

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA
(F.A.F.I)



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:
GESTION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y DESARROLLO
EMPRESARIAL EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE
“CIUDAD DE VINCES” DEL CANTON VINCES
LOS RIOS - ECUADOR PERIODO 2014

AUTORES:
Suárez Parrales Sergio Roberto
Rodríguez Castro María Gabriela

DIRECTORA DE TESIS:
Eco. Verónica Merchán

BABAHOYO - ECUADOR

AÑO 2014

DECLARACION Y AUTORIA DE TESIS

Nosotros, **SUAREZ PARRALES SERGIO ROBERTO** y **RODRIGUEZ CASTRO MARIA GABRIELA**, egresados de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, **CERTIFICAMOS** que la Tesis de Grado previo a la obtención del título en la carrera de Ingeniería Comercial, cuyo título es:

GESTION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES” DEL CANTON VINCES – LOS RIOS – ECUADOR PERIODO 2014, es original y de nuestra autoría.

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, nos corresponde exclusivamente y la propiedad intelectual de la misma pertenece a la Universidad Técnica de Babahoyo.

Suárez Parrales Sergio Roberto

C.I. 1207100189

Rodríguez Castro María Gabriela

C.I. 1207178359

DEDICATORIA

Por iluminar y guiar cada paso de mi vida dedico este trabajo de tesis a Dios, por ser un pilar fundamental ya que con él todo es posible.

A mis padres, Sergio y Marjorie que con mucho amor y cariño me guían por el camino del bien y siempre me motivan a alcanzar mis objetivos.

A mis familiares y amigos por el apoyo moral que me han brindado, además quisiera dejar una enseñanza en cada uno de ellos, que cuando se quiere algo en la vida no hay tiempo ni obstáculo que no los impida lograr.

Sergio.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres y mi familia.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidando y guiando mis pasos siempre con fortaleza para continuar.

A mis padres, Alberto y Silvia quienes han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo constantemente.

A mis hermanos por brindarme su apoyo incondicional día a día.

A mi esposo, Alex por apoyarme en todo momento.

A mi hijo, Sebastián mi vida, mi amor y mi razón de ser.

A mi familia por confiar y creer en mi capacidad intelectual.

Por eso y mucho más dedico a ustedes este gran logro.

María Gabriela.

AGRADECIMIENTO

Incondicionalmente a Dios por darme salud y fuerza para luchar en el camino de la vida.

A mis padres, los seres más importante en mi vida, por los valores que me han inculcado y apoyarme en las buenas y en las malas sobre todo por su paciencia y apoyo incondicional.

A la Universidad Técnica de Babahoyo y a la Facultad de Administración, Finanzas e Informática por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Gracias a mi directora de tesis la Eco. Verónica Merchán y a mi lector el Lcdo. Holger Neira por haberme brindado su tiempo y apoyo, además por haberme compartido sus conocimientos y amistad.

A María por haber sido una excelente compañera de tesis, por haberme tenido la paciencia necesaria y por su apoyo incondicional.

A mis amigos por confiar y creer en mí y haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidare.

Sergio.

AGRADECIMIENTO

Expreso infinita gratitud, a Dios por permitirme estar con vida y por tener a los seres que más quiero junto a mí.

A mis padres y hermanos por aconsejarme y guiarme siempre buscando mi bienestar y realización profesional.

A mi esposo e hijo por amarme y enseñarme a vencer juntos las adversidades.

A mis tutores por demostrarme que con perseverancia, esfuerzo y dedicación se logran los objetivos y metas planteadas.

A mi amigo Sergio por su amistad y apoyo incondicional.

Y finalmente mi eterno agradecimiento a la Universidad Técnica de Babahoyo y Facultad de Administración, Finanzas e Informáticas por abrirnos sus puertas y prepararnos para un futuro competitivo lleno de oportunidades.

María Gabriela.

RESUMEN EJECUTIVO

En el capítulo I se describe los objetivos que se desean lograr en el desarrollo de la investigación en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” conforme a los lineamientos requeridos.

Dentro del capítulo II se detallan los antecedentes investigativos que tienen similitud a la presente investigación, el marco teórico que fundamenta el tema de estudio. Además se realizó la hipótesis para ser un respectivo análisis para su verificación.

Los resultados de la investigación lo encontramos en el capítulo III, donde se muestra la interpretación y discusión de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” información que se verifico mediante la observación y procesándola para mostrarlas en gráficos de barras con sus respectivo análisis.

El capítulo IV contiene las conclusiones del presente trabajo de investigación.

Para las recomendaciones, el cual se espera sea aplicado oportunamente se expresan en el capítulo V.

Se desarrolló la propuesta de intervención en el capítulo VI de la presente tesis.

En el capítulo VII encontramos las fuentes bibliográficas.

Y por último en el capítulo VIII los anexos que son el soporte de la presente investigación.

ÍNDICE

PORTADA	i
DECLARACION Y AUTORIA DE TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INTRODUCCIÓN	1
I. OBJETIVOS.....	3
1.1. Objetivo general.....	3
1.2. Objetivos específicos.....	3
II. MARCO REFERENCIAL.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Marco Teórico.....	5
2.2.1 Generalidades de la Cooperativa de Transportes Ciudad de Vinces.....	5
2.2.1.1 Ubicación geográfica	8
2.2.1.2 Misión	9
2.2.1.3 Visión.....	9
2.2.1.4 Valores corporativos	9
2.2.1.5 Rutas y frecuencias	10
2.2.1.6 Estructura organizacional.....	11
2.2.2 Gestión de la calidad.....	11
2.2.3 La Calidad y la Gestión	15
2.2.4 Aseguramiento de la Calidad	16
2.2.5 Calidad en el Servicio	17
2.2.5.1 Los servicios y sus características	18

2.2.5.2 Dimensiones de la calidad del servicio	19
2.2.6 Modelo SERVQUAL	20
2.2.6.1 El cuestionario SERVQUAL	22
2.2.6.2 Aplicaciones del SERVQUAL.....	24
2.3. Postura Teórica.....	25
2.4. Hipótesis.	25
2.4.1. Hipótesis General.	26
2.4.2. Hipótesis Específicas.	26
III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	26
3.1 Descripción de resultados.....	26
3.2. Interpretación y discusión de resultados.....	53
IV. CONCLUSIONES	59
V. RECOMENDACIONES	60
VI. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....	61
6.1. Título.....	61
6.2. Objetivos de la propuesta.....	61
6.2.1. General.....	61
6.2.2 Específicos.	61
6.3. Justificación.....	61
6.4. Factibilidad de la propuesta.....	62
6.5. Actividades.....	62
6.5.1 Introducción	63
6.5.2 Objetivo	63
6.5.3 Alcance	63
6.5.4 Responsables	64
6.5.5 Cadena de valor o secuencia del servicio.	64
6.5.6 Procedimientos y criterios de calidad en relación a las diferentes etapas del servicio.	65
6.5.7 La calidad de servicio depende exclusivamente de 5 dimensiones esenciales que son:	71
6.6. Evaluación de la propuesta	72
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	73
VIII. ANEXOS	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Ubicación</i>	8
Gráfico 2: Valores corporativos	10
Gráfico 3: Estructura Organizacional	11
Gráfico 4: Modelo Servqual	22
Gráfico 5: Estado mecánico de las unidades	29
Gráfico 6: Estado físico de las instalaciones interiores de los vehículos	30
Gráfico 7: Instalaciones de las oficinas	31
Gráfico 8: Expectativas del servicio	33
Gráfico 9: Funciones de los operarios	34
Gráfico 10: Tiempo establecido de envío de bultos y encomiendas	36
Gráfico 11: Interés en solución de problemas hacia los usuarios	37
Gráfico 12: Usuarios en ambientes agradables y seguros	38
Gráfico 13: Amabilidad del personal del servicio	39
Gráfico 14: Personal dispuesto a servir a los usuarios	40
Gráfico 15: Capacidad de respuesta de los miembros	41
Gráfico 16: Imagen de los operarios	42
Gráfico 17: Equidad para los usuarios	44
Gráfico 18: Estado de las encomiendas	45
Gráfico 19: Tipo de atención al usuario	47
Gráfico 20: Capacidad de respuesta sobre información del servicio	48
Gráfico 21: Resultado si demuestra interés por el usuario	50
Gráfico 22: Resultados conforme a los horarios establecidos	51
Gráfico 23: Cadena de valor o secuencia del servicio	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Rutas y frecuencias	10
Tabla 2: Estado mecánico de las unidades	29
Tabla 3: Estado físico de las instalaciones interiores de los vehículos	30
Tabla 4: Instalaciones de las oficinas.....	31
Tabla 5: Expectativas del servicio	33
Tabla 6: Funciones de los operarios	34
Tabla 7: Tiempo establecido de envío de bultos y encomiendas	36
Tabla 8: Interés en solución de problemas hacia los usuarios.....	37
Tabla 9: Usuarios en ambientes agradables y seguros.....	38
Tabla 10: Amabilidad del personal del servicio	39
Tabla 11: Personal dispuesto a servir a los usuarios.....	40
Tabla 12: Capacidad de respuesta de los miembros	41
Tabla 13: Imagen de los operarios	42
Tabla 14: Equidad para los usuarios	44
Tabla 15: Estado de las encomiendas	45
Tabla 16: Tipo de atención al usuario	47
Tabla 17: Capacidad de respuesta sobre información del servicio	48
Tabla 18: Resultado si demuestra interés por el usuario.....	50
Tabla 19: Resultados conforme a los horarios establecidos.....	51
Tabla 20: Resultados del promedio de satisfacción por pregunta	52

INTRODUCCIÓN

El transporte es un factor fundamental de la economía y desarrollo de un país, y en el nuestro no existe una equidad en el sector del transporte, ya que se rigen por distintas Leyes y Reglamentos.

La Cooperativa de Transportes “Ciudad de Vinces” tiene como finalidad primordial promover la ayuda mutua y solidaria entre sus miembros, a fin de obtener un mejoramiento social, económico, cultural y ser más competitiva respecto a la situación del transporte en nuestro país para proyectarse a nivel internacional.

Por otra parte el estudio que se va a realizar va a estar enfocado principalmente en la mala relación con el cliente externo, ya que el confort y la forma en la que el servicio ha sido ofertado, no ha sido la más eficiente para los usuarios.

Todos estos factores provocan que el cliente se sienta insatisfecho y se vea en la necesidad de preferir a la competencia.

Esta investigación busca aportar con métodos y técnicas, a fin de diseñar un plan de calidad del servicio para que la cooperativa y los usuarios se vean beneficiados, y de esta manera exista un desarrollo empresarial y mejora de calidad en el servicio.

El resultado de la investigación aportará con soluciones a corto y largo plazo a los problemas que afectan a la empresa, nuestra acción correctiva busca reducir la insatisfacción del cliente con la aplicación del plan de calidad, y conferencias dirigidas especialmente a los señores chóferes, sus ayudantes, personal administrativo y demás miembros pertenecientes a la institución de manera que toda la organización este a la expectativa por mejorar la calidad.

Además, la Cooperativa obtendrá un personal motivado, con capacidad de asumir cualquier responsabilidad, teniendo como prioridad el desarrollo empresarial para llegar así al prestigio y una buena imagen corporativa.

Por último, contribuirá con generación de empleo de una forma ordenada, pero siempre dando importancia a la capacitación y desarrollo de sus clientes internos.

I. OBJETIVOS

1.1. Objetivo general

- ✓ Evaluar el efecto de la gestión de la calidad del servicio sobre el desarrollo empresarial en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.

1.2. Objetivos específicos

- ✓ Examinar los factores internos y externos que afectan a la gestión de la calidad del servicio de la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.
- ✓ Estudiar el mercado a fin de conocer las expectativas del cliente en cuanto a la gestión de la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.
- ✓ Elaborar una propuesta alternativa que promueva el buen servicio a los clientes de la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.

II. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes.

En la presente investigación hemos tomado como antecedentes trabajos relacionados con nuestro tema, realizados en otras universidades para sustentar nuestra investigación, los cuales nos sirven de base para hacer comparaciones de la problemática situación de la gestión de la calidad del servicio.

Según Galagarra Muñoz Adelaen Rocío (2006), en su proyecto de tesis denominado: “Propuesta de mejoramiento de la gestión administrativa – financiera de la Cooperativa de Transportes Occidentales en la Ciudad de Quito” de la Universidad Tecnológica Equinoccial, se detallan alternativas para el crecimiento y productividad precedente de un diagnóstico situacional el cual resalta el estado de la organización externamente e internamente en el mercado de transportes del país, con base a estos resultados formular estrategias para un mejor desempeño, diseñando un modelo de gestión acorde a las necesidades de la Cooperativa, aplicando los principios de la calidad, y el benchmarking en todas sus áreas, los mismos que ayudan a ganar competitividad, productividad y crecimiento a la organización.

La calidad en el servicio es el factor fundamental para el crecimiento de la organización, ya que si el cliente se siente satisfecho al recibir el servicio este nos preferirá ante la competencia. Además, los precios de los fletes son establecidos con relación a los que rige el mercado; respecto a los empleados, se debería mejorar la atención a los clientes en el área de boletería y administrativa, pues los usuarios no se sienten satisfechos con el trato actual. De acuerdo a la ampliación de rutas podemos decir que cubre gran parte del mercado por lo que los usuarios se sienten conformes, pero existe una parte que opina que se debería incrementar rutas hacia el Oriente,

Tulcán, Ibarra, etc. Los equipos y vehículos con que cuenta se encuentran en buenas condiciones, ya que el parque automotor se está renovando al igual que los equipos.

Según Llescas Ochoa Susana del Carmen (2007), en su tesis denominado: “Proyecto de desarrollo para mejorar el sistema de transportación interprovincial análisis de ruta Guayaquil-Salitre-Vinces” de la Escuela Politécnica del Litoral, determina que el sector de la transportación pública sobre todo rural, en nuestro país ha estado tradicionalmente abandonada, mostrando importantes déficit que parecen ser difícilmente manejados o simplemente ignorados, sin considerar los significativos costos sociales que esta situación genera.

