



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Título

La fidelidad de los usuarios en la cooperativa de transportes Sangay, y su incidencia en la calidad del servicio en la Provincia de Chimborazo, Ciudad de Riobamba, Período 2016.

***TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL***

Autor:

Jhoselin Tatiana Parra López

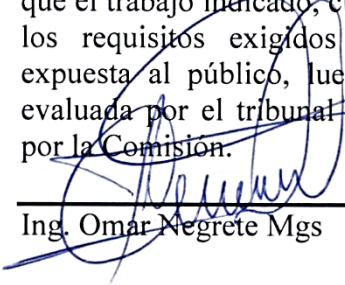
Tutor:

Mgs. Omar Negrete

**Riobamba - Ecuador
2017**

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de asesor y luego de haber revisado el desarrollo del Proyecto de Investigación elaborado por Jhoselin Tatiana Parra López, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal designado por la Comisión.



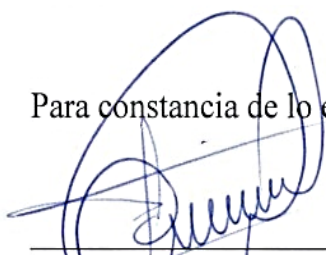
Ing. Omar Negrete Mgs

CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal de Graduación del Proyecto de Investigación de título **LA FIDELIDAD DE LOS USUARIOS EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES SANGAY, Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, CIUDAD DE RIOBAMBA, PERÍODO 2016**, presentado por la Srta. Jhoselin Tatiana Parra López y dirigida por el Mgs. Omar Negrete.

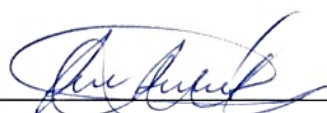
Una vez presentada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de graduación escrito en lo cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente ejemplar original para uso y custodio de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:



Ing. Omar Negrete Mgs
TUTOR

9.5
CALIFICACIÓN



Dr. Rene Basantes
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

9.3
CALIFICACIÓN



Ing. Marieta Tapia Mgs
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

9.5
CALIFICACIÓN

Calificación.....9.4..... (Sobre 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Jhoselin Tatiana Parra López, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados en el presente trabajo de investigación y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, positioned above the printed name.

Jhoselin Tatiana Parra López
C.I:060446538-5

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico en especial a una persona que me vio nacer, crecer y a lo largo de mi vida siempre estuvo a mi lado en buenos y malos momentos enseñándome lo que es vivir con todo mi cariño y aprecio José López que estoy segura que siempre tendrá paciencia para mí y el saber aconsejarme como solo él sabe hacerlo amado abuelito le doy las gracias por brindarme su confianza y sobre todo creer en mí y ser el mejor padre.

A mi mamá, papá y hermanos quienes con sus palabras de aliento no me dejaban caer para que siguiera adelante y cumpla con mis ideales.

Y a todas aquellas personas quienes estuvieron apoyándome en toda esta trayectoria estudiantil.

Jhoselin Parra

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento especial al ser supremo que me permitió alcanzar mi meta, a la Universidad Nacional de Chimborazo la cual me abrió sus puertas para formarme profesionalmente.

A mi familia y compañeros quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante los cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Jhoselin Parra

INDICE DE CONTENIDO

INFORME DEL TUTOR	iii
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
INDICE DE CONTENIDO	viii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
1. Introducción	12
2. Objetivos	14
2.1. General	14
2.2. Específicos	14
3. Estado Del Arte	14
3.1. Antecedentes	14
3.2. Fundamentación	15
3.2.1. Fidelidad.....	15
3.2.2. Calidad Del Servicio	15
3.2.3. Comunicación.....	15
3.2.4. Relación A Largo Plazo Y Rentabilidad	16
3.2.5. Reingeniería	16
3.2.6. Posicionamiento	17
3.2.7. Satisfacción Del Cliente	17
3.2.8. Mejora De Procesos	18
3.2.9. Estrategia Empresarial.....	18
3.2.10. Eficiencia.....	18
3.2.11. Eficacia.....	19
3.2.12. Diseño De Productos De Los Servicios	19
3.2.13. Administración Por Calidad Total.....	19
4. Metodología	21
4.1. Método	21
4.2. Tipos De Investigación.....	21

4.2.1.	De Campo.....	21
4.2.2.	Descriptiva	21
4.3.	Diseño De La Investigación	21
4.4.	Población Y Muestra	22
4.4.1.	Población.....	22
4.4.2.	Muestra.....	22
4.5.	Técnicas E Instrumentos Para La Recopilación De Datos	23
4.5.1.	Técnicas.....	23
4.5.2.	Instrumentos	23
4.6.	Técnicas De Procesamiento De La Información.....	24
5.	Resultados y Discusión	25
5.1.	Guía de Observación	25
5.2.	Entrevista para los funcionarios de la Cooperativa de Transporte Sangay. ...	26
5.2.1.	Pregunta 1. Género	26
5.2.2.	Pregunta 2. ¿Cuál es el tiempo de servicio que lleva prestando a la institución?.....	26
5.2.3.	Pregunta 3. Indique su nivel de Educación.	26
5.2.4.	Pregunta 4. ¿Recibe los beneficios sociales que tiene como trabajador?.....	27
5.2.5.	Pregunta 5. Las instalaciones donde realiza sus actividades se encuentran en: 27	
5.2.6.	Pregunta 6. ¿Cuenta con todos los instrumentos necesarios para realizar su función de forma óptima?	27
5.2.7.	Pregunta 7. ¿Cómo califica usted el ambiente laboral dentro de la institución? 28	
5.2.8.	Pregunta 8. ¿Qué tipo de contrato de trabajo mantiene con la institución? ...	28
5.2.9.	Pregunta 9. ¿Se realiza capacitaciones dentro de la institución?	29
5.2.10.	Pregunta 10. ¿Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar el desempeño dentro de la institución?.....	29
5.3.	Entrevista para los usuarios de la Cooperativa De Transporte Sangay.....	30
5.3.1.	Pregunta 1. Género.....	30
5.3.2.	Pregunta 2. ¿Cada cuánto utiliza usted el servicio de la Cooperativa de Transportes Sangay?	30
5.3.3.	Pregunta 3. ¿El trato que obtuvo en ventanilla dentro de la oficina fue cortés y atento? 30	

