracción;
- j) El conductor que conduzca un vehículo automotor particular con uno o más neumáticos que superen los límites de desgaste que determinen los reglamentos, debiendo además retenerse el vehículo hasta superar la causa de la infracción;
- k) El propietario de un automotor de servicio público, comercial o privado que confíe su conducción a personas no autorizadas; y,

“Art. 143.- Incurren en contravención grave de segunda clase y serán sancionados con multa equivalente al cuarenta por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 7,5 puntos en su licencia de conducir:

a) Los conductores que detengan o estacionen vehículos en sitios o zonas que entrañen peligro, tales como: curvas, puentes, ingresos y salidas de los mismos, túneles, así como el ingreso y salida de éstos, zonas estrechas, de poca visibilidad, cruces de caminos, cambios de rasante, pendientes, o pasos a desnivel, sin tomar las medidas de seguridad señaladas en los reglamentos;

“Art. 144.-Incurren en contravención de tercera clase y serán sancionados con multa del cincuenta por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de cinco puntos en el registro de su licencia de conducir:

a) El conductor nacional o extranjero que ocasione accidente de tránsito del que resulten solo daños materiales a terceros, cuyos costos sean inferiores a dos remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general;

b “Art. 145. - Incurre en contravención muy grave y será sancionado con prisión de tres días, multa de una remuneración básica unificada del trabajador en general, y reducción de diez puntos en su licencia de conducir:

a) Quien conduzca sin haber obtenido la licencia;

b) Quien conduzca con licencia anulada, revocada o suspendida, la misma que deberá ser retirada inmediatamente por el agente de tránsito;

c) Quien condujere un vehículo con una licencia de categoría diferente a la exigible para el tipo de vehículo que conduce;

d) El conductor que faltare de obra a la autoridad o agente de tránsito;

e) El conductor, que con un vehículo automotor excediere los límites de velocidad fuera del rango moderado, de conformidad con el reglamento correspondiente;

f) Quién conduzca un vehículo prestando servicios de transporte de pasajeros o bienes sin contar con el título habilitante correspondiente, o, realice un servicio diferente para el que fue autorizado; si además el vehículo hubiere sido pintado con el mismo color y características de los vehículos autorizados, el juez dispondrá que el vehículo con el que se cometió la infracción sea pintado con un color distinto al de las unidades de transporte público o comercial y prohibirá su circulación, hasta tanto se cumpla con dicha obligación; dicho cumplimiento sólo será probado, con la certificación que para el efecto extenderá la Autoridad competente correspondiente, previa la respectiva verificación, que estará bajo su responsabilidad. Los costos del cambio de pintura del vehículo estarán a cargo del contraventor;

"Art 145.1.- Incurre en contravención muy grave quien condujere un vehículo bajo los efectos de sustancias estupefacientes o drogas en cuyo caso será sancionado con una multa de una remuneración básica unificada del trabajador en general, reducción de quince (15) puntos de su licencia de conducir y treinta (30) días de prisión.

Art. 145.2.- Incurre en contravención muy grave quien condujere un vehículo bajo el estado de embriaguez, en cuyo caso se sancionará de acuerdo a la siguiente escala:

1. Si el nivel de alcohol por litro de sangre es inferior a 0,3 gramos y es inferior a 0,8 gramos, se aplicará la multa de una remuneración básica del trabajador en general, pérdida de cinco (5) puntos en su licencia de conducir y cinco (5) días de prisión.
2. Si el nivel de alcohol por litro de sangre es de 0,8 gramos o más, se aplicará la multa de una remuneración básica del trabajador en general, pérdida diez (10) puntos en su licencia de conducir y quince (15) días de prisión.

Art. 145.3.- En el caso del conductor que condujere un vehículo de transporte público, comercial o de carga, la tolerancia al consumo de cualquier sustancia estupefaciente o drogas es cero, y un nivel máximo de alcohol de 0,1 gramos por cada litro de sangre. En caso de exceder dicho límite será sancionado con una multa de dos remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general, pérdida de treinta (30) puntos en su licencia de conducir y sesenta (60) días de prisión.

Art. 145.4.- La reincidencia en el cometimiento de las contravenciones establecidas en los artículos 145.1, 145.2, 145.3, será sancionada con la suspensión por un año de la licencia de conducir. Cuando esta reincidencia es por segunda ocasión, la licencia le será revocada definitivamente. En el primer caso, el contraventor deberá someterse a las evaluaciones correspondientes en los centros especializados que para el efecto defina la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, previo al levantamiento de la suspensión antes mencionada."