Los servicios que se ofrecerían son los siguientes: Transporte de pasajeros y encomiendas de ruta intermunicipal como una alternativa para la comunidad de los cantones de Vinces, Salitre, poniendo a su disposición una falta de equipos de transporte de óptima calidad, a precios muy altos y una falta de buena atención al cliente. Además de los problemas propios del sistema de transporte actual se incluyen los factores institucionales.

La Cooperativa debe establecer alianzas estratégicas con empresas del sector de transportes, para evitar altos costos, creados por los intermediarios, que incrementan el valor de los pasajes que se ofrezcan en los puntos de distribución del servicio de ambas cooperativas.

2.2. Marco Teórico

2.2.1 Generalidades de la Cooperativa de Transportes Ciudad de Vinces

La Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” es una organización que se dedica a prestar el servicio público de transporte terrestre por carretera, de pasajeros y encomiendas a los lugares autorizados por el Consejo Nacional de Tránsito, según resolución N° 003-RPO-12-2014 (Anexo 3).

Esta organización se encuentra en el sector de transportes, la misma que ha evolucionado de forma progresiva hasta convertirse en un medio que en pocas horas, enlaza cantones aledaños en nuestro país.

Para esta labor cuenta con vehículos que poseen carrocerías nacionales y en menor número con carrocerías internacionales, que se encuentran acorde al mercado que está sujeto a este tipo de servicio.

Para ser una organización competitiva y que esté acorde a las exigencias del mercado debe reunir varios requisitos, uno de ellos es que hay que reestructurar y fortalecer la organización y administración de la cooperativa.

Si le faltan o no se cumplen estas normas se corre el riesgo de que la Cooperativa y el rendimiento de sus socios se encuentre limitada con la competencia, la misma que está afectando enormemente a la actividad de la organización.

Durante este tiempo la Cooperativa ha operado en el mercado con vehículos con carrocería nacional, lo cual es un punto débil ante la competencia que actualmente tiene vehículos más completos, ostentan carrocerías extranjeras y más funcionales que mejoran el servicio.

El modo de operar de la Cooperativa es mediante una cuota de administración que cada socio entrega al final del mes y se encuentra compuesta por treinta y tres socios y su estructura consta de: Asamblea general de socios, Presidencia, Gerencia, Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Contabilidad, secretaria y operadores.

Pero de igual forma como es una empresa dedicada al servicio del transporte se dirige a todos los sectores y a todo tipo de personas. Además es indispensable al momento de movilizarse de un cantón a otro, y la cooperativa para cubrir su demanda, cuenta

con turnos a varios cantones y con horarios rotativos, y de esta forma se facilita la movilización de los usuarios.

Por otra parte el transporte intercantonal es uno de los sectores de desarrollo económico en el país ya que generan ingresos y fuentes de trabajo para diversas familias ecuatorianas, igualmente permite el traslado de la gente hacia diversas provincias, y al mismo tiempo transporta todo tipo de mercaderías ya sean estas para la producción o para la comercialización.

Podemos decir que el gran vacío que existe en las diversas empresas en cuanto a sus relaciones interpersonales hace indispensable los ambientes para lograr una nueva actitud respecto a la relación cliente interno - jefe y empresa - cliente externo.

Además las circunstancias del crecimiento de la competencia y la apertura económica hacen imperioso ofrecer algo más a los clientes que no sólo los satisfaga sino que logre deleitarlos.

Se debe marcar diferencias con la competencia y el punto neurálgico es un mejoramiento substancial de la satisfacción consigo mismo y en el servicio al cliente, lo cual podemos lograr a través de la capacitación de los operadores.

Entendiendo que al referirse al cliente, se lo hace tanto para el cliente interno como el externo. Se debe destacar que se hace necesario mejorar en forma fundamental las relaciones entre los distintos departamentos, para que exista una mejor colaboración, acabando el concepto de departamentalización haciéndoles entender que son un solo equipo en busca de una meta común y que se logra con el trabajo en equipo y con grupos de mejoramiento continuo.

El transporte es un medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes,

así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías.

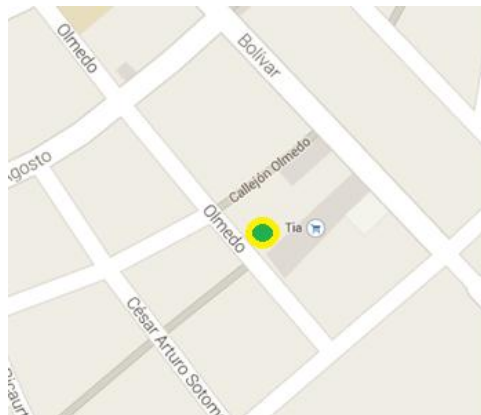
El Transporte público, es el servicio de transporte de pasajeros al que se accede mediante el pago de una tarifa fijada y que se lleva a cabo con servicios regulares establecidos en rutas señaladas, horarios establecidos y paradas específicas. Las grandes ciudades, y por supuesto muchas pequeñas, disponen de autobuses o camiones, según las diferentes denominaciones para cubrir este servicio.

La concentración de la población en grandes ciudades o grandes áreas metropolitanas ha supuesto la necesidad de dotación de un transporte colectivo eficiente para el desarrollo de la vida cotidiana de éstas. En los últimos años, en las localidades urbanas se ha procedido a la implantación de servicios de transporte interprovincial para que los usuarios se trasladen a sus lugares de trabajos, estudios y otra serie de actividades de grandes que implican el movimiento de grandes cantidades de población, las mismas que son residentes de otras localidades.

2.2.1.1 Ubicación geográfica

La cooperativa de transporte ciudad de Vines se encuentra localizada en la provincia de Los Ríos Cantón Vines, específicamente en la calle Olmedo y callejón Olmedo.

Gráfico 1: Ubicación



Fuente: Google Maps

2.2.1.2 Misión

La Cooperativa de transporte “ciudad de Vinces” tiene como objetivo principal desde su creación brindar un servicio de calidad, satisfaciendo sus expectativas y necesidades a sus usuarios a través de la eficiencia y eficacia el cual nos caracteriza en beneficio de la empresa y a la comunidad.

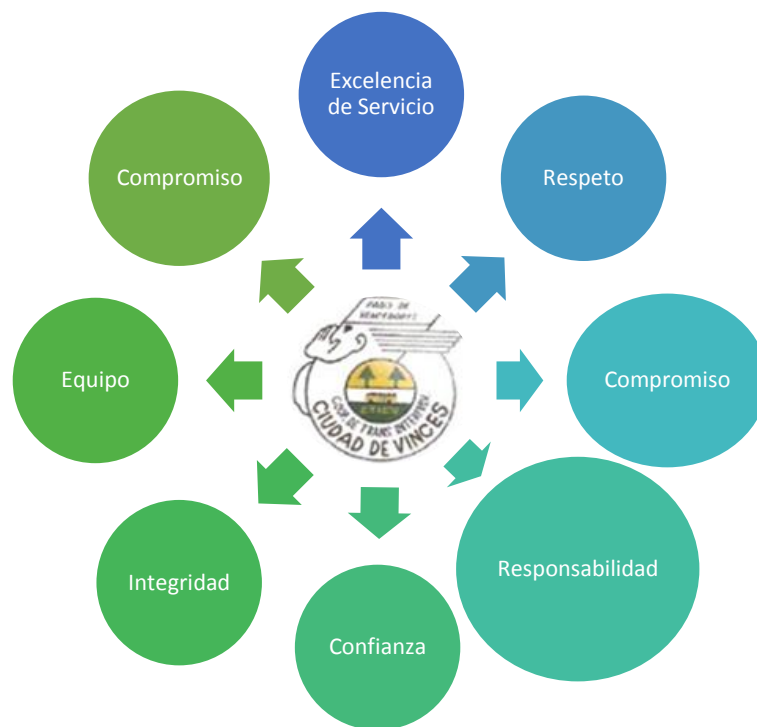
2.2.1.3 Visión

Ser líder en la transportación pública de pasajeros, satisfaciendo todas las expectativas de los usuarios en condiciones de calidad, eficiencia, eficacia, comodidad y seguridad.

2.2.1.4 Valores corporativos

La cooperativa como promesa busca el bien común de un grupo de personas que se asocian y se organizan de cierta manera para el alcance de un objetivo, se orienta por los siguientes valores:

Gráfico 2: Valores corporativos



Fuente: Cooperativa Ciudad de Vinces

Elaborado por: Los Autores

2.2.1.5 Rutas y frecuencias

La cooperativa de transporte ciudad de Vinces cubre las siguientes rutas y frecuencias intercantonales autorizadas por el organismo de tránsito competente:

Tabla 1: Rutas y frecuencias

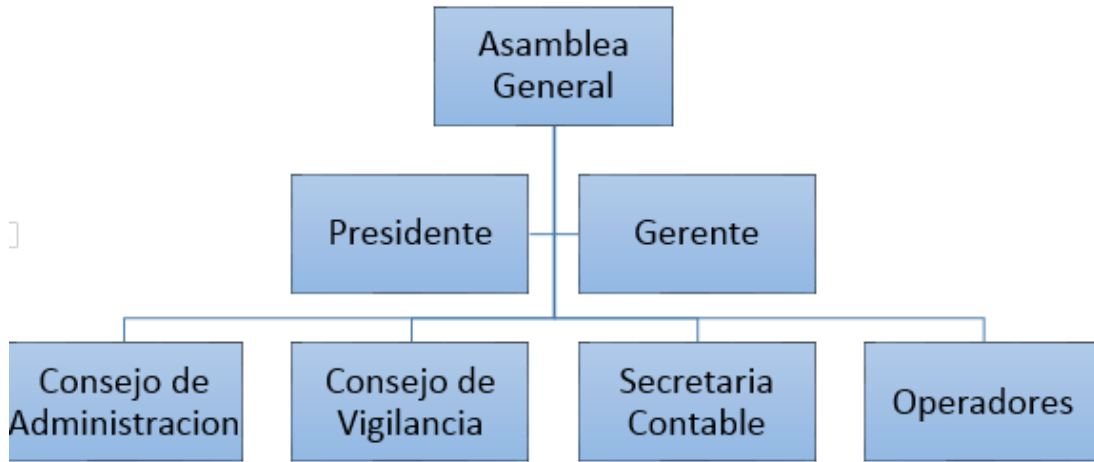
RUTAS	FRECUENCIAS
Vinces - Babahoyo	Desde las 04h00 hasta 19h00 cada 10 minutos.
Babahoyo – Vinces	Desde la 04h40 hasta las 20h00 cada 10 minutos.
Vinces – San Antonio – Guare – Baba – Viceversa.	06h00, 07h00, 08h00, 09h00, 10h00, 11h00, 12h00, 13h00, 14h00, 15h00, 16h30.
Vinces – Palenque – Viceversa.	Desde las 06h00 hasta las 17h00 cada 30 minutos.
Vinces – Antonio Sotomayor – Viceversa.	Desde las 06h00 hasta las 18h00 cada 30 minutos.

Elaborado por: Los Autores

Fuente: Cooperativa Ciudad de Vinces

2.2.1.6 Estructura organizacional

Gráfico 3: Estructura Organizacional



Fuente: Cooperativa Ciudad de Vines

Elaborado por: Los Autores

2.2.2 Gestión de la calidad

El enfoque técnico de la calidad, bien plasmado en el control estadístico de procesos, parte de un concepto de la Gestión de la Calidad como una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos.

Aunque superada, esta aproximación ha sido útil para crear una caja de herramientas que los enfoques posteriores no han cejado en enriquecer.

Las últimas aproximaciones encuadradas en el enfoque técnico son las primeras en advertir la insuficiencia de este concepto, limitado a proyectos y programas con fines puntuales y discontinuos sin un enfoque directivo claramente articulado que los ampare, sentando los pilares del enfoque sistémico de la Gestión de la Calidad, que la asimila a un nuevo paradigma de la dirección de organizaciones. Los desarrollos de las visiones cultural y humana de la Gestión de la Calidad han robustecido esta comprensión de la función, ampliamente difundida en la literatura y en los expertos.

De hecho, es la doble dimensión de la GCT como estrategia y como proceso la que permite deslindar su vocación de cambio organizativo y cultural que la dota de continuidad, y su plasmación concreta en cada momento en proyectos y programas puntuales.

Una primera línea de opinión concibe la Gestión de la Calidad como un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. Pitcher se hace eco de trabajos que la entienden como una herramienta para mejorar la dirección de recursos humanos, así como de otros que la contemplan desde el marketing como un instrumento útil para crear una organización orientada al cliente.

La asimilación de la Gestión de la Calidad a una herramienta para la gestión no parece suficiente, por dos razones:

- ✓ Aporta ideas de carácter abstracto o principios de dirección además de prácticas y técnicas.
- ✓ Diversos enfoques están basados en una perspectiva de sistemas, que considera toda la organización y las interacciones entre sus componentes.

Sin embargo, no deja de ser cierto que este concepto es el que impregna los enfoques pioneros, como la inspección y el control estadístico de procesos, que aportan poco más que una caja de herramientas para el control de la calidad de productos y procesos.

Una segunda forma de entender la calidad va más allá de su concepción como un conjunto de técnicas y procedimientos, para convertirla en un nuevo paradigma de la dirección. La misma consideración le merece a Feigenbaum, para quien «la calidad es en su esencia una forma de dirigir la organización», agregando que «el control de

calidad es mucho más que una agrupación de proyectos técnicos y actividades de motivación, sin ningún enfoque directivo claramente articulado». Ishikawa comparte esta tesis, sosteniendo que «el control de calidad es una nueva manera de pensar en la dirección y de considerarla»; agregando más tarde que se trata de «una revolución conceptual en la gerencia».

En este caso, la Gestión de la Calidad sería un nuevo modo de pensar acerca de la dirección de las organizaciones, un nuevo enfoque de la función directiva que aportaría ideas revolucionarias sobre los modelos tradicionales, sustancialmente nuevos principios sobre el diseño de la organización y de la cultura corporativa a construir para caminar hacia la excelencia. Slater representa este nuevo paradigma por organizaciones orientadas al cliente que están organizadas por procesos, funcionan por equipos y se conducen más como un baile que como un juego de hockey. Para Brocka y Brocka, la Gestión de la Calidad sería un paradigma caracterizado por un enfoque humanista y sistémico a la dirección.