5.3.4.	Pregunta 4. ¿Cómo juzga el aspecto del personal?	31
5.3.5.	Pregunta 5. ¿Cómo juzga el aspecto de nuestras unidades de transporte?.....	31
5.3.6.	Pregunta 6. ¿Nuestra unidad de transporte le genera seguridad al momento de viajar? 31	
5.3.7.	Pregunta 7. ¿Obtuvo un trato cortés y personalizado dentro de la unidad de transporte?.....	32
5.3.8.	Pregunta 8. ¿El chofer de la unidad condujo dentro del rango de Velocidad establecido en la ley?	32
5.3.9.	Pregunta 9. ¿El tiempo que duró el viaje fue el apropiado?.....	33
5.3.10.	Pregunta 10. Califique su impresión global de la experiencia al usar el servicio de Cooperativa de Transportes Sangay.	33
5.4.	Análisis Situacional.....	33
5.5.	Indicadores	34
6.	Conclusiones y Recomendaciones	36
6.1.	Conclusiones	36
6.2.	Recomendaciones.....	37
7.	Bibliografía.....	38
8.	Anexos.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población Interna	22
Tabla 2 Población Externa	22
Tabla 3 Funcionarios	26
Tabla 4 Tiempo de Servicio	26
Tabla 5 Nivel de Educación	26
Tabla 6 Beneficios Sociales	27
Tabla 7 Estado de las Instalaciones	27
Tabla 8 Desarrollo de Funciones	27
Tabla 9 Ambiente Laboral	28
Tabla 10 Tipo de Contrato	28
Tabla 11 Capacitaciones	29
Tabla 12 Recomendación del Personal	29
Tabla 13 Uso del Servicio de Transporte	30
Tabla 14 Comportamiento en Ventanilla	30
Tabla 15 Aspecto del Personal	31
Tabla 16 Imagen de las Unidades de Transporte	31
Tabla 17 Sensación de Seguridad al Viajar	31
Tabla 18 Servicio dentro de la Unidad	32
Tabla 19 Rango de Velocidad del Conductor	32
Tabla 20 Duración del Viaje	33
Tabla 21 Opinión del Servicio de Transporte	33
Tabla 22 Matriz FODA	33

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Funcionarios	26
Gráfico 2 Tiempo de Servicio.....	26
Gráfico 3 Nivel de Educación.....	26
Gráfico 4 Beneficios Sociales.....	27
Gráfico 5 Estado de las Instalaciones	27
Gráfico 6 Desarrollo de Funciones	27
Gráfico 7 Ambiente Laboral	28
Gráfico 8 Tipo de Contrato.....	28
Gráfico 9 Capacitaciones	29
Gráfico 10 Recomendación del Personal.....	29
Gráfico 11 Uso del Servicio de Transporte	30
Gráfico 12 Comportamiento en Ventanilla.....	30
Gráfico 13 Aspecto del Personal	31
Gráfico 14 Imagen de las Unidades de Transporte.....	31
Gráfico 15 Sensación de Seguridad al Viajar	31
Gráfico 16 Servicio dentro de la Unidad de Transporte	32
Gráfico 17 Rango de Velocidad del Conductor.....	32
Gráfico 18 Duración del Viaje.....	33
Gráfico 19 Opinión del Servicio de Transporte.....	33

RESUMEN

En el presente trabajo de titulación se realizó un estudio sobre “La Fidelidad de los usuarios en La Cooperativa De Transportes Sangay, y su Incidencia en La Calidad del Servicio en La Provincia De Chimborazo, Ciudad de Riobamba, Período 2016.”, que permitió a la institución conocer de forma precisa su posición en el sector transportista con el fin de brindar soluciones que mejore y fortalezca el desempeño interno de la institución. En la introducción se detalló el problema, la problematización y la hipótesis que se comprobó a través del cumplimiento de los objetivos. El Estado del Arte; estuvo compuesto en su primera parte por los antecedentes de la investigación, y en su segunda parte se detalló su fundamentación teórica a través de la conceptualización de cada una de las variables de la investigación. En la metodología se señaló como se desarrolló esta investigación, además de definió la población y muestra en la que se realizó el estudio;y, en los Resultados y Discusión; se estableció un análisis que permitió determinar las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de titulación.

PALABRAS CLAVES

Usuario, Calidad, Servicio, Transporte, Fidelidad

Abstract

In this graduation work, a survey about "The Fidelity of the users in *Cooperativa de Transportes Sangay*, and its Incidence in the Quality of the Service in the Province of Chimborazo, City of Riobamba, Period 2016." was carried out, it allowed the institution to know in a precise way its position in the transporting activity in order to provide solutions that improve and strengthen the internal performance of the institution. In the introduction, the problem was detailed; the problematization and the hypothesis were verified through the fulfillment of the objectives. The State of Art was composed in its first part by the background of the research, and in its second part, the theoretical foundation was detailed through the conceptualization of each one of the research variables. In the methodology, it was pointed out how this research was developed, in addition to defining the population and sample in which the study was carried out; and, in the Results and Discussion, an analysis was established, this analysis allowed determining the conclusions and recommendations of this graduation work.



Reviewed by: Armas, Geovanny

Language Center Teacher



1. Introducción

Problema

El desarrollo del sector de transporte es considerado prioritario por el Gobierno Nacional como condición necesaria para el cambio de la matriz productiva. Los servicios de transporte y logística afectan de forma transversal a muchos de los sectores de la economía y son un componente básico para la competitividad sistémica.

La Cooperativa de Transportes Sangay, en busca de mejorar su servicio, debe conocer la fidelidad de los usuarios a la hora de movilizar a la ciudadanía con rutas designadas hacia al oriente ecuatoriano.

El principal problema es sin duda debido al creciente índice de accidentes de tránsito a nivel nacional, la irresponsabilidad de conductores profesionales, estado de carreteras, que influyen en la calidad del servicio que reciben los usuarios, también dentro de los factores que afectan negativamente a la Cooperativa de Transportes Sangay; es el crecimiento de la competencia, lo que origina la baja en venta de boletos, imagen y posicionamiento de la empresa dentro de la ciudad de Riobamba.

De tal forma que nace de aquí la importancia de conocer la eficiencia y eficacia en la calidad del servicio brindado, para contrarrestar los efectos negativos que afectan a la institución, y establecer estrategias oportunas que coadyuven al fortalecimiento y posicionamiento dentro del sector de transporte terrestre en la ciudad de Riobamba.

La presente investigación permitió obtener información suficiente y competente por medio de un análisis de los factores internos y externos que influyeron de forma significativa al desempeño de la Cooperativa de Transportes Sangay, en la ciudad de Riobamba.

El crecimiento del índice de accidentes de tránsito en el país ha originado una desconfianza de parte de los usuarios a la hora de viajar, creando un dilema para ellos al momento de hacer uso del servicio de una cooperativa de transportes.

Los beneficiarios de esta investigación son los funcionarios de la Cooperativa de Transportes Sangay, y la ciudadanía en general; ya que el resultado de este estudio permitirá a la institución conocer las necesidades y expectativas de los usuarios que influyen al momento de realizar un viaje dentro del país.

La Cooperativa de Transportes Sangay pretende tener un crecimiento dentro de la ciudad de Riobamba, en el uso de la frecuencia hacia el Oriente Ecuatoriano por lo que como resultado de este estudio se establecerá estrategias que permitan el crecimiento y posicionamiento de Cooperativa de Transportes Sangay en la ciudad de Riobamba.

En esta investigación se planteó como hipótesis a La fidelidad de los usuarios en la Cooperativa de Transportes Sangay, incide en la calidad del servicio en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, período 2016. misma que al ser comprobada pone de manifiesto la realidad de los objetivos planteados.

2. Objetivos

2.1.General

Determinar la fidelidad de los usuarios en la Cooperativa de Transportes Sangay, y su incidencia en la calidad del servicio en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, período 2016.

2.2.Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la Cooperativa de Transportes Sangay, mediante la recopilación de información interna y externa que permita identificar los factores que tienen el mayor impacto dentro de la institución.
- Establecer el nivel de satisfacción de los usuarios mediante el uso de indicadores que permitan determinar la calidad de servicio que brinda la institución.

3. Estado Del Arte

3.1.Antecedentes

En el desarrollo del presente trabajo de titulación se encontró un trabajo similar con el título: “CREACIÓN DE UN PLAN DE FIDELIZACIÓN PARA USUARIOS DE HOSTERÍAS EN ECUADOR”, misma que fue realizada en la Universidad Internacional SEK, en el año 2014. (Hoyos, 2014), en la que se plantea como objetivo general diseñar un plan de fidelización para los usuarios de hosterías en Ecuador, para mejorar los ingresos anuales de las mismas, llegando a la conclusión que los estudios realizados, demuestran que la implementación del plan de fidelización para huéspedes, permite mejorar los ingresos anuales de las hosterías ya que aumenta la ocupación promedio y permite aumentar el precio por cama.

La originalidad de este proyecto de titulación radica en la importancia de conocer los factores externos que influyen al momento en que el usuario decide trasladarse de un lugar a otro dentro del país, en los últimos años han cambiado muchos aspectos del sector

transportista, como por ejemplo, estado de las vías, precio de combustible, repuestos, estado de la unidad de transporte, y de una forma preocupante el alto índice de accidentes de tránsito, razón por la cual la Cooperativa de Transportes Sangay para mejorar y fortalecer su gestión desea conocer y satisfacer las expectativas y necesidades de los usuarios.

3.2.Fundamentación

3.2.1. Fidelidad

(Cisneros, 1996) explica que: *“La fidelidad entraña la existencia previa de una actitud positiva hacia el producto o servicio de la empresa, seguido de un comportamiento de compra leal hacia la misma”*.

La fidelidad de un usuario se da cuando existe una conexión entre el cliente y el servicio que crea aceptación y confianza en la mente del consumidor, generando un comportamiento de lealtad hacia la empresa.

3.2.2. Calidad Del Servicio

(Hernández, 2009) define que: *“La calidad del servicio es un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, cónsona, un compromiso de todos, dentro de un proceso continuo de evaluación y mejoramiento para ganar la lealtad del cliente y diferenciarse de la competencia como estrategia de beneficio”*.

Un servicio es de calidad cuando la empresa hace las cosas bien, satisfaciendo las necesidades y expectativas del consumidor, diferenciándose de la competencia al brindar su servicio con su valor agregado.

3.2.3. Comunicación

(Alcaide, 2010) afirma que *“La fidelización se sustenta en una muy eficaz gestión de las comunicaciones empresa-clientes. Como es sabido y ha sido innumerables veces*

demostrado y comprobado, la fidelización implica crear una fuerte connotación emocional”.

El autor resalta la importancia de la comunicación con el usuario, ya que a través de ello podemos lograr una fidelización empresa-cliente, brindando un trato atento, cordial y eficaz de forma ágil y oportuna creamos una conexión emocional con nuestros usuarios.

3.2.4. Relación A Largo Plazo Y Rentabilidad

(Alcaide, 2010) explica que: *“La creación y desarrollo de una relación a largo plazo es lo que permite a las empresas generar los niveles más altos de rentabilidad de su base de clientes. Cuanto más prolongada en la relación, mayor rentabilidad se genera para la empresa”.*

Una vez que la institución ha logrado influir positivamente en cada usuario que utiliza el servicio de transporte, es necesario crear una relación a largo plazo, a través de estrategias que permitan solventar inquietudes, creando un servicio de lealtad.

3.2.5. Reingeniería

(Chase et al, 2009) afirman que *“La reingeniería se refiere a lograr un mejoramiento significativo en los procesos, de manera que se cumpla con los requerimientos contemporáneos del cliente en lo que concierne a calidad, rapidez, innovación, ajuste a las necesidades del cliente y servicio”.*

La reingeniería dentro de una organización se da cuando una entidad logra entender cada una de las necesidades y expectativas del cliente al momento de recibir un servicio, es ahí cuando se potencia los esfuerzos que permiten lograr un mejoramiento significativo en los procesos requeridos, de forma ágil, oportuna y con calidad. De esta forma a través de la identificación oportuna de procesos que generen un estancamiento en la empresa, la reingeniería pretende transformarlos en procesos que contribuyan de forma eficiente al desempeño y fortalecimiento organizacional.

3.2.6. Posicionamiento

“El posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que se hace en la mente de los probables clientes o personas a las que se quiere influir, o sea, cómo se ubica el producto en la mente de estos”. (Trout, 2010)

El valor de una marca se mide en el nivel en que este influye positivamente en la mente de los usuarios, es decir a como ellos se sienten al momento de utilizar nuestro servicio de transporte, es por esto que es muy importante que la Cooperativa de Transportes Sangay cuente con procesos de calidad que den como resultado un servicio que influya positivamente en los potenciales nuevos clientes de una organización.

3.2.7. Satisfacción Del Cliente

(Kotler, 2001), define la satisfacción del cliente como:

En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable par ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha taspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, et...) de las empresas exitosas. Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, como definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en que consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr tan anhelada satisfacción del cliente.

Es importante mantener a un usuario feliz y captar nuevos clientes, la empresa no debe dejar de escuchar la voz de sus usuarios y funcionarios, sus quejas, sugerencias e inquietudes con calidez y excelencia serán la vía en la cual la marca pueda ser posesionada

en la mente del consumidor, a través de la satisfacción de las necesidades tanto del usuario interno y externo.

3.2.8. Mejora De Procesos

(Harrington, 1993), define a la mejora de procesos como: “Una mejora de proceso significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso”.

La empresa debe conocer e identificar cada una de sus fortalezas y debilidades, con el propósito de corregir lo que se está haciendo mal, y mejorar lo que se está haciendo bien, de tal forma pueda fortalecerse internamente en cada una de sus funciones contribuyendo de forma eficiente al mejoramiento continuo de la institución.

3.2.9. Estrategia Empresarial

La estrategia empresarial es el núcleo del futuro de cualquier empresa moderna. Con el desarrollo de nuevas técnicas de dirección de empresas se ha convertido en un poderoso instrumento mediante la cual se analizan las condiciones del mercado, las condiciones competitivas, las ventajas, y los inconvenientes en la introducción de un nuevo producto, los recursos materiales y financieros necesarios y muchas otras cuestiones. (Carro y Gonzales, 2005)

La estrategia empresarial analiza los factores externos que pueden afectar positiva o negativamente a la institución, con el propósito de asentar las bases sobre la cual se desarrollarán las estrategias que permitan alcanzar los objetivos institucionales.

3.2.10. Eficiencia

“Se refiere a la proporción de la producción real de un proceso en relación con algún parámetro, otra forma de utilizar el término eficiencia es para medir la ganancia o la pérdida de un proceso”. (Chase, Jacobs y Aquilanos, 2009)

La eficiencia se refiere a la cantidad de recursos utilizados al momento de cumplir con las actividades encomendadas, de tal forma de generar ahorro en los recursos utilizados dentro de cada proceso dentro de la organización.

3.2.11. Eficacia

“Significa hacer lo correcto a efecto de crear el valor máximo posible para la compañía. Ser eficiente significa utilizar la menor cantidad posible de los recursos necesarios para la realización de un proceso”. (Chase, Jacobs y Aquilanos, 2009)

El autor define a la eficacia como el efecto de cumplir de forma oportuna las actividades encomendadas dentro del proceso de producción o servicio que brinda la organización.

3.2.12. Diseño De Productos De Los Servicios

Los productos de los servicios son muy diferentes porque el cliente tiene una participación directa en el proceso. Esta participación del cliente provoca que el proceso sea mucho más variable en cuanto al tiempo que toma servir al cliente y también al grado de conocimiento que requieren los empleados de la empresa. Cuando se crea un nuevo servicio o se modifica uno existente el tema de cómo se acoplará con el cliente es muy importante. (Chase, Jacobs y Aquilanos, 2009)

Para que una empresa pueda mejorar el servicio que brinda es necesario que se conozca las necesidades y expectativas de sus usuarios, por lo cual al momento de diseñar o modificar un servicio se debe tomar en cuenta el tiempo y personal capacitado que sea capaz de interactuar de forma agradable con cada uno de los clientes.

3.2.13. Administración Por Calidad Total

La administración por calidad total se puede definir como la administración de toda la organización de modo que sobresalga en todas las dimensiones de productos y servicios que son importantes para el cliente, principalmente tiene dos objetivos operacionales fundamentales.

1. Diseño cuidadoso del producto o servicios.

2. Garantizar que los sistemas de la organización pueden producir consistentemente el diseño.

Estos dos objetivos solo se logran si toda la organización está orientada a los mismos, de ahí el término de administración por calidad total. (Chase, Jacobs y Aquilanos, 2009)

La administración por calidad total es una filosofía que adopta la organización, en la cual se integran sus diferentes áreas de servicio, creando un sentido de pertenencia en cada uno de sus empleados; con el fin de garantizar que a través de la unión de esfuerzos de cada uno de los departamentos, este encaminada hacia el cumplimiento de cada uno de los objetivos institucionales.

4. Metodología

4.1.Método

Deductivo

Se utilizó el método deductivo, puesto que se establece un principio general a través de los fenómenos que se observan en el desarrollo del estudio, el cual nos lleva a un conocimiento particular, para poder establecer mejoras significativas dentro de la organización. Es decir, se partió de la observación del problema real de la coop. Sangay, mismo que llevó al planteamiento de la hipótesis donde se pretende comprobar si la fidelidad de los usuarios en la Cooperativa de Transportes Sangay, incide en la calidad del servicio en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, período 2016....., llevando a establecer sus propias conclusiones y verificando el cumplimiento de los objetivos

4.2.Tipos De Investigación

4.2.1. De Campo

Se realizó una investigación de campo puesto para el efecto de este estudio se necesita recopilar información interna y externa, es decir; de los usuarios y funcionarios de la Cooperativa de Transportes Sangay, en la cual se asentó las bases para el desarrollo de estrategias que contribuyan al beneficio de la organización.

4.2.2. Descriptiva

Describe propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice en el desarrollo de la investigación, como el trato a los usuarios, estado de las unidades y cada una de las variables que inciden al momento de trasladarse de un lugar a otro.

4.3.Diseño De La Investigación

En la Cooperativa de Transportes Sangay se realizó un análisis sistemático de los problemas que atraviesa la institución, 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 los métodos de investigación conocidos, por lo tanto, en base a los objetivos planteados, se desarrollará una investigación explicativa, puesto que no se manipulan las variables.

4.4.Población Y Muestra

4.4.1. Población

Tabla 1 Población Interna

CARGO	NÚMERO
Jefe de Agencia	1
Atención al Cliente	1
Bodeguero	1
TOTAL	3

Fuente: Cooperativa de Transportes Sangay
Elaborado por: Jhoselin Parra

Tabla 2 Población Externa

CARGO	NÚMERO
Usuarios	600
TOTAL	600

Fuente: Cooperativa de Transportes Sangay
Elaborado por: Jhoselin Parra

4.4.2. Muestra

La Cooperativa de Transportes Sangay cuenta con poco personal, por lo que se aplicará una entrevista a todos los empleados, mientras que en los usuarios del servicio de transporte; se determinó una muestra con el que se desarrolló el presente trabajo de titulación mediante la aplicación de encuestas.

Usuario Diarios En un Feriado, donde es la mayor afluencia de pasajeros: 150

Número de días feriado: 4

Usuarios del servicio de transporte: 600

$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

$$n = \frac{600}{0,05^2(600 - 1) + 1}$$

$$n = 240$$

Donde:

m: Total Población

n: Tamaño de la muestra

e²: Nivel de error permitido (5%)

4.5. Técnicas E Instrumentos Para La Recopilación De Datos

4.5.1. Técnicas

De acuerdo a la investigación se empleó técnicas como la entrevista, encuestas y la observación directa, mismas que sirvieron de apoyo para el diagnóstico y desarrollo de la investigación.

- **Entrevista:** La entrevista estuvo dirigida a los empleados (3 de acuerdo a la población) de la Cooperativa de Transportes Sangay, con la finalidad de familiarizarse con las actividades que se realizan dentro de la institución, además de establecer tiempo y limitación del trabajo de investigación.
- **Encuesta:** Las encuestas están diseñadas en base a la razón de ser de la investigación, las mismas vienen dirigidas a los usuarios del servicio de transporte en la ciudad de Riobamba, con el propósito de obtener información suficiente y competente sobre el desarrollo de las actividades de la organización.
- **Observación:** Se analizó el comportamiento de funcionarios y usuarios al momento en que se desarrollan las actividades propias del servicio brindado, para emitir un criterio justo y profesional al momento de determinar la calidad que perciben los usuarios de la Cooperativa de Transportes Sangay.

4.5.2. Instrumentos

- **Guía de entrevista**

Las entrevistas y el entrevistador son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento

eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. (Galindo. 1998)

- **Cuestionario de Encuesta**

Las preguntas del cuestionario pueden ser estructuradas o semi estructuradas, que se basan en una guía de asuntos o preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados. (Hernández, 2003)

- **Ficha de Observación**

Con la observación se realiza un uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación. (Sabino, 1992)

4.6. Técnicas De Procesamiento De La Información

Para el análisis de los datos se utilizó cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación, mientras que para el procesamiento de datos se utilizó Microsoft Office Excel; con el cual obtuvimos porcentajes, gráficos y cuadros estadísticos, de tal manera que se facilite el análisis cualitativo y cuantitativo de la información.

5. Resultados y Discusión

5.1. Guía de Observación

Datos De La Institución

Nombre: Cooperativa de Transportes Sangay
Dirección: Avenida de La Prensa 20 y Rey Cacha
Fecha: Viernes, 25 de agosto del 2017

Características De La Oficina

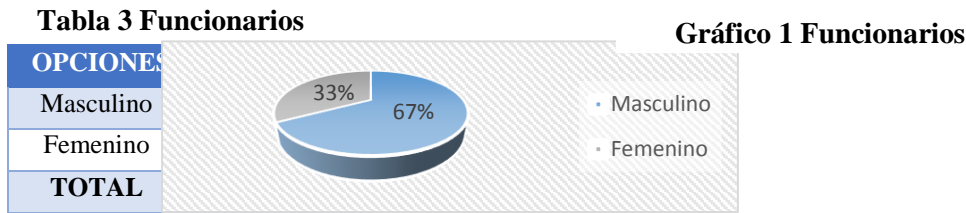
Atributo	CUMPLE	
	SI	NO
Limpieza del establecimiento	X	
Recursos Tecnológicos	X	
Equipo de oficina	X	
Muebles y Enseres	X	
Baño	X	
Estacionamiento		X

Características De Las Unidades De Transporte Y Personal

Atributo	CUMPLE	
	SI	NO
Asientos Cómodos	X	
Wifi	X	
Aire Acondicionado	X	
Audio y Video	X	
Llantas en buen estado	X	
Limpieza de la Unidad	X	
Ayudan a pasajeros con el equipaje	X	
Son cordiales y atienden adecuadamente	X	
Están correctamente uniformados	X	
Prestan facilidades a personas vulnerables	X	

5.2. Entrevista para los funcionarios de la Cooperativa de Transporte Sangay.

5.2.1. Pregunta 1. Género



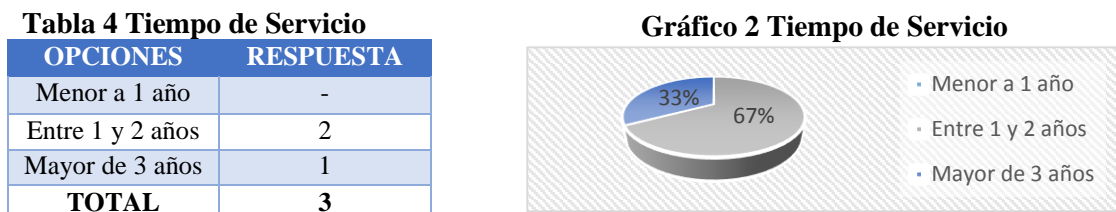
Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 3
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 67% de los funcionarios son hombres, mientras que el 33% mujer, los cuales han sido ubicados en base a los requerimientos y necesidades de la institución.

5.2.2. Pregunta 2. ¿Cuál es el tiempo de servicio que lleva prestando a la institución?



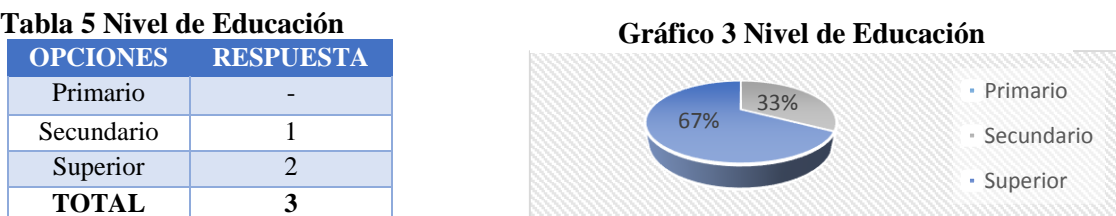
Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 4
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 67% lleva un tiempo de servicio entre uno y dos años, mientras que el 33% lleva un tiempo de servicio de más de 3 años.

5.2.3. Pregunta 3. Indique su nivel de Educación.



Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 5
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 33% posee estudios secundarios, mientras que el 67% posee estudios superiores. Los requerimientos de la institución al momento de contratar a una persona se fundamentan en las actividades que se debe realizar, brindando oportunidades de trabajo dentro de la ciudad.

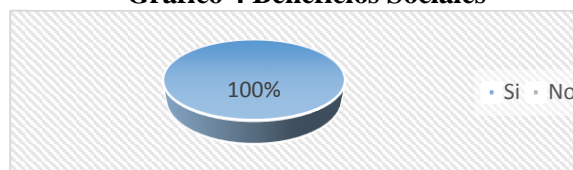
5.2.4. Pregunta 4. ¿Recibe los beneficios sociales que tiene como trabajador?

Tabla 6 Beneficios Sociales

OPCIONES	RESPUESTA
Si	3
No	-
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 4 Beneficios Sociales



Fuente: Tabla de Encuesta N° 6

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 100% posee los beneficios sociales que se establece en la normativa ecuatoriana, demostrando que se cumple y se respeta los derechos de los trabajadores dentro de la institución.

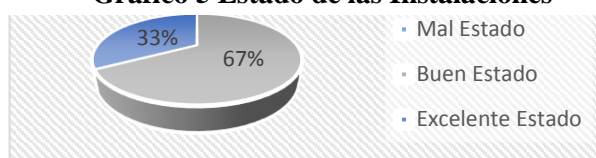
5.2.5. Pregunta 5. Las instalaciones donde realiza sus actividades se encuentran en:

Tabla 7 Estado de las Instalaciones

OPCIONES	RESPUESTA
Mal Estado	-
Buen Estado	2
Excelente Estado	1
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 5 Estado de las Instalaciones



Fuente: Tabla de Encuesta N° 7

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 67% aprecia que las instalaciones se encuentran en buen estado, mientras que el 33% en excelente estado. Reflejando el cuidado que se ha dado a la oficina de la Cooperativa de Transportes Sangay por parte de sus empleados.

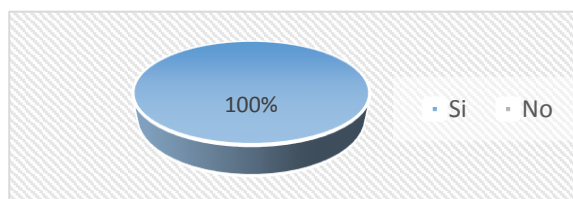
5.2.6. Pregunta 6. ¿Cuenta con todos los instrumentos necesarios para realizar su función de forma óptima?

Tabla 8 Desarrollo de Funciones

OPCIONES	RESPUESTA
Si	3
No	-
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 6 Desarrollo de Funciones



Fuente: Tabla de Encuesta N° 8

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 100% cuenta con los instrumentos necesarios para el desarrollo de sus funciones; debido al cuidado, abastecimiento y mantenimiento oportuno de los equipos y suministros con que cuenta la institución.

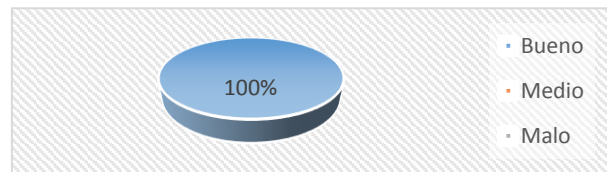
5.2.7. Pregunta 7. ¿Cómo califica usted el ambiente laboral dentro de la institución?

Tabla 9 Ambiente Laboral

OPCIONES	RESPUESTA
Bueno	3
Medio	-
Malo	-
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra
Fuente: Tabla de Encuesta N° 9

Gráfico 7 Ambiente Laboral



Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 100% considera que el ambiente laboral es bueno. En relación con el tiempo que llevan trabajando juntos han logrado compartir un ambiente de amistad y camaradería dentro de la institución; permitiendo así desarrollar sus funciones de forma eficiente.

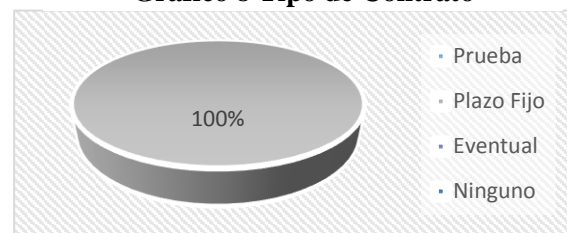
5.2.8. Pregunta 8. ¿Qué tipo de contrato de trabajo mantiene con la institución?

Tabla 10 Tipo de Contrato

OPCIONES	RESPUESTA
Prueba	-
Tiempo Fijo	3
Eventual	-
Ninguno	-
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 8 Tipo de Contrato



Fuente: Tabla de Encuesta N° 10
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según las respuestas de las personas encuestadas, el 100% posee contrato por tiempo fijo, es decir todos los empleados poseen una estabilidad laboral por el tiempo pactado en el contrato de trabajo.

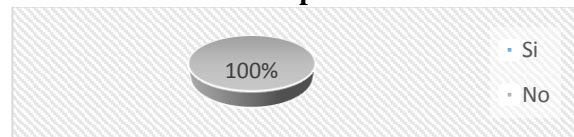
5.2.9. Pregunta 9. ¿Se realiza capacitaciones dentro de la institución?

Tabla 11 Capacitaciones

OPCIONES	RESPUESTA
Si	-
No	3
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 9 Capacitaciones



Fuente: Tabla de Encuesta N° 11

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 100% declara que no se realizan capacitaciones dentro de la institución, lo que puede afectar en el rendimiento y compromiso con la organización.

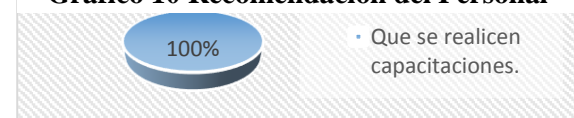
5.2.10. Pregunta 10. ¿Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar el desempeño dentro de la institución?

Tabla 12 Recomendación del Personal

OPCIONES	RESPUESTA
Que se realicen capacitaciones.	3
TOTAL	3

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 10 Recomendación del Personal



Fuente: Tabla de Encuesta N° 12

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 100% sugiere que se realicen capacitaciones periódicas en temas concernientes a las actividades que se realizan, lo cual aportaría a la mejora del servicio al cliente, contribuyendo al crecimiento organizacional de la Cooperativa de Transportes Sangay.

5.3. Entrevista para los usuarios de la Cooperativa De Transporte Sangay

5.3.1. Pregunta 1. Género

ANÁLISIS

De los usuarios encuestados, el 55% son mujeres, mientras que el 45% son hombres; en el país existe una igualdad al momento de viajar ya que hombres y mujeres se trasladan con el fin de realizar sus actividades cotidianas.

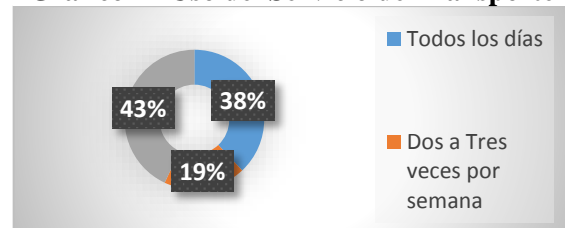
5.3.2. Pregunta 2. ¿Cada cuánto utiliza usted el servicio de la Cooperativa de Transportes Sangay?

Tabla 13 Uso del Servicio de Transporte

OPCIONES	RESPUESTA
Todos los días	91
Dos a Tres veces por semana	46
Fines de semana	103
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 11 Uso del Servicio de Transporte



Fuente: Tabla de Encuesta N° 14
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 19% viaja de dos a tres veces por semana, el 38% todos los días, y el 43% los fines de semana, evidenciándose que los días de mayor uso de las frecuencias de transporte se dan los fines de semana, esto debido a que la mayoría de las familias ecuatorianas viajan con mayor frecuencia los días de descanso.

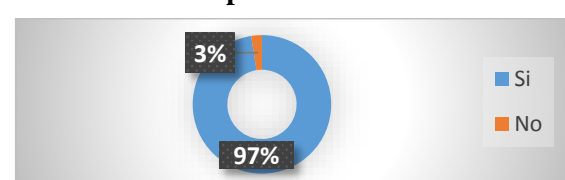
5.3.3. Pregunta 3. ¿El trato que obtuvo en ventanilla dentro de la oficina fue cortés y atento?

Tabla 14 Comportamiento en Ventanilla

OPCIONES	RESPUESTA
Si	234
No	6
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 12 Comportamiento en Ventanilla



Fuente: Tabla de Encuesta N° 15
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 97% expresa que obtuvo un trato cortés y atento en ventanilla, mientras que el 3% expresa que su trato no fue el adecuado. En consecuencia, se entiende que se brinda un servicio de calidad.

5.3.4. Pregunta 4. ¿Cómo juzga el aspecto del personal?

Tabla 15 Aspecto del Personal

OPCIONES	RESPUESTA
Excelente	-
Bueno	58
Promedio	91
Inapropiado	7
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 13 Aspecto del Personal



Fuente: Tabla de Encuesta N° 16

Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 5% considera que el aspecto del personal es inapropiado, el 37% bueno y el 58% promedio. Entonces se debe mejorar el aspecto del personal de la cooperativa.

5.3.5. Pregunta 5. ¿Cómo juzga el aspecto de nuestras unidades de transporte?

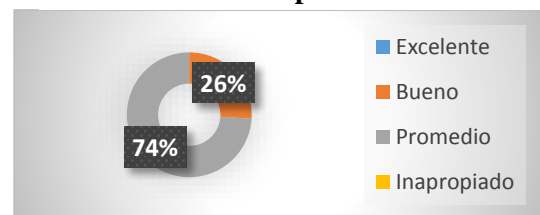
Tabla 16 Imagen de las Unidades de Transporte

OPCIONES	RESPUESTA
Excelente	-
Bueno	62
Promedio	178
Inapropiado	-
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 17

Gráfico 14 Imagen de las Unidades de Transporte



Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 74% considera que las unidades de transporte se encuentran en un estado promedio, mientras que el 26% en buen estado; debido a que dentro de la institución no existe una ordenanza que establezca el tiempo en que se debe realizar una actualización de la unidad de transporte.

5.3.6. Pregunta 6. ¿Nuestra unidad de transporte le genera seguridad al momento de viajar?

Tabla 17 Sensación de Seguridad al Viajar

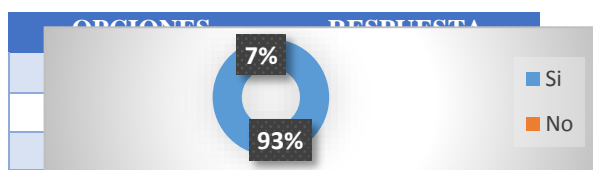


Gráfico 15 Sensación de Seguridad al Viajar

Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 18

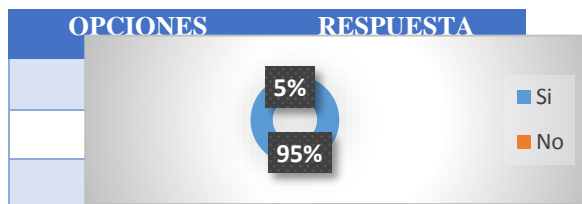
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de las personas encuestadas, el 93% se siente seguro al viajar en Cooperativa de Transportes Sangay, mientras que el 7% responde que no se siente seguro. En general la empresa genera seguridad al viajar porque no se han registrado accidentes de tránsito en los últimos 4 años.

5.3.7. Pregunta 7. ¿Obtuvo un trato cortés y personalizado dentro de la unidad de transporte?

Tabla 18 Servicio dentro de la Unidad de Transporte



Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 16 Servicio dentro de la Unidad de Transporte

Fuente: Tabla de Encuesta N° 19
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 5% respondió que no recibió un trato cortés, mientras que el 95% expresó su satisfacción con el trato recibido dentro de la unidad. Existen casos en los que el usuario se siente inconforme por cambio de horarios o frecuencias que se dan por motivos externos a la institución.

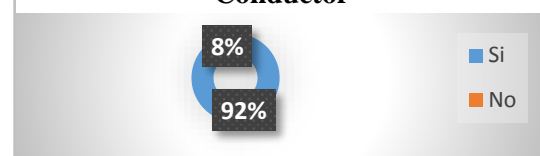
5.3.8. Pregunta 8. ¿El chofer de la unidad condujo dentro del rango de Velocidad establecido en la ley?

Tabla 19 Rango de Velocidad del Conductor

OPCIONES	RESPUESTA
Si	221
No	19
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Gráfico 17 Rango de Velocidad del Conductor



Fuente: Tabla de Encuesta N° 20
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 8% señaló que el conductor no respetó el límite de velocidad establecido por la ley, mientras que el 92% señaló que el conductor si lo hizo, dejando en evidencia que hay choferes que conducen de manera inapropiada, generando una imagen que podría afectar de forma negativa a la institución.

5.3.9. Pregunta 9. ¿El tiempo que duró el viaje fue el apropiado?

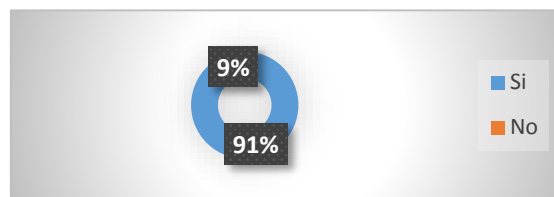
Tabla 20 Duración del Viaje

OPCIONES	RESPUESTA
Si	218
No	22
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 21

Gráfico 18 Duración del Viaje



Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 91% considera que la duración del viaje fue el apropiado, mientras que el 9% considera que la duración del viaje no fue el apropiado, esto difiere la respuesta de la pregunta anterior porque los conductores de la Cooperativa de Transportes Sangay conducen bajo los límites de velocidad establecidos en la ley, cumpliendo con el tiempo de acuerdo a la distancia recorrida en sus rutas.

5.3.10. Pregunta 10. Califique su impresión global de la experiencia al usar el servicio de Cooperativa de Transportes Sangay.

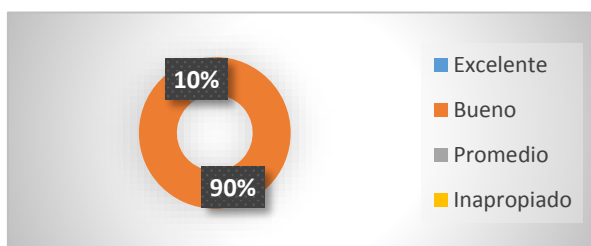
Tabla 21 Opinión del Servicio de Transporte

OPCIONES	RESPUESTA
Excelente	-
Bueno	215
Promedio	25
Inapropiado	-
TOTAL	240

Elaborado por: Jhoselin Parra

Fuente: Tabla de Encuesta N° 22

Gráfico 19 Opinión del Servicio de Transporte



Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

Según la respuesta de los usuarios encuestados, el 10% califica su experiencia del servicio como promedio, mientras que el 90% califica como buena su experiencia con el uso de las unidades de transporte. La Cooperativa de Transportes Sangay cuenta con importantes fortalezas que deben ser perfeccionadas con el fin de lograr su consolidación dentro del sector transporte en el país.

5.4. Análisis Situacional

Tabla 22 Matriz FODA
FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Personal con experiencia	No se realizan capacitaciones al personal
Buen ambiente laboral	Reducido espacio de trabajo en la oficina
Buen trato al cliente	No poder llegar a todos los destinos del país.
Confianza de los usuarios al viajar	La imagen del personal no es impecable.
Conductores responsables	Unidades de transporte no se han modernizado.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Nuevas tendencias al viajar	Carreteras en mal estado.
Aumento de la demanda de pasajeros en los días feriados.	Desastres Naturales
Ampliar las rutas de viaje, para llegar a más puntos del país.	Aparecimiento de nuevas cooperativas de transporte.
Convenio con Agencia de Viajes y Turismo.	Aumento de precios de repuestos.
Crecimiento de la población.	Alto índice de accidentes de tránsito en el país.

Fuente: Cooperativa de Transporte Sangay
Elaborado por: Jhoselin Parra

ANÁLISIS

La Cooperativa de Transportes Sangay debe potencializar sus fortalezas, como la confianza y seguridad que tienen los usuarios al viajar en alguna de sus unidades, capacitar a sus funcionarios y considerar ampliar los destinos del país a los que llegan, generando un crecimiento institucional a nivel nacional, de igual forma debe aprovechar las oportunidades de crecimiento que tiene, con el fin de potenciar fortalezas y contrarrestar amenazas que pueden afectar a la institución.

5.5. Indicadores

- **Frecuencia de uso del Servicio de Transporte en la Frecuencia**

Uso del Servicio de Transporte 2016

Uso del Servicio de Transporte 2015

600

480

TOTAL: 1,25

ANÁLISIS

El servicio de la Cooperativa de Transportes Sangay, ha incrementado en un 25%, fruto del compromiso y responsabilidad de sus conductores con el confort y seguridad de los pasajeros en cada uno de los viajes.

- **Accidentes de Tránsito de la Empresa de Transportes Sangay**

Accidentes de Tránsito en el año 2015

Accidentes de Tránsito en el año 2016

$\frac{0}{0}$

TOTAL: 0

ANÁLISIS

No se registran accidentes de tránsito en los que se encuentre involucrado alguna unidad de la Cooperativa de Transportes Sangay, esto incide en el crecimiento de los usuarios, ya que en la actualidad lo que el usuario busca al momento de viajar es seguridad.

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

La Cooperativa de Transportes Sangay cuenta con importantes fortalezas que no han sido potencializadas por parte de sus directivos, el gozar con la confianza de los usuarios al momento de viajar es el factor más importante cuando una persona se decide a movilizarse de un lugar a otro.

Las encuestas y el uso de indicadores permitieron determinar el grado de satisfacción y como incide su servicio en los usuarios al momento de viajar, arrojando resultados en los que se aprecia que la Cooperativa de Transportes Sangay cuenta con un alto grado de aprobación y aceptación por la sociedad, esto como resultado de años de experiencia en el mercado, buen trato al señor pasajero, y cumplimiento de los límites de velocidad legalmente establecidos, cabe mencionar que existen casos puntuales en la que los conductores infringen los límites de velocidad establecidos.

Al verificar la información de las encuestas, se logra evidenciar que los clientes mantienen su preferencia a la Cooperativa de Transportes Sangay por los servicios, seguridad, respeto a las normas de tránsito, responsabilidad y demás virtudes que le permite a la empresa fidelizar a sus clientes.

6.2.Recomendaciones

Se recomienda al directivo de la Cooperativa de Transportes Sangay realizar e implementar estrategias que hagan uso de las fortalezas con que cuenta la institución de tal forma que se pueda contribuir al crecimiento institucional, considerando ampliar las rutas que recorre esta institución dentro del país.

A pesar de que en su gran mayoría los usuarios demuestran su conformidad con el servicio brindado, se recomienda que se tenga mayor control sobre el servicio que brinda cada unidad de transporte, porque las acciones irresponsables de ciertos conductores o empleados invade negativamente en la aceptación y preferencia de los clientes.

Se recomienda al directivo de la institución realizar cursos de capacitación periódicos al personal que labora dentro de la institución, para potenciar los servicios y ampliar la cartera de clientes dentro del territorio nacional.

7. Bibliografía

Alcaide, J. (2010). *Fidelización de los Clientes*. ESIC Editorial. España

Carro, Gonzáles. (2005). *Estrategia de Producción y Operaciones*. Tercera Edición.

Chase. Jacobs, Aquilano (2009). *Administración de Operaciones Producción y Cadena de Suministros*. Duodécima edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores. México.

Cisneros, G.; Molina, J. (1996): *Fidelización efectiva: no caiga en los errores más frecuentes*. Harvard-Deusto

Córdoba, A. (2012). *Gerencia Financiera Empresarial*. Ecoe. México

García, Paredes. (2014). *Estrategias Financieras Empresariales*. Grupo Editorial Patria. México.

Harrington, J. (1993). *Mejoramiento de los Procesos de la Empresa*. McGraw-Hill. México.

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C. y Atencio Cárdenas, E. (2009). *Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos*. Venezuela.

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Pearson Educación. México.

Koontz, Weihrich, Cannice. (2012). *Administración una perspectiva Global y Empresarial*. McGraw-Hill/Interamericana Editores. México.

Longenecker, Moore, Petty, Palich. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas. Lanzamiento y Crecimiento de Iniciativas Emprendedoras*. CengageLearning Editores. México.

Trout, J. (2010). *Marketing de Guerra*. McGraw-Hill. México.

8. Anexos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los usuarios de la Cooperativa de Transportes Sangay, en la ciudad de Riobamba.

Objetivo: Conocer el grado de satisfacción de los usuarios al momento de utilizar el servicio de la Cooperativa de Transportes Sangay.

Instructivo: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una **X** la respuesta que considere conveniente.

1. Género:

MASCULINO _____ FEMENINO _____

2. ¿Cada cuánto utiliza usted el servicio de la Cooperativa de Transportes Sangay?

Todos los días ____ Dos a Tres veces por semana ____ Fines de Semana ____

3. ¿El trato que obtuvo en ventanilla dentro de la oficina fue cortés y atento?

SI _____ NO _____

4. ¿Cómo juzga el aspecto del personal?

Excelente ____ Bueno ____ Promedio ____ Inapropiado ____

5. ¿Cómo juzga el aspecto de nuestras unidades de transporte?

Excelente ____ Bueno ____ Promedio ____ Inapropiado ____

6. ¿Nuestra unidad de transporte le genera seguridad al momento de viajar?

SI _____ NO _____

7. ¿Obtuvo un trato cortés y personalizado dentro de la unidad de transporte?

SI _____ NO _____

8. ¿El chofer de la unidad condujo dentro del rango de Velocidad establecido en la ley?

SI _____ NO _____

9. ¿El tiempo que duró el viaje fue el apropiado?

SI _____ NO _____

10. Califique su impresión global de la experiencia al usar el servicio de Cooperativa de Transportes Sangay.

Excelente _____ Bueno _____ Promedio _____ Inapropiado _____

Muchas Gracias por su Colaboración



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los funcionarios de la Cooperativa de Transportes Sangay, en la ciudad de Riobamba.

Objetivo: Recolectar datos relevantes del desempeño y satisfacción laboral con el fin de poder evaluar internamente el crecimiento de la institución.

Instructivo: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una **X** la respuesta que considere conveniente con total honestidad.

1. Género

Masculino _____ Femenino _____

2. ¿Cuál es el tiempo de servicio que lleva prestando a la institución?

Menor a 1 año _____ Entre 1 y 2 años _____ Más de 3 años _____

3. Indique su nivel de educación

Primario _____ Secundario _____ Superior _____

4. ¿Recibe ud los beneficios sociales que tiene como trabajador?

Si _____ No _____

5. Las instalaciones donde realiza su trabajo se encuentran en:

Mal Estado _____ Buen Estado _____ Excelente Estado _____

6. ¿Cuenta con todos los instrumentos necesarios para realizar su función de forma óptima?

Si _____ No _____

7. ¿Cómo califica Ud. el ambiente laboral dentro de la institución?

Bueno _____ Medio _____ Malo _____

8. ¿Qué tipo de contrato de trabajo mantiene con la institución?

Prueba _____ Plazo Fijo _____ Eventual _____ Ninguno _____

9. ¿Se realiza capacitaciones dentro de la institución?

Si _____ No _____

**10. ¿Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar la calidad en el servicio
brindado a los usuarios de la Cooperativa?**

Muchas Gracias por su Colaboración



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Guía de Observación

DATOS DE LA INSTITUCIÓN

Nombre: _____

Dirección: _____

Fecha: _____

CARACTERÍSTICAS DE LA OFICINA

Atributo	CUMPLE	
	SI	NO
Limpieza del establecimiento		
Recursos Tecnológicos		
Equipo de oficina		
Muebles y Enseres		
Baño		
Estacionamiento		

CARACTERÍSTICAS DE LAS UNIDADES DE TRANSPORTE Y PERSONAL

Atributo	CUMPLE	
	SI	NO
Asientos Cómodos		
Wifi		
Aire Acondicionado		
Audio y Video		
Llantas en buen estado		
Limpieza de la Unidad		
Ayudan a pasajeros con el equipaje		
Son cordiales y atienden adecuadamente		
Están correctamente uniformados		
Prestan facilidades a personas vulnerables		

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES
Fidelidad de los Usuarios	La fidelidad del usuario es cuando el cliente en general escoge una marca específica, y regresa de nuevo a comprar el producto o servicio, porque ya ha tenido una experiencia agradable con el mismo.	Mente del Consumidor Atributos Comunicación Satisfacer Necesidad	Satisfacción del Cliente Diferenciación del Servicio Información de Nuevas Promociones Cantidad Complacer
Calidad del Servicio	Es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio.	Talento Humano Competencias Productivos Actividad Servicio	Eficiencia Eficacia Desempeño Laboral Trabajo en Equipo Rendimiento Supervisión