Esta aproximación tiene la virtud de incidir en el principal valor de la Gestión de la Calidad: los principios que propugna, como el enfoque sistémico de la organización considerando la interacción entre todas las actividades y personas de la empresa. Ahora bien, para que la Gestión de la Calidad pudiese asimilarse a un paradigma de la dirección debería aportar una metodología perfectamente estructurada y una teoría prescriptiva sobre cómo dirigir con éxito cualquier organización. Creemos que no es éste tampoco el marco adecuado para explicar qué es la Gestión de la Calidad.

A ella escapan múltiples e importantes aspectos de la práctica directiva, como la selección de la estrategia competitiva idónea en función del contexto, la recomendación sobre cómo implantar la estructura organizativa más adecuada o un sistema para planificar integralmente las finanzas con las operaciones.

El problema que plantea la perspectiva de la Gestión de la Calidad como nuevo paradigma de la dirección, alternativo a los modelos organizativos reconocidos e independientes de la teoría general de la administración, es que asume su viabilidad como ciencia paralela. Así lo han defendido autores como Juran.

De hecho, las pretensiones espurias de los gurús en calidad laten tras este planteamiento independentista. Esta visión choca frontalmente con una academia bien organizada con un cuerpo de conocimiento interdisciplinar, sólido teóricamente y suficientemente validado empíricamente. Sería más humilde, al tiempo que productivo, que los especialistas en calidad defendiesen la Gestión de la Calidad como un campo de especialización que, bebiendo de múltiples fuentes, puede ilustrar a la administración de organizaciones una nueva filosofía, un nuevo sistema de valores que guíen la práctica directiva, y enriquecer su caja de herramientas con nuevas prácticas y técnicas.

En cambio, querer integrar dentro de la Gestión de la Calidad cualquier novedad que la teoría administrativa saque, como el enfoque del aprendizaje organizativo, aunque se haya desarrollado fuera de su práctica profesional y de su círculo de investigadores, y en muchos casos soslayando el reconocimiento a los innovadores, parece difícil de admitir. (Camisón, Cruz, & González, 2010, págs. 50-52)

Además, La gestión de la calidad brinda la pauta para alcanzar la calidad a través de la incorporación del proceso management, que alude a la dirección, planifica las acciones y controla los resultados con vista a la mejora permanente.

Para la Cooperativa de Transportes “Ciudad de Vinces” se propone herramientas para optimizar la calidad de la gestión administrativa de la cooperativa, generando cambios a partir de opciones teóricas y sus posibles aplicaciones previo a una selección de criterios relacionados con la viabilidad, puesto que el conjunto de saberes relacionados es extenso y variado.

Se estima diagnosticar la situación actual y en base a sus resultados, utilizar esta herramienta podremos medir las actividades de la Cooperativa de Transportes “Ciudad de Vinces” en términos de criterios y estrategias, de esta forma guiar el desempeño actual de la organización apuntando a la mejora continua en el futuro.

Además (Fernandez, 1994) indica que la gestión de la calidad orienta a toda la empresa hacia el exterior, dotándola de los mecanismos para detectar cual es la ventaja competitiva adecuada en cada momento; en este sentido se huye de la adopción de ventajas competitivas permanentes, ya que estas cambian al mismo ritmo que lo hace el entorno.

Se puede decir que el aseguramiento proporciona una garantía de la calidad del servicio, conformidad, siendo una actividad básicamente técnica; la gestión de la calidad contribuye además a garantizar la competitividad de la empresa incidiendo en el cambio de comportamiento del personal frente a la mejora.

2.2.3 La Calidad y la Gestión

El mejoramiento continuo proyecta a la organización a la efectividad. La fácil adopción al cambio es lo que garantiza la supervivencia organizacional y para ello se requiere de un profundo conocimiento del contexto externo, el entorno inmediato y el ambiente interno de la organización.

La efectividad en la gestión y la calidad se demuestra a través del trabajo estratégico que direcciona a la actividad con eficiencia y proyección a las mismas. La innovación, el aprendizaje, la flexibilidad y la anticipación son pautas para marcar la diferencia en un mercado completo de incertidumbre.

Definimos a la expresión: Calidad Total”; como, aquella filosofía empresarial coherente orientada a satisfacer mejor que los competidores, de manera permanente y plena, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente todo en la organización, con la participación activa de todos para el

beneficio de la empresa y el desarrollo humano de sus integrantes, con impacto en el aumento del nivel de calidad de la comunidad.(Peresson, 2007)

Un sistema de gestión de la calidad correctamente implantado asegura que todas las actividades empresariales van dirigidas hacia la satisfacción plena del cliente, la calidad como función empresarial se entiende como: satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del valor.

De acuerdo a esta definición la calidad es el valor que el cliente recibe del producto o del servicio sin ninguna relación directa con el costo de producirlo o suministrarlo. (Fernandez, 1994)

2.2.4 Aseguramiento de la Calidad

Se define como la actividad sistemática y documentada que tiende asegurar que los productos, procesos, servicios se realizan de una forma controlada y de acuerdo a las especificaciones, normas y procedimientos aplicables.

El aseguramiento de la calidad está formado por el manual de calidad y las instrucciones necesarias para el uso, el manual debe incluir la organización formal de la empresa, declaración de autoridad, política de calidad, procedimientos de trabajo con el fin de asegurar la calidad, y los formatos para los registros periódicos de la calidad.(Fernandez, 1994)

El aseguramiento interno de la calidad se da con el cumplimiento del manual y el aseguramiento externo de calidad se provee con el cumplimiento de ciertos criterios descritos en dicho plan, el objetivo de este aseguramiento es dar confianza a la dirección y al cliente de que se respetaran las especificaciones y requisitos a través del uso de procesos controlados.

2.2.5 Calidad en el Servicio

El primer paso para aplicar la gestión de la calidad en las operaciones de servicio es entender la naturaleza única y las características de los servicios. Cuando hablamos de servicios podemos referirnos a «las actividades económicas que integran el sector terciario de un sistema económico» diferenciando el sector industrial del sector servicios. O podemos hacer alusión al «servicio como prestación principal de una empresa» o al «Servicio como prestaciones accesorias o secundarias que acompañan a la prestación principal».

Así pues, nos encontramos con múltiples definiciones de servicio que, siendo correctas, por sí solas pueden resultar parciales e incompletas. Por ejemplo, «los servicios constituyen actividades identificables, intangibles, que son objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Con esta definición se excluyen servicios complementarios que respaldan la venta de bienes tangibles u otros servicios» Stanton, Etzel y Walter; o «un servicio es cualquier actuación que una parte puede ofrecer a la otra, esencialmente intangible, sin transmisión de propiedad. Su prestación puede ir o no ligada a productos físicos». (Camisón, Cruz, & González, 2010, págs. 893-894)

Según (Jose, Sebastian, & Pedro, 2011, págs. 165-166) los servicios muestran un enorme desarrollo en todos los sectores de la economía en general y en el sector de la tecnología de la informática en particular. Con el desarrollo de los servicios y debido a la valoración de las características de estos, que a veces es subjetiva, surge un nuevo enfoque en la calidad. Este enfoque, denominado de calidad de servicio, se apoya en la idea de que producto y servicios forman un conjunto inseparable, hecho que puede ser observado entre las empresas tecnológicas que adquieren nuevas configuraciones estructurales y en los productos físicos suministrados, por proveedores diversos a una empresa núcleo, presentan un fuerte componente de servicio asociado.

Este servicio, bien como componente asociado es variado y complejo; y para su valoración será necesario conocer tanto la percepción, como las expectativas de los clientes. Además, para que la calidad de servicio en estos entornos se la deseada, será ineludible gestionar la calidad en el punto crítico que supone la relación entre el proveedor del servicio y el usuario. En estos complejos sistemas existen acuerdos de calidad, que persiguen garantizar la calidad del servicio, cuestión esta de máxima relevancia ya que cualquier servicio proporcionado fuera de unos límites acordados de calidad repercutirá, a su vez, en la actividad que realiza la empresa.

2.2.5.1 Los servicios y sus características

Es ya clásica la diferenciación entre producto y servicio atendiendo a la tangibilidad. A partir de este punto de vista clásico, el producto se caracteriza como un elemento físico mientras que el servicio se distingue por su carácter intangible. Desde la perspectiva del marketing ha emergido la tendencia de realizar la distinción entre bien y servicio, siendo ambos considerados como productos. Kloter entiende por bien el resultado tangible de una actividad transformada, y por servicio, cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer otra. Desde esta perspectiva el concepto de producto engloba tanto al de bien, como al de servicio, correspondiéndose el bien con el producto físico y el servicio con determinadas actividades intangibles o producto intangible. (Camisón, Cruz, & González, 2010, pág. 894)

Actualmente, ofrecer bienes y servicios de calidad es de vital importancia para competir en el mercado. Los consumidores son más exigentes y tienen una gran noción en lo que respecta a calidad. Para cumplir con estas expectativas se han desarrollado numerosas técnicas y herramientas para medir y asegurar la calidad en los productos o servicios ofrecidos. Sin embargo, al hablar de servicios nos referimos a un campo más complejo dado a la naturaleza que los caracteriza.

Un servicio no es un elemento físico en su totalidad, sino que es un resultado de las actividades generadas por el proveedor para satisfacer al cliente. Esto significa que

los servicios poseen tres características típicas que explican la complejidad del estudio.

- ✓ **Intangibilidad:** no se puede palpar, es más bien un beneficio que compra el usuario.
- ✓ **Heterogeneidad:** el resultado del servicio depende de quien lo lleve a cabo y a las circunstancias en las que se genera; su persecución depende de la persona que lo contrata.
- ✓ **Inseparabilidad:** este concepto implica que la producción y el consumo del servicio ocurren simultáneamente, por lo que el usuario se ve envuelto en el mismo.

La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio, y manifiesta las diferencias o conformidad del servicio percibida con las expectativas del mismo. Dada las características propias del servicio cada cliente hará su relación particular entre percepción y expectativas, sin embargo el ofertante quien puede influir en la satisfacción del cliente intentando cumplir con sus expectativas, o superándolas en el mejor de los casos; y en casos necesarios, intentando manipular las expectativas para que el valor percibido por el cliente no las supere.

La calidad del servicio es subjetiva, y está directamente relacionada a lo que el cliente percibe, es decir al juicio sobre la excelencia o superioridad del servicio prestado. El éxito del resultado dependerá de la capacidad de la empresa prestadora de servicio por conocer y comprender las necesidades del cliente.(Jose, Sebastian, & Pedro, 2011, pág. 167)

2.2.5.2 Dimensiones de la calidad del servicio

Según (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985) considera 5 dimensiones en la percepción de los usuarios sobre la calidad: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y Empatía.

- ✓ Elementos Tangibles: Este se refiere a las instalaciones físicas, equipamientos y apariencia del personal: limpieza y mantenimiento de las instalaciones y demás componentes que conforman el servicio.
- ✓ Fiabilidad: Dirigido a la habilidad del personal para prestar el servicio de manera confiable y precisa, confianza que inspira el personal, veracidad de la publicidad, y formalidad de la empresa.
- ✓ Capacidad de respuesta: Predisposición del personal para ayudar al cliente y proveer el servicio a tiempo: cumplimiento del servicio en el tiempo indicado, solución de problemas con rapidez.
- ✓ Seguridad: Conocimiento del personal y habilidad para inspirar confianza: personal capacitado y con experiencia, tranquilidad al dejar las pertenencias y seguridad dentro de los vehículos.
- ✓ Empatía: Predisposición del personal para una atención y ayuda en todo momento, atención permanente con un trato amable y cordial.

2.2.6 Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL se debe a los sucesivos trabajos de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes centraron su investigación en las siguientes preguntas: ¿cuándo un servicio es percibido de calidad?, ¿qué dimensiones integran la calidad?, y ¿qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad?

Los resultados de su investigación dieron como respuesta a la primera pregunta que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que sobre él se habían formado.

Por tanto, para la evaluación de la calidad de servicio será necesario disponer de las expectativas y las percepciones reales de los clientes. Sin esta diferencia la calidad de servicio no se puede medir correctamente.

En este sentido, los directivos deben ser tan habilidosos en la gestión de las expectativas de sus clientes como en la gestión operativa de sus negocios. Deben comprender perfectamente los procesos de formación de éstas y procurar no crear falsas expectativas, que proporcionen clientes y resultados a corto plazo, pero no a largo plazo.

La gestión de expectativas es más fácil si se conocen los factores que contribuyen a su formación.

Parasuraman Identifico los siguientes elementos condicionantes:

1. Comunicación boca-oído. Hace referencia a experiencias, recomendaciones y percepciones de otros clientes o usuarios.
2. Necesidades personales. Qué servicio es el que verdaderamente necesita el cliente.
3. Experiencias anteriores. Las expectativas de los clientes dependen de sus experiencias previas al servicio. Así, se espera más de aquello de lo que se ha recibido un elevado nivel y menos de lo que se ha recibido un nivel bajo.
4. Comunicación externa. Son señales ofrecidas por las empresas sobre los servicios que ofrecen, como puede ser, entre otras, la publicidad o el propio precio del servicio.

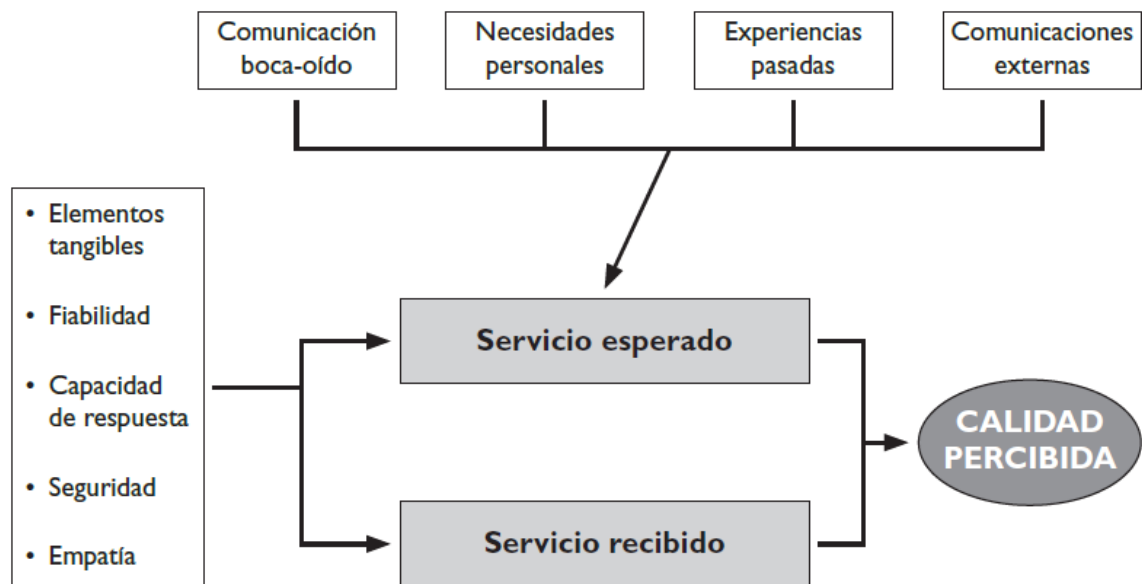
El siguiente paso en la investigación de estos autores fue analizar cuáles son las dimensiones que conforman la calidad del servicio, y concluyeron, que son las cinco siguientes: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Y, por último, estos autores desarrollaron un instrumento de medida de la calidad percibida denominado SERVQUAL, en el que el concepto de calidad de servicio se presenta como el grado de ajuste entre las expectativas de servicio (lo que el cliente

desea o espera del servicio) y la percepción final del resultado del servicio por el cliente. Entonces, la calidad del servicio viene dada por la amplitud de las discrepancias existentes entre las expectativas y las percepciones del servicio. Por tanto, para hacer operativo este concepto se exige identificar y medir dos conceptos distintos: por un lado, expectativas, y por otro, las percepciones de los clientes.

A continuación, Se presenta el modelo del SERVQUAL, que se basa en el concepto de calidad de servicio como discrepancia entre expectativas y percepciones de los usuarios, a partir de las cinco dimensiones de la calidad. (Abast, 2006)

Gráfico 4: Modelo Servqual



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

2.2.6.1 El cuestionario SERVQUAL

La aplicación práctica del modelo requiere la utilización de un cuestionario que recoja las expectativas y percepciones de los clientes respecto a unos ítems. Donde se

recoge los aspectos valorados por los diferentes ítems incluidos en el cuestionario SERVQUAL, así como la dimensión a la que pertenecen.

Estos ítems no hacen referencia a ningún servicio en concreto, sino a cuestiones relativas a la calidad de servicio aplicables a cualquier tipo de empresa.

Los numerosos estudios empíricos basados en la aplicación de la escala SERVQUAL han demostrado su consistencia, respondiendo al deseo de sus creadores de convertirse en un instrumento genérico de medida de la distancia entre expectativas y percepciones de calidad, aplicable sin ajustes en cualquier actividad. Sin embargo, este instrumento ha sido cuestionado por otros trabajos que señalan la necesidad de ajustes específicos para la aplicación en cada industria, poniendo en entredicho su validez universal.

El SERVQUAL es una escala de medición de la calidad percibida en el servicio formada a partir de cinco subescalas que miden las cinco dimensiones de la calidad no directamente observables a través de un número de ítems, mediante una escala de tipo Likert de 5 puntos de respuesta con rango de 1 a 5 (1 significa «deficiente» y 5 indica «excelente»). El cliente encuestado debe valorar por separado y para cada ítem cuáles eran sus expectativas y cuáles han sido sus percepciones. Por tanto, el cuestionario consta de 19 preguntas (10 ítems para conocer las expectativas y 9 ítems para conocer las percepciones) y de 2 cuestiones adicionales para que el encuestado valore la importancia relativa de cada una de las dimensiones de la calidad de servicio, repartiendo un total de 100 puntos entre las diferentes dimensiones.

La generalidad de este tipo de cuestionario servirá a la empresa para la identificación de problemas generales de calidad, debiendo ser complementado con estudios posteriores de carácter más conciso que profundicen en aquellos aspectos en los que se ha identificado falta de calidad. A partir de estos estudios complementarios (por

ejemplo, la utilización de dinámicas de grupo con clientes) se derivarán acciones de mejora concretas.

2.2.6.2 Aplicaciones del SERVQUAL

Los datos obtenidos del SERVQUAL evalúan la calidad global del servicio, tal y como la perciben los clientes, y, por tanto, pueden ser utilizados para cuantificar las deficiencias en la calidad del servicio con diferentes niveles de análisis. Además, estos datos determinan cuáles son las dimensiones o los criterios más importantes para el cliente, lo que permite centrar en esas áreas los esfuerzos para mejorar la calidad del servicio. Esto es, el SERVQUAL permite determinar la importancia relativa de las cinco dimensiones en la valoración global de las percepciones de calidad por parte de los clientes.

Esta escala, además, tiene otras aplicaciones, entre las que Zeithaml, Parasuraman y Berry señalan:

- ✓ Para comparar las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo. Se puede seguir el comportamiento de las expectativas y percepciones de los clientes aplicando el SERVQUAL cada cierto tiempo de manera sucesiva.
- ✓ Para comparar las puntuaciones SERVQUAL de una empresa con las puntuaciones de sus competidores.
- ✓ Una empresa puede adaptar fácilmente el SERVQUAL y utilizarlo para darle seguimiento a la calidad de su servicio comparada con el nivel de su principal competidor. Esto se realiza incluyendo ítems sobre las percepciones que

tienen los clientes respecto a cada una de las empresas que se desea estudiar. No es necesario repetir la sección de las expectativas para cada empresa.

- ✓ Para examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad. El SERVQUAL permite clasificar los clientes de la empresa en segmentos diferenciados y examinar las diferencias que puedan existir en las percepciones de calidad de servicio entre ellos.
- ✓ Para evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad. Se puede aplicar el SERVQUAL, adaptándolo eficazmente, en los distintos departamentos o unidades de una empresa para comprobar la calidad del servicio que suministran a los empleados de otros departamentos o unidades.

2.3. Postura Teórica

Debido a un análisis a las teorías y conceptos científicos sobre la gestión de la calidad en el servicio se ha podido proponer un plan de mejoramiento de la calidad para la mejora del servicio en la Cooperativa de Transporte Ciudad de Vinces.

Esta postura teórica está basada en el patrón de calidad de Parasuraman (1988) Desarrollo un modelo conceptual de la calidad del servicio y un instrumento de medida que identificaron como SERVQUAL.

Joseph M. Juran (1993), que plantea sobre la calidad del servicio, satisfacción de las necesidades del cliente y la adecuación para su uso.

Además Carlos Colunga Dávila (1995) nos plantea que la calidad es satisfacer al cliente, cumpliendo con los requerimientos y prestando un buen servicio.

2.4. Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General.

La gestión de la calidad del servicio influirá significativamente el desarrollo empresarial en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.

2.4.2. Hipótesis Específicas.

- ✓ Si determinamos los factores internos y externos se podría mejorar la gestión de la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.
- ✓ Realizando una investigación de mercado podríamos conocer las expectativas del cliente en cuanto a la gestión de la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.
- ✓ Diseñando un plan de mejoramiento de la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte Ciudad de Vinces se brindara un mejor servicio a los clientes.

III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 Descripción de resultados

Esta entrevista (Anexo 1) es una fuente de información que proporcionará datos para poder llevar a cabo la realización del banco de preguntas a aplicarse a los usuarios para el estudio de mercado.

ENTREVISTADO:	Egidio Litardo Suárez (Gerente de la Cooperativa)
FECHA:	07/03/2014
LUGAR:	Vinces

1.- ¿Considera Ud. que la calidad del servicio es un factor importante en el área de la transportación pública? ¿Por qué?

Si es muy importante, porque es un servicio público y como tal debe ser de calidad y de excelencia humana. El buen estado de las unidades, la calidez en atención, la rapidez y la seguridad deben ser características de la cooperativa, de esa manera los usuarios tendrán preferencia hacia nuestra cooperativa.

2.- ¿La organización cuenta con un plan o procedimientos de calidad en el servicio al usuario?

No, la cooperativa no cuenta con un plan en donde se definen los procedimientos de atención de calidad al usuario.

3.- ¿El personal en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” cuenta con capacitación en calidad de servicio al cliente, con el propósito de brindar un buen servicio a los usuarios?

Si cuenta, pero no todo el personal. Nos encontramos trabajando en el desarrollo de un proyecto para fortalecer las aptitudes de nuestros conductores y ayudantes.

4.- ¿Se ha transmitido a todos los empleados de que la calidad en el servicio es responsabilidad de todos en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.?

Esos conocimientos son propios de las capacitaciones que han recibido, ellos saben que la cooperativa la hacemos todos.

5.- ¿Qué se está haciendo por conservar a los clientes actuales y atraer nuevos?

A más de la calidad y rapidez de nuestro servicio, nos encontramos mejorando el sistema de transportación de encomiendas y estamos implementando la instalación WIFI en nuestras unidades.

6.- ¿La calidad y el precio del pasaje son competitivos permitiendo captar y mantener a los usuarios?

Los precios de los pasajes son los que se han establecido desde hace 10 años aproximadamente, actualmente el Gobierno se encuentra debatiendo el alza o no de los pasajes pero no sé si decir que son competitivos, lo que sí puedo decir es que responden a la economía de nuestros usuarios.

7.- ¿Se realiza un seguimiento de los problemas de los clientes en cuanto al servicio?

No contamos con un servicio de atención al cliente, pero en nuestras oficinas ahí se recaban las denuncias y/o problemas y se da respuesta en la brevedad posible.

8.- ¿Considera usted que sus empleados están motivados a tal punto que han adquirido una cultura de servicio que se refleja en la atención brindada a los clientes?

Aún tenemos que fortalecer eso en la cooperativa. No todos tienen el nivel de compromiso que consideramos óptimo pero es algo que en el mediano plazo lograremos alcanzar el ideal.

9.- ¿Cree Ud. que las empresas ecuatorianas de transporte existe una conciencia real de la importancia del mejoramiento de la calidad del servicio? ¿Por qué?

No, porque todas las empresas tienen claro la importancia de mejorar la calidad del servicio, solo es un modus vivendi o manera de subsistir, cuando entiendan que son empresarios y se capaciten lo entenderán. Además que somos pocas las cooperativas que hemos invertido en el cambio de las unidades, pero eso no ha sido suficiente cuando el servicio es inseguro y de poca calidad. También puedo indicar que mejorar el servicio no solo es el cambio de unidades sino todo un proceso de capacitación.

Según la encuesta (Anexo 2) realizada a 327 usuarios de la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”, se adjunta los resultados respectivos de cada pregunta formulada.

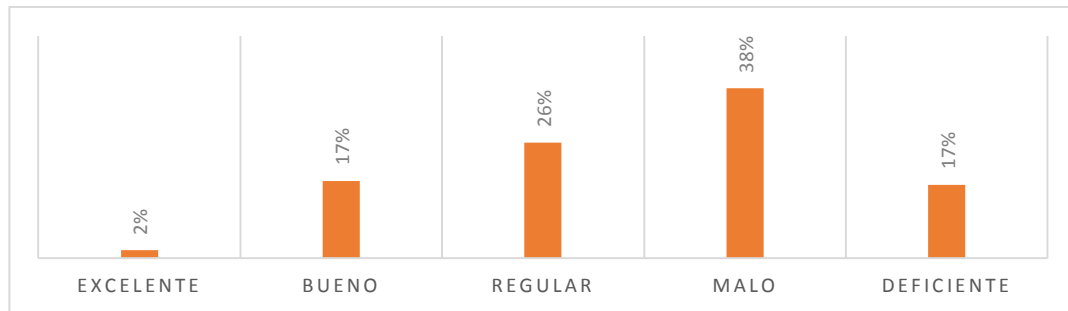
Pregunta N°1: ¿Cómo considera usted el estado mecánico de las unidades?

Tabla 2: Estado mecánico de las unidades

1		Encuestados	Porcentaje
5	Excelente	6	2%
4	Bueno	57	17%
3	Regular	85	26%
2	Malo	125	38%
1	Deficiente	54	17%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 5: Estado mecánico de las unidades



Elaborado por: Los Autores

Análisis.- El 19% de los encuestados manifestaron que el estado mecánico de las unidades es muy bueno, el 26% consideraron que el estado mecánico estuvo condiciones regulares, mientras que el 55% mantuvo que el estado mecánico de las unidades es malo o deficiente.

Interpretación.- Busca conocer la calificación de cada usuario en cuanto al estado mecánico de las unidades de transportes a fin de establecer un promedio en cuanto a la dimensión del servicio en el área de la Tangibilidad.

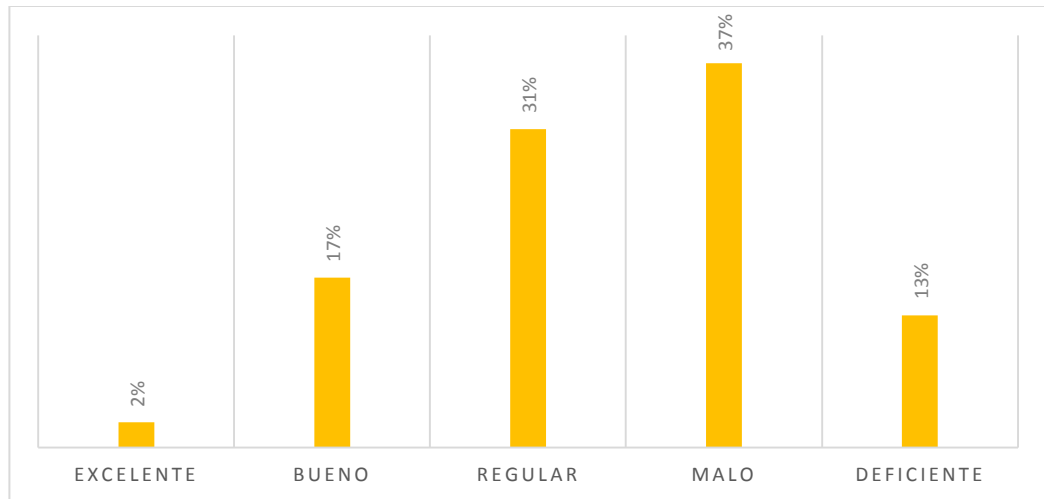
Pregunta N°2: ¿El estado físico del interior de los vehículos de transporte es...?

Tabla 3: Estado físico de las instalaciones interiores de los vehículos

2		Encuestados	Porcentaje
5	Excelente	8	2%
4	Bueno	54	17%
3	Regular	101	31%
2	Malo	122	37%
1	Deficiente	42	13%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 6: Estado físico de las instalaciones interiores de los vehículos



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 19% de los encuestados respondieron que el estado físico interior de los vehículos de transporte es muy bueno, mientras que el 31 % dijeron que el estado de las instalaciones es regular, sin embargo el 50% considera que el estado de las instalaciones es malo.

Interpretación.- El propósito de esta pregunta es el de establecer la consideración de los usuarios en cuanto al estado físico de las unidades de transporte.

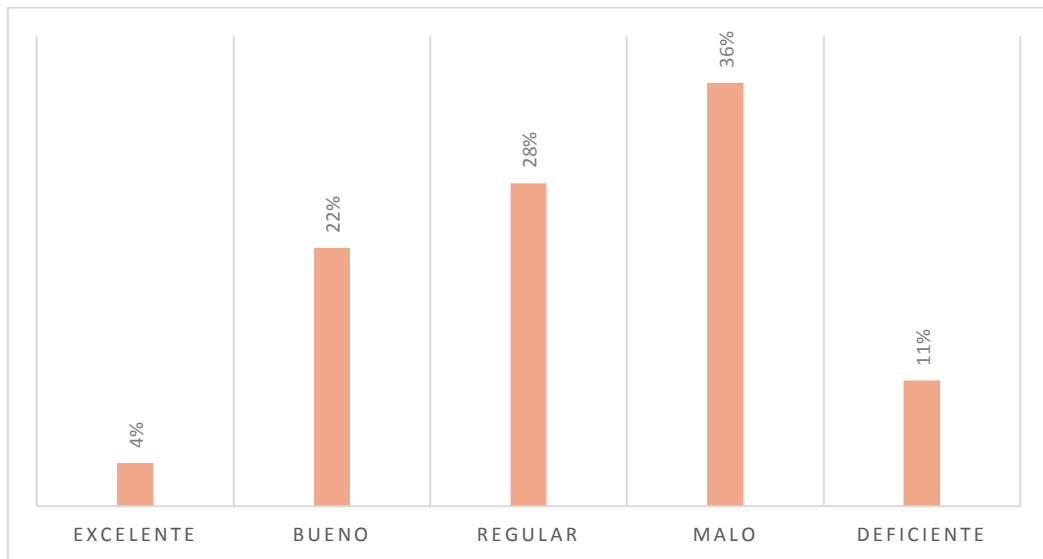
Pregunta N°3: ¿El estado físico de las instalaciones de las oficinas es?

Tabla 4: Instalaciones de las oficinas

3		Encuestados	Porcentaje
5	Excelente	12	4%
4	Bueno	72	22%
3	Regular	90	28%
2	Malo	118	36%
1	Deficiente	35	11%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 7: Instalaciones de las oficinas



Elaborado por: Los Autores

Análisis: Según los datos obtenidos el 26% de los encuestados dijeron que las instalaciones de las oficinas son buenas, mientras que el 28% dijeron que son regulares, sin embargo el 47% de los encuestados dijeron que estas instalaciones están en mal estado.

Interpretación.- Conocer las condiciones y estado de las instalaciones y salas de espera según la opinión de los usuarios de la cooperativa de transporte Ciudad de Vines.

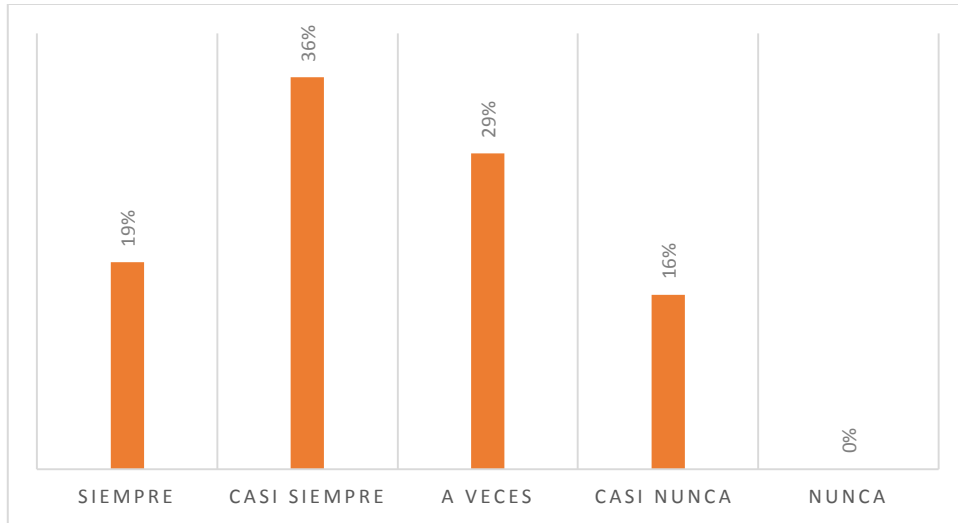
Pregunta N°4: ¿El servicio prestado responde a sus expectativas?

Tabla 5: Expectativas del servicio

4		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	4	1%
4	Casi siempre	63	19%
3	A veces	93	28%
2	Casi nunca	117	36%
1	Nunca	50	15%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 8: Expectativas del servicio



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 20 % de los encuestados manifestaron que el servicio cumplió con sus expectativas, el 28 % se ubican en el ítems regular y el 51% se siente insatisfecho por cuanto se ubican en el ítem malo y deficiente.

Interpretación.- Esta tiene como objetivo averiguar el grado de satisfacción que responde el servicio en cuanto a las expectativas de los usuarios de manera que responda a la dimensión de Fiabilidad o prestación del servicio.

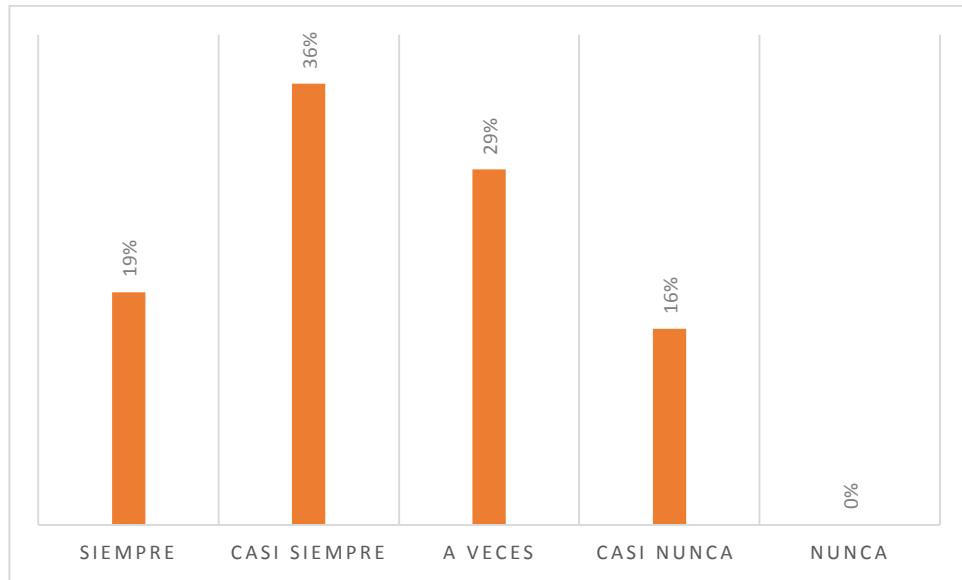
Pregunta N°5: ¿Los operarios de los vehículos cumplen sus funciones?

Tabla 6: Funciones de los operarios

5		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	11	3%
4	Casi siempre	59	18%
3	A veces	102	31%
2	Nunca	122	37%
1	Casi nunca	33	10%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 9: Funciones de los operarios



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 21% de los encuestados respondieron que los usuarios cumplieron sus funciones mientras que el, 31 % no está seguros de que las cumplan por tanto se ubican en el ítem regular, y el 47% dijeron que los operarios no cumplieron sus funciones.

Interpretación.- El propósito de esta pregunta es conocer el grado de confiabilidad en cuanto a los ofrecimientos que hacen los operarios de las unidades de transporte para con los usuarios.

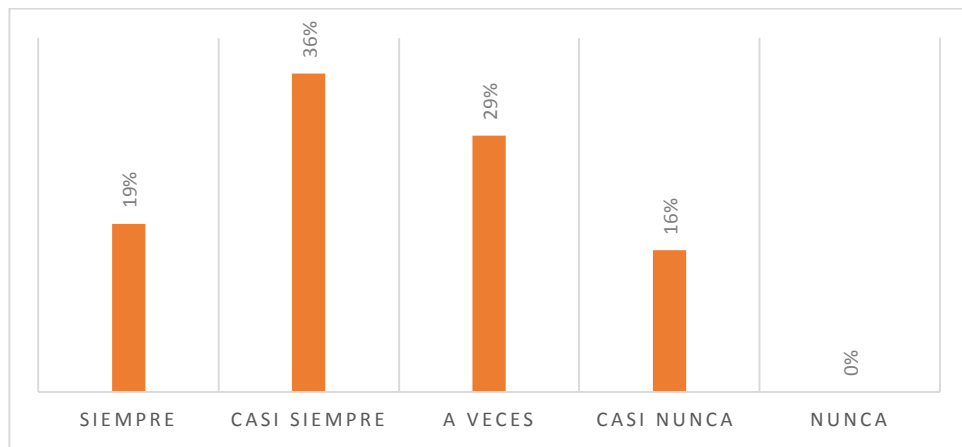
Pregunta N°6: ¿Los bultos y encomiendas enviados a través de la Cooperativa llegan a su destino en el tiempo establecido?

Tabla 7: Tiempo establecido de envió de bultos y encomiendas

6		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	22	7%
4	Casi siempre	65	20%
3	A veces	109	33%
2	Casi nunca	105	32%
1	Nunca	26	8%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 10: Tiempo establecido de envió de bultos y encomiendas



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 27% de los encuestados dijeron que las encomiendas llegaron a sus destinos en el tiempo establecido, el 33% manifestaron su inseguridad de que así sea y se ubican en el ítem regular, y el 40% dijeron que las encomiendas no llegan en el estado y tiempo establecido.

Interpretación.- A través de la misma se pretende conocer el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al cumplimiento del tiempo establecido en los envíos de encomiendas.

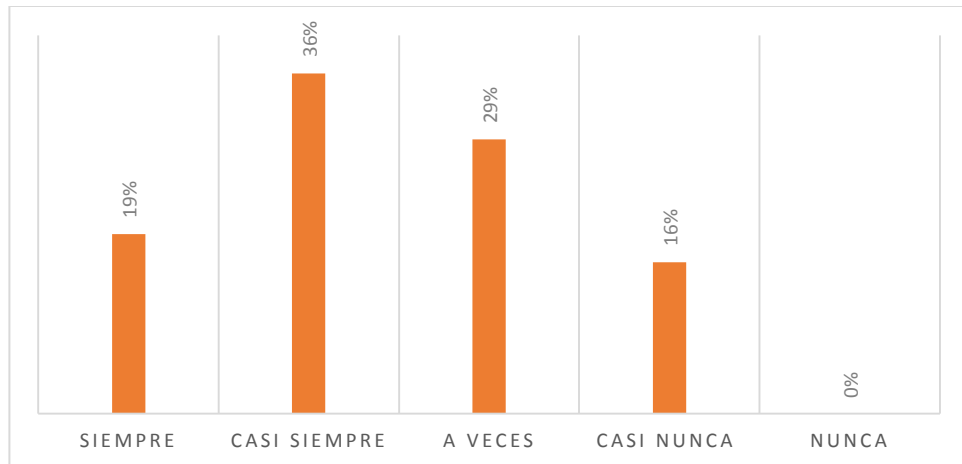
Pregunta N°7: ¿Cuando el cliente tiene un problema, los directivos de la Cooperativa muestran sincero interés en solucionarlo?

Tabla 8: Interés en solución de problemas hacia los usuarios

7		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	0	0%
4	Casi siempre	4	1%
3	A veces	56	17%
2	Casi nunca	171	52%
1	Nunca	96	29%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 11: Interés en solución de problemas hacia los usuarios



Elaborado por: Los Autores

Análisis: EL 1% de los encuestados dijo que los directivos se mostraron interesados en solucionar sus problemas a sus usuarios, mientras el 17% de las personas no estuvieron seguras de que lo hagan y el 81% dijeron que los operarios no muestran interés en solucionar sus problemas.

Interpretación.- Esta se enfoca en el interés que muestran los operarios de las unidades de transporte por solucionar problemas con sus clientes.

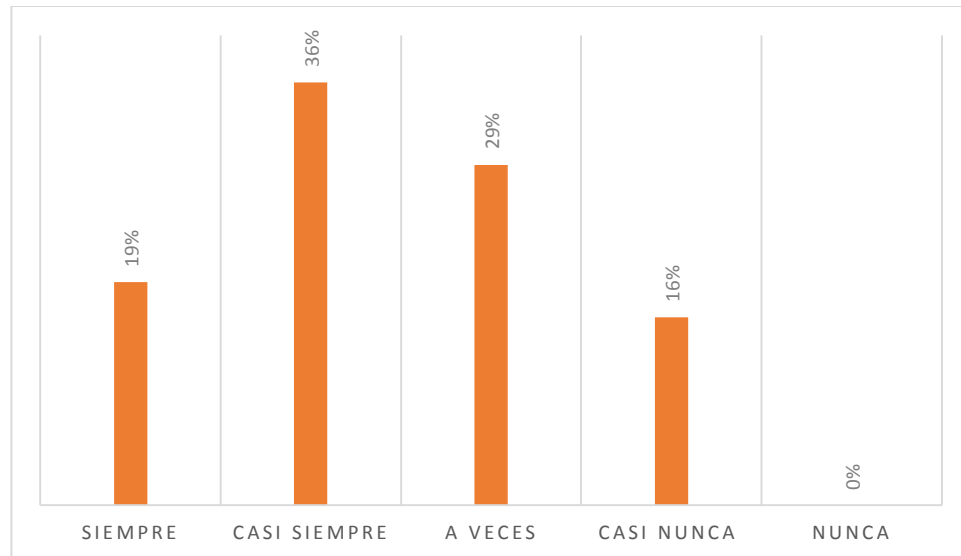
Pregunta N°8: La cooperativa ofrece a sus usuarios un ambiente de espera agradable y seguro en la oficina de Vinces?

Tabla 9: Usuarios en ambientes agradables y seguros

8		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	7	2%
4	Casi siempre	49	15%
3	A veces	94	29%
2	Casi nunca	132	40%
1	Nunca	45	14%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 12: Usuarios en ambientes agradables y seguros



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 17% se sintieron cómodos y seguros en el ambiente de espera que brinda en las instalaciones de Vinces, mientras en el 29% se sintió neutro y se ubican en el ítem regular, el 54% se sintieron inseguros e incómodos.

Interpretación.- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa dentro de la sala de espera en la Oficina ubicada en el cantón Vinces, destacando entre esta las características de ambiente agradable y seguridad.

Pregunta N°9: ¿El trato del personal con los usuarios es considerable y amable?

Tabla 10: Amabilidad del personal del servicio

9		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	16	5%
4	Casi siempre	58	18%
3	A veces	111	34%
2	Casi nunca	112	34%
1	Nunca	30	9%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 13: Amabilidad del personal del servicio



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 23 % de los encuestados manifestaron que el personal tiene muy buena atención a sus usuarios, el 34% mostro un trato regular al cliente y el 43% mostraron un trato malo y deficiente.

Interpretación.- Saber si este es considerable y amable de manera que los usuarios se sientan satisfechos con la atención recibida.

Pregunta N°10: ¿Los operarios se muestran dispuesto a servir a los usuarios?

Tabla 11: Personal dispuesto a servir a los usuarios

10		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	29	9%
4	Casi siempre	104	32%
3	A veces	105	32%
2	Casi nunca	71	22%
1	Nunca	18	6%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 14: Personal dispuesto a servir a los usuarios



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 41% de los encuestados declararon que hay disponibilidad por parte de los operarios para atender a los usuarios, mientras el 32% dijeron que demostraron imparcialidad y el 28% dijo que no muestran disponibilidad para atenderlos.

Interpretación.- El objetivo de esta interrogante es la de conocer la capacidad de servicio de los operarios: chofer y auxiliar de unidad de transportes.

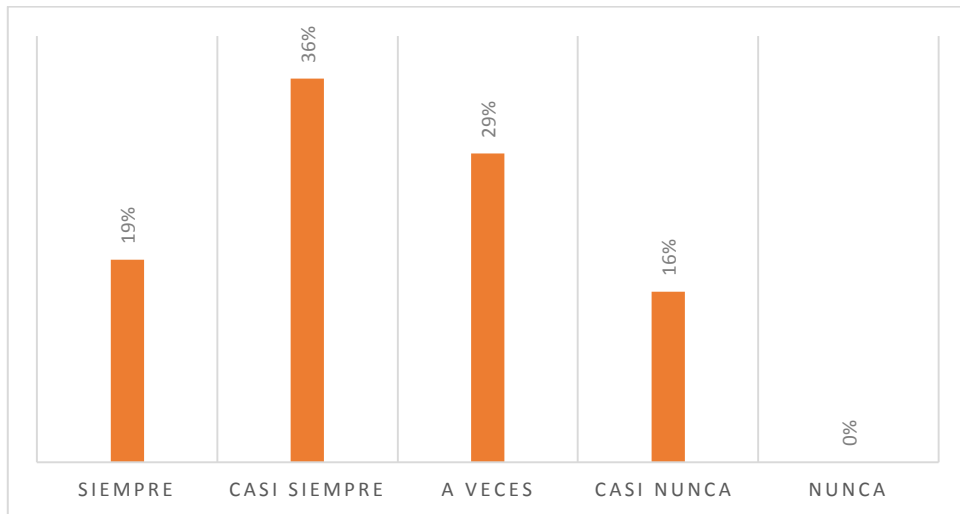
Pregunta N°11: ¿Si quiso resolver una duda, los miembros de la cooperativa respondieron a esta en el tiempo y forma adecuada?

Tabla 12: Capacidad de respuesta de los miembros

11		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	12	4%
4	Casi siempre	48	15%
3	A veces	110	34%
2	Casi nunca	129	39%
1	Nunca	28	9%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 15: Capacidad de respuesta de los miembros



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 19 % de los encuestados manifestaron que los operarios brindaron su ayuda en cuanto a dudas y consultas, mientras el 34% se ubicó en el ítem regular ya que a veces estos les ayudan y el 48% mantuvo que no responden a sus dudas o consultas.

Interpretación.- Se pretende conocer la capacidad de servicio en cuanto a brindar información en el tiempo y forma adecuada de los operarios: chofer y auxiliar de unidades de transportes, para con a sus clientes y usuarios.

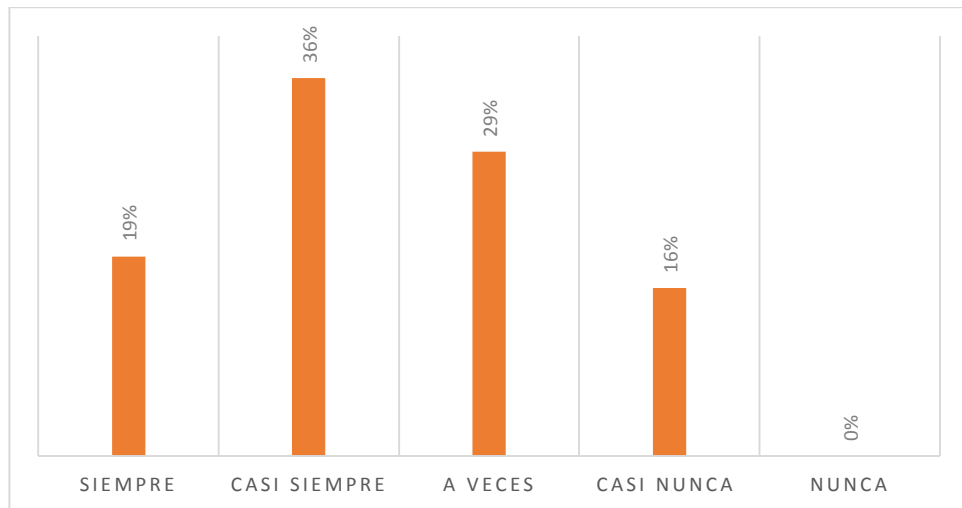
Pregunta N°12: ¿Los operarios de las unidades de transporte dan una imagen de honestidad y confianza?

Tabla 13: Imagen de los operarios

12		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	50	15%
4	Casi siempre	78	24%
3	A veces	76	23%
2	Casi nunca	87	27%
1	Nunca	36	11%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 16: Imagen de los operarios



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 39% de los usuarios se sintieron seguros en cuanto a la imagen y comportamiento de los operarios, mientras el 23% se mostró poco seguros y el 38% se mostraron inseguros.

Interpretación.- El objetivo de la pregunta es la de conocer la opinión de los operarios en cuanto a la imagen de honestidad y confianza que revelan los operarios de las unidades de transporte.

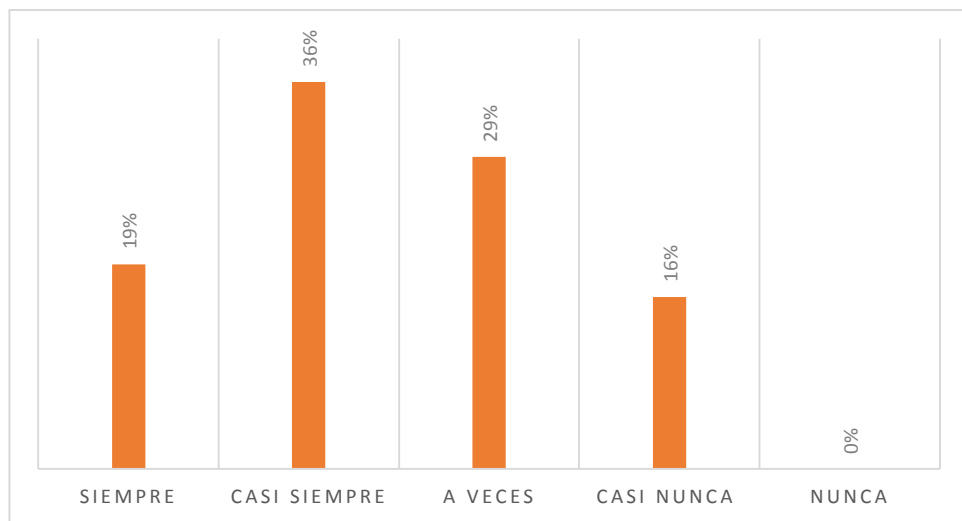
Pregunta N°13: ¿El personal de la Cooperativa demuestra igualdad para todos sus clientes?

Tabla 14: Equidad para los usuarios

13		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	69	21%
4	Casi siempre	108	33%
3	A veces	108	33%
2	Casi nunca	41	13%
1	Nunca	1	0%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 17: Equidad para los usuarios



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 54% de las personas encuestadas respondieron que el 54% de los operarios demostraron igualdad con todos los usuarios, mientras el 33% dijeron ser imparciales en cuanto a la igualdad de trato a los usuarios y el 13% respondieron que demuestran desigualdad en trato a los usuarios.

Interpretación.- Esta interrogante pretende responder a la igualdad de condiciones de los operarios para brindar el servicio.

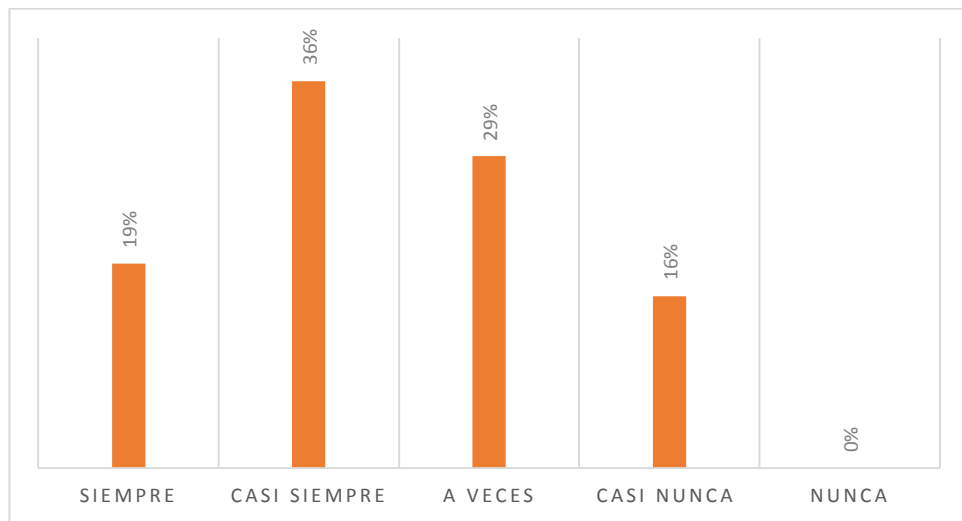
Pregunta N°14: ¿Los bultos y encomiendas enviados son recibidos en el mismo estado en el que fue enviado?

Tabla 15: Estado de las encomiendas

14		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	85	26%
4	Casi siempre	136	42%
3	A veces	76	23%
2	Casi nunca	30	9%
1	Nunca	0	0%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 18: Estado de las encomiendas



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 68% de los encuestados se sintieron satisfechos enviando sus encomiendas porque son recibidas sin alteraciones, mientras el 23% se mostró inseguro de ello y el 9% se sintió inseguros.

Interpretación.- El objetivo que persigue esta interrogante es la conocer el grado de seguridad y confianza en el envío y recepción de bultos y encomiendas en la cooperativa.

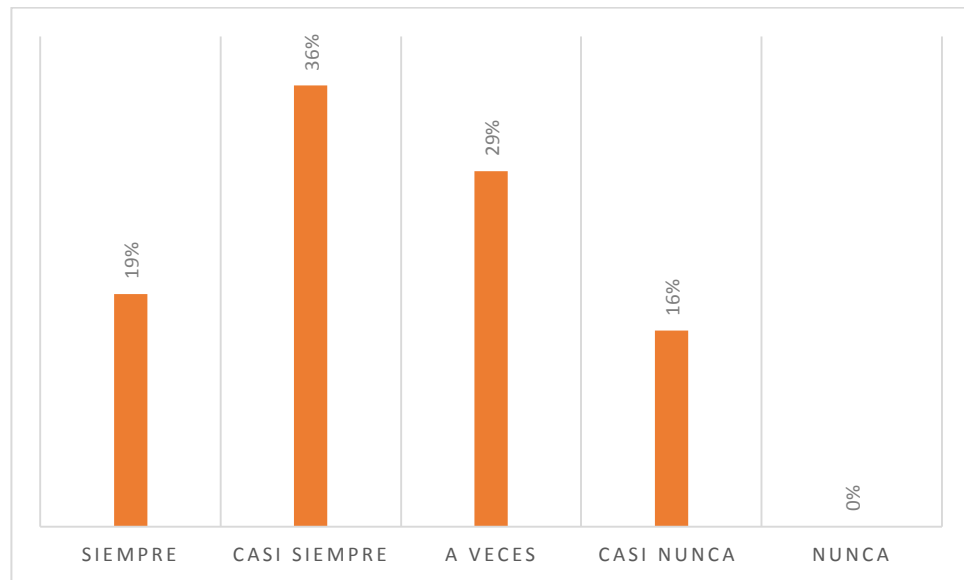
Pregunta N°15: ¿Usted recibió atención individualizada?

Tabla 16: Tipo de atención al usuario

15		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	61	19%
4	Casi siempre	125	38%
3	A veces	94	29%
2	Casi nunca	45	14%
1	Nunca	2	1%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 19: Tipo de atención al usuario



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 57% dijeron recibir atención individualizada por parte de los operarios, mientras el 29% no siempre ha recibido atención individualizada y el 15% no recibió atención individualizada.

Interpretación.- A través de este ítem los usuarios manifestaron la atención individualizada y personal de los operarios con sus clientes o usuarios.

Pregunta N°16: ¿Los operarios se expresan de manera clara y comprensible, en caso de necesitar información del servicio?

Tabla 17: Capacidad de respuesta sobre información del servicio

16		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	0	0%
4	Casi siempre	26	8%
3	A veces	61	19%
2	Casi nunca	148	45%
1	Nunca	92	28%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 20: Capacidad de respuesta sobre información del servicio



Elaborado por: Los Autores

Análisis: EL 8% de los operarios brindaron información clara, precisa y oportuna, mientras el 19% brindó información poco precisa y oportuna, el 73% brindaron información deficiente e imprecisa.

Interpretación.- Esta revela la ocasión en la que el usuario solicita información a los operarios del servicio y espera que sea atendido de una manera oportuna.

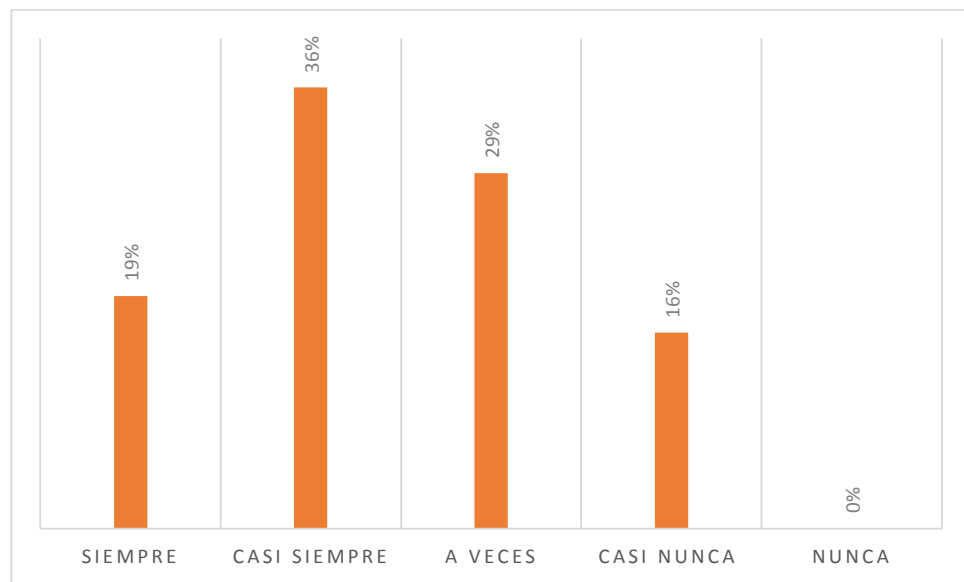
Pregunta N°17: ¿Demuestra interés la cooperativa hacia la comunidad?

Tabla 18: Resultado si demuestra interés por el usuario

17		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	0	0%
4	Casi siempre	22	7%
3	A veces	71	22%
2	Casi nunca	150	46%
1	Nunca	84	26%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 21: Resultado si demuestra interés por el usuario



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 7% dijeron que la cooperativa mostro interés y entiende las necesidades de los usuarios, mientras el 22% se mantuvo neutro y el 72% no percibió el interés.

Interpretación.- Esta busca conocer la opinión de los usuarios en cuanto al interés de la cooperativa por servir a la comunidad.

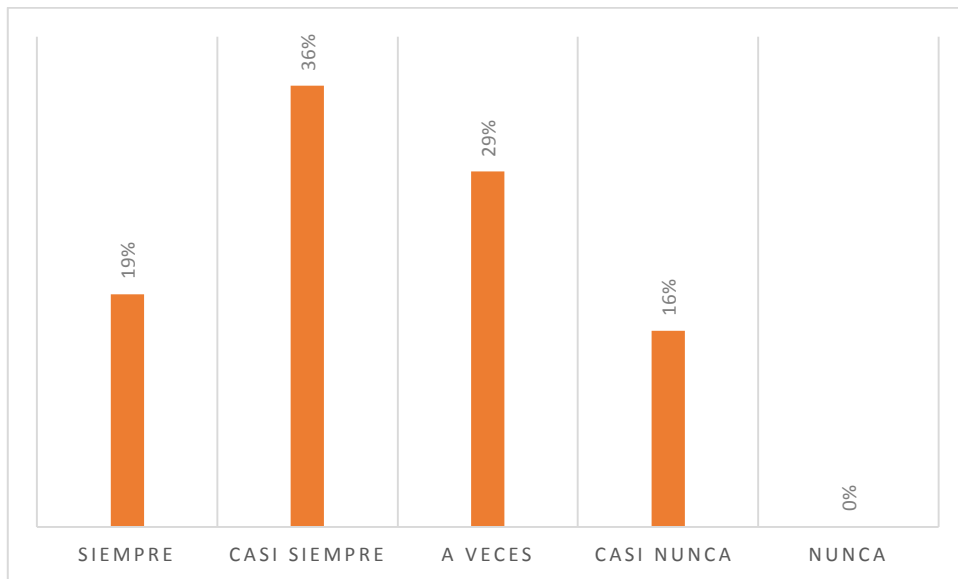
Pregunta N°18: ¿La cooperativa ofrece horarios convenientes para todos los usuarios?

Tabla 19: Resultados conforme a los horarios establecidos

18		Encuestados	Porcentaje
5	Siempre	61	19%
4	Casi siempre	119	36%
3	A veces	94	29%
2	Casi nunca	53	16%
1	Nunca	0	0%
Total		327	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 22: Resultados conforme a los horarios establecidos



Elaborado por: Los Autores

Análisis: El 54% se sintió satisfechos con los horarios que brinda la Cooperativa para prestación de su servicio, mientras el 29% se mantuvo neutros y el 16% se sintió insatisfechos.

Interpretación.- Esta pretende conocer la necesidad de los usuarios en cuanto a los horarios, frecuencia y rutas que cubre la cooperativa.

En la tabla se describen los resultados promediados de cada pregunta, los mismos muestran que la Cooperativa no llega a satisfacer sus expectativas, y que en estos solo se sienten conformes en la mayoría de sus ítems.

Tabla 20: Resultados del promedio de satisfacción por pregunta

ITEMS		PROMEDIO SATISFACCION
Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados, materiales y comunicación.		
1	¿Cómo considera Ud. el estado mecánico de las unidades?	2.5
2	¿El estado físico del interior de los vehículos de transporte es?	2.58
3	¿El estado físico de las instalaciones de las oficinas es?	2.72
Fiabilidad o Presentación del Servicio: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y Cuidadosa.		
4	¿El servicio prestado responde a sus expectativas?	2.55
5	¿Los operarios de los vehículos cumplen sus funciones?	2.67
6	¿Los bultos y encomiendas enviados a través de la Cooperativa llegan a su destino en el tiempo establecido?	2.85
7	¿Cuándo el cliente tiene un problema, los miembros de la Cooperativa muestran sincero interés en solucionarlo?	1.9
8	¿La cooperativa ofrece a sus usuarios un ambiente de espera agradable y seguro en la oficina de Vinces?	2.51
Capacidad de Respuesta: Disposición y voluntad de los operarios y miembros de la organización para ayudar al cliente y proporcionar un buen servicio.		
9	¿El trato del personal con los usuarios es considerable y amable?	2.75
10	¿Los operarios se muestran dispuesto a servir a los usuarios?	3.17
11	¿Si quiso resolver una duda, los miembros de la cooperativa respondieron a esta en el tiempo y forma adecuada?	2.67
Seguridad: Conocimiento y atención mostrados por los operarios y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza		
12	¿Los operarios de las unidades de transporte dan una imagen de honestidad y confianza?	3.35
13	¿El personal de la Cooperativa demuestra igualdad para todos sus clientes?	3.76
14	¿Los bultos y encomiendas enviados son recibidos en el mismo estado en el que fue enviado?	3.85
Empatía: Atención individualizada que ofrecen los operarios a sus clientes		
15	¿Usted recibió atención individualizada?	3.61
16	¿Los operarios se expresan de manera clara y comprensible, en caso de necesitar información del servicio?	2.06
17	¿Demuestra interés la cooperativa hacia la comunidad?	2.09
18	¿La cooperativa ofrece horarios convenientes para todos los usuarios?	3.57
Promedio Satisfacción		2.84

El promedio de satisfacción de la Cooperativa de Transporte Ciudad de Vinces es de 2.84, que se encuentra dentro del parámetros REGULAR, por tanto el servicio debe mejorar en áreas de: atención al cliente, estado de las unidades, ambientes de espera con seguridad y confort, mejorar el diseño de interiores dentro de los vehículos y

ejecutar el servicio de envío de bultos y encomiendas con mayor control y planificación.

3.2. Interpretación y discusión de resultados.

Al notar en los resultados el grado de satisfacción obtenido de los mismos podemos decir que la Cooperativa de Transporte Ciudad de Vinces en la Actualidad no satisface las necesidades de estos y a su vez que tiene muchas áreas por mejorar entre ellas la Tangibilidad, Empatía y Fiabilidad siendo estas las principales características que hacen que el servicio sea de calidad.

Además los encuestados afirman que deben de tomarse en cuenta ciertos parámetros y directrices para mejorar la calidad del servicio.

Del estado mecánico de las unidades de transporte, se determinó la calificación de cada usuario en cuanto al estado mecánico de las unidades de transportes a fin de establecer un promedio en cuanto a la dimensión del servicio en el área de la Tangibilidad.

En la encuesta realizada se refleja el 2.5 de satisfacción en los usuarios, es decir los usuarios se sienten insatisfechos con el estado mecánico de las unidades de transporte, ya que el estado de las mismas no es confiable.

Conforme al estado físico del interior de los vehículos de transporte es establecer la consideración de los usuarios en cuanto al estado físico de las unidades de transporte. Según los resultados de la encuesta los usuarios reflejan el 2.58, lo que indica que los usuarios no se sienten satisfechos con la apariencia física del interior de las unidades de transporte.

Respecto a las instalaciones de las oficinas de conocer las condiciones y estado de las instalaciones y salas de espera según la opinión de los usuarios de la cooperativa de transporte Ciudad de Vinces.

Con los datos los usuarios califican las instalaciones de las oficinas con un promedio de 2.72. Por tanto se manifiesta insatisfacción en cuanto a los elementos tangibles que componen el servicio de transporte que suman un total del 2.6.

En cuanto al servicio prestado si responde a sus expectativas, tiene como objetivo averiguar el grado de satisfacción que responde el servicio en cuanto a las expectativas de los usuarios de manera que responda a la dimensión de Fiabilidad o prestación del servicio.

Según los resultados obtenidos en la encuesta el servicio de transporte responden a las expectativas de los usuarios en 2.55, calificación que refleja que los usuarios están conformes con el servicio pero sin embargo estos no responden a sus expectativas.

En cuanto a los operarios de los vehículos si cumplen sus funciones, es conocer el grado de confiabilidad en cuanto a los ofrecimientos que hacen los operarios de las unidades de transporte para con los usuarios.

En la encuesta realizada los usuarios respondieron que los operarios de la cooperativa de transportes cumplen sus funciones con el grado de calificación de 2.67 lo que indica que realizan su función pero no son eficientes y eficaces en ellas por tanto no logran la satisfacción de sus clientes.

De los bultos y encomiendas enviados a través de la Cooperativa llegan a su destino en el tiempo establecido, se mide el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al cumplimiento del tiempo establecido en los envíos de encomiendas.

El promedio de satisfacción según los resultados obtenidos en este ítems corresponde al 2.85 lo que indica que las encomiendas son recibidas en el tiempo establecido pero

no son controladas de forma eficiente por tanto no es un servicio que satisfaga al cliente en su totalidad.

Respecto si el cliente tiene un problema, los miembros de la Cooperativa muestran sincero interés en solucionarlo, la opinión de los usuarios con respecto a la capacidad de respuesta de Cooperativa para con sus usuarios, esta se enfoca en el interés que muestran los operarios de las unidades de transporte por solucionar problemas con sus clientes.

Los usuarios mediante la encuesta responden a esta interrogante con 1.9, lo que indica que están satisfechos en cuanto al cooperativismo e interés de los usuarios para resolver los problemas que se presentan con sus usuarios mientras se da el servicio.

Si la cooperativa ofrece a sus usuarios un ambiente de espera agradable y seguro en la oficina de Vinces, se conoció el grado de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa dentro de la sala de espera en la Oficina ubicada en el cantón Vinces, destacando entre esta las características de ambiente agradable y seguridad.

En la oficina de Vinces existe un ambiente de espera poco agradable y poco seguro, así lo reflejan los usuarios en la encuesta calificando este ítem con un 2.51. Los resultados obtenidos en los ítems del 4 al 8 promedian la calificación del servicio en cuanto a la presentación del mismo o fiabilidad, cuyo resultado es 2.5, este refleja la insatisfacción de los usuarios en cuanto al ambiente y carta de presentación del servicio (operarios).

En cuanto a el trato del personal con los usuarios es considerable y amable, se conoció el trato del personal de los operarios de la Cooperativa para con los usuarios, específicamente intentando saber si este es considerable y amable de manera que los usuarios se sientan satisfechos con la atención recibida.

El trato del personal de la cooperativa para con sus usuarios esta promediado con 2.75, lo que indica que los usuarios se sienten conformes con la atención de los mismos pero no satisfechos.

En cuanto los operarios se muestran dispuestos a servir a los usuarios, se conoció la capacidad de servicio de los operarios: chofer y auxiliar de unidades de transportes.

En los resultados de la encuesta se refleja que existe un promedio de 3.17 de capacidad de servicio que en la escala se manifiesta como el conformismo de los usuarios más no su satisfacción.

Además si quisiera resolver una duda, los miembros de la cooperativa respondieron a esta en el tiempo y forma adecuada, se conoció la capacidad de servicio en cuanto a brindar información en el tiempo y forma adecuada de los operarios: chofer y auxiliar de unidades de transportes, para con sus clientes y usuarios.

Esta capacidad de servicio responde a estos según la encuesta con un 2.67 lo que revela que los usuarios se muestran neutrales pero no satisfechos. Los ítems 9-10-11 responden al promedio de la capacidad de respuesta de los agentes que ejecutan el servicio, en ella se refleja un promedio de 2.86.

De los operarios de las unidades dan una imagen de honestidad y confianza, se conoció la opinión de los operarios en cuanto a la imagen de honestidad y confianza que revelan los operarios de las unidades de transporte.

A esta respondieron los usuarios en un promedio de 3.35 cuya valoración es satisfactoria es decir muestran imagen de confianza y honestidad.

Conforme al personal de la Cooperativa demuestra igualdad para todos sus clientes, respondieron a la igualdad de condiciones de los operarios para brindar el servicio.

Los usuarios respondieron a esta con un promedio de 3.76, por tanto la cooperativa no hace distinciones al momento de dar el servicio, por ello los usuarios lo califican con satisfactorio.

También si los bultos y encomiendas enviados son recibidos en el mismo estado en el que fue enviado, se conoció el grado de seguridad y confianza en el envío y recepción de bultos y encomiendas en la cooperativa.

El grado de satisfacción de los usuarios en este ítem según la encuesta realizada responde a un promedio de 3.85 puntos, lo que refleja la satisfacción en sus clientes. Las preguntas 12-13-14 fueron diseñadas para responder la dimensión de seguridad en el servicio de transporte que brinda la cooperativa cuya calificación a esta dimensión es de 3.65 puntos, en esta valoración se revela la satisfacción de los usuarios en cuanto a la seguridad.

Respecto al usuario si recibió atención individualizada, manifestaron la atención individualizada y personal de los operarios con sus clientes o usuarios.

Según los resultados obtenidos se refleja un promedio de 3.61 puntos lo que revela que los usuarios han recibido atención personalizada por parte de los operarios de manera que se valora como satisfactorio.

En cuanto a los operarios si se expresaron de manera clara y comprensible, en caso de necesitar información del servicio, esta revelo la ocasión en la que el usuario solicita información a los operarios a esta, los usuarios calificación insatisfactoria con una valoración promedio de 2.06 puntos, ya que los usuarios no demuestran predisposición por informar a los usuarios de temas relacionados a la cooperativa.

En el caso si demuestra interés la cooperativa hacia la comunidad, se conoció la opinión de los usuarios en cuanto al interés de la cooperativa por servir a la comunidad. El interés que muestra la cooperativa con la comunidad a la que sirve los usuarios la califican con deficiente o insatisfactoria y la promedian con 2.09 puntos.

Según los horarios convenientes para todos los usuarios, se determinó la necesidad de los usuarios en cuanto a los horarios, frecuencia y rutas que cubre la cooperativa.

Los usuarios en las encuestas respondieron estar satisfechos con estas características del servicio por tanto la valoran con 3.57 puntos. Las preguntas comprendidas entre 15-18 se diseñaron para determinar el grado de empatía del servicio con los usuarios que reciben el servicio.

Los usuarios de la Cooperativa destacan que los aspectos más relevantes en lo que debe mejorar la cooperativa son en su atención, las unidades de transporte se encuentren en buen estado de manera que brinde seguridad y confort, implementar en su servicio el servicio de bar dentro de los vehículos y ejecutar el servicio de envío de bultos y encomiendas con mayor control y planificación.

IV. CONCLUSIONES

- ✓ Tal como lo establece el modelo servqual, los datos obtenidos de las expectativas y percepciones de los usuarios acerca de la calidad del servicio prestado, se pudo concluir que la satisfacción de los usuarios no fueron superados en su totalidad, dando como resultado un promedio de 2,8 puntos a una escala de 5 puntos entendiéndose como un nivel de servicio medio.
- ✓ La investigación muestra un nivel de servicio medio, se deduce que el usuario no recibió o percibió acerca de su experiencia lo que en realidad la cooperativa esperaba, por tanto se le debe prestar más atención a estos inconvenientes para que no se incremente el nivel de insatisfacción.
- ✓ Es importante aplicar las encuestas del modelo servqual en la cooperativa, de esta manera se captara información representativa y así se podrá concluir con mayor precisión acerca de las diferencias en la percepción y expectativas de la calidad del servicio ante los usuarios.
- ✓ Por último el modelo servqual es una herramienta útil para la medición de la calidad del servicio. Permittiéndonos obtener una situación actual del servicio con respecto a la satisfacción que el usuario percibe en el estudio de los datos, al implementar mejoras en el servicio.

V. RECOMENDACIONES

- ✓ Qué la cooperativa y el personal que la conforma atiendan a sus usuarios de manera respetuosa, cordial y atenta demostrándole que se le está brindando un buen servicio adoptándoles una cultura de calidad a sus usuarios.
- ✓ Que los problemas que tiene los usuario sean atendido a tiempo y buscar alternativas de solución para que se sienta satisfecho.
- ✓ Sugerimos tomar en cuenta la calidad en el servicio, ya que si no se toman en cuenta las sugerencias o quejas de los usuarios, la cooperativa podría sufrir consecuencias ante su imagen y desarrollo organizacional.
- ✓ Implementar un proceso de capacitación masiva para los operadores, quienes son los que tienen contactos directos con los usuarios. Contemplando temas de calidad, orientación y gestión en el servicio al cliente adecuándolos para el propósito planteado, adoptándoles una cultura de calidad en la cooperativa.
- ✓ Por último se recomienda al gerente de la cooperativa poner en práctica el plan, el cual le permitirá obtener resultados factibles y así lograr un excelente servicio al usuario con los criterios de calidad planteados.

VI. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.

6.1. Título

Plan de mejora de la calidad del servicio a través del modelo servqual en la cooperativa de transporte ciudad de Vinces.

6.2. Objetivos de la propuesta

6.2.1. General.

- ✓ Diseñar un plan de mejora de la gestión de la calidad de servicio a través del modelo servqual en la cooperativa de transporte ciudad de Vinces.

6.2.2 Específicos.

- ✓ Determinar las expectativas y percepciones internas y externas con relación a la calidad del servicio de la cooperativa de transporte ciudad de Vinces.
- ✓ Establecer un plan para mejorar la calidad del servicio de la cooperativa ciudad de Vinces a través de criterios de calidad.

6.3. Justificación

Crear un plan de mejora de la gestión de calidad del servicio a través del modelo servqual en la cooperativa de transporte ciudad de Vinces, con el objeto de optimizar los procesos, brindando un servicio que satisfaga íntegramente las expectativas y requerimientos de los usuarios, evitando ineficiencias y generando un servicio de calidad.

Para evaluar el efecto de la gestión de la calidad de las empresas de servicio, hemos escogido el modelo servqual, porque es muy efectivo al aplicarse en este tipo de empresas como lo es la de transporte, y se requerirá de un personal capacitado e idóneo para ejercer las funciones que se establecen para una cooperativa.

Por lo tanto, es de mucha utilidad el estudio, porque nos proporciona información necesaria e integra de la percepción del servicio por parte de los usuarios.

Desde el punto de vista práctico, la aplicación de la metodología servqual nos permitirá conocer las brechas entre los usuarios y los empleados, y de esta manera visualizar las fallas existentes para satisfacer de manera óptima el servicio que realmente se entrega a los usuarios.

6.4. Factibilidad de la propuesta.

La realización del plan para la mejora de la gestión de la calidad de servicio a través del modelo servqual en la cooperativa de transporte Ciudad de Vinces será factible de aplicarse por las siguientes razones:

Factibilidad institucional.- Se representa en la disposición y voluntad de los socios para favorecer el plan para la mejora de la gestión de la calidad de servicio porque esperan conseguir cambios positivos para la cooperativa en consideración en cada uno de los aspectos a seguir.

Factibilidad social.- Cada uno de los socios aportara para el desarrollo y mejora de la cooperativa, de esta manera se lograra en conjunto la meta propuesta.

Factibilidad técnica-operativa.- Por medio de los recursos humanos, tecnológicos, materiales y económicos para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Actividades.

Plan de mejora de la gestión de la calidad del servicio a través del modelo servqual en la cooperativa de transporte “Ciudad de Vinces”.

6.5.1 Introducción

El presente plan está enfocado en el mejoramiento de la gestión de la calidad del servicio en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” tiene como objeto facilitar el cumplimiento de las actividades.

El cual está dirigido para los socios, conductores, auxiliares de servicio y toda persona relacionada con la actividad del servicio de transporte terrestre, el cual apuesta por la calidad del servicio como parte de su cultura y desarrollo organizacional.

Mediante esta guía se propone el cumplimiento de las normas que establecen un punto de partida y un punto final como ámbito de esta actividad, para saber cómo actuar en su respectivo procedimiento y esta se realice con eficiencia y efectividad.

Por ello se ha considerado fundamentar el modelo conceptual de la calidad del servicio servqual de Parasuraman, el cual se determina en 5 dimensiones en la percepción de los usuarios sobre la calidad; Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y empatía.

6.5.2 Objetivo

El objetivo primordial de la presente guía es proponer la secuencia de la cadena del servicio es un esquema lógico operativo, donde se mostraran las etapas y en cada una de ellas se establecerá criterios de calidad el cual conduzca a mejorar el desempeño del servicio.

6.5.3 Alcance

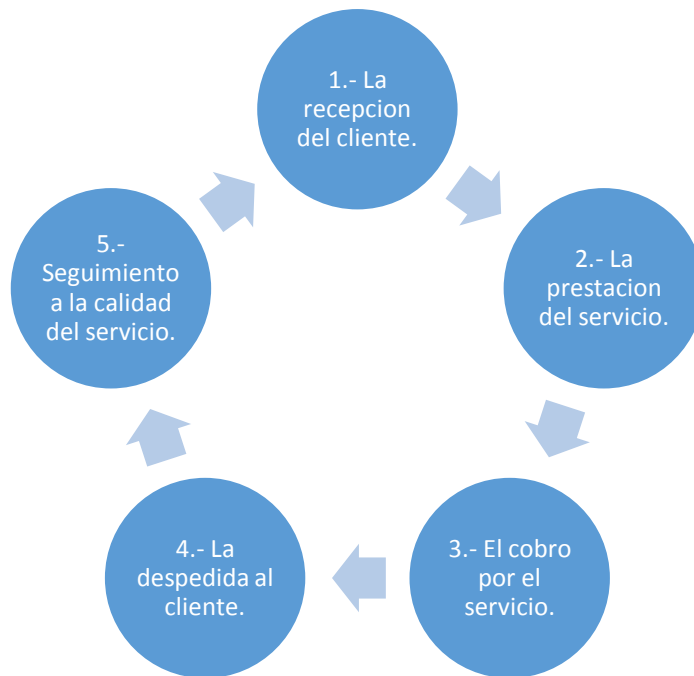
Esta guía está orientada a el establecimiento de criterios de calidad a través del modelo servqual con el fin de mejorar la calidad del servicio y resolver la insatisfacción de los usuarios.

6.5.4 Responsables

La responsabilidad de esta guía recae de manera directa sobre los socios y directiva de la cooperativa, quienes están encargados de que se cumplan todos los procedimientos o criterios de calidad mediante la prestación del servicio, su aplicación contribuirá a mejorar el servicio de transporte para su desarrollo organizacional.

6.5.5 Cadena de valor o secuencia del servicio.

Gráfico 23: Cadena de valor o secuencia del servicio



Elaborado por: El Autor

6.5.6 Procedimientos y criterios de calidad en relación a las diferentes etapas del servicio.

	<p>COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”</p>	
<p>1ra Etapa: La recepción al cliente</p>		
<p>Objetivo: Etapa en la que se da el primer contacto con el cliente, razón por los que los conductores y auxiliares deben tener una ética profesional, la cual se espera de ellos la amabilidad y no sean descortés.</p>		
<p>La primera impresión</p>		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se debe actuar de manera atenta, educado, amabilidad y deseo de servir para lograr una buena relación con él usuario. ✓ Pronunciar con claridad y amablemente el saludo. ✓ Cada vez que salude al usuario mírele a los ojos y con una sonrisa. ✓ No olvide que Ud. debe de saludar primero al usuario. (Ejemplo: Buenos días, buenas tardes, buenas noches.) ✓ Se debe de actuar con naturalidad y no hacer señas extrañas el cual entre en desconfianza al usuario. ✓ Debe de generar confianza al cliente sobre nuestro servicio. ✓ Cuando se esté expresando no se muerda los labios ni haga titubeo, ya que esto demuestra inseguridad. 		
<p>Recurso: Humano, financiero.</p>		
<p>Costo: \$300 en una capacitación en servicio al cliente.</p>		
<p>Responsable: Gerencia, Socio del vehículo.</p>		
<p>Periodo: Acción inmediata.</p>		



COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”



2da Etapa: La prestación del servicio

Objetivo: En la segunda etapa se describen actividades necesarias para la prestación de un buen servicio.

Características del bus

Funciones:

- ✓ Procurar de tener vehículos del año para una buena imagen corporativa.
- ✓ Que el vehículo cumpla con los requisitos de la norma inen para vehículos de transporte de pasajeros.
- ✓ De preferencia la unidad debe de contener un sistema de aire acondicionado.
- ✓ El vehículo debe estar en perfectas condiciones para su funcionamiento a la hora de su salida.
- ✓ El vehículo debe contar con la autorización correspondiente de la cooperativa a la hora de la prestación del servicio.

El trato del conductor y auxiliar

Funciones:

- ✓ Como se menciona parte de las instrucciones de la 1ra etapa.
- ✓ La confianza es la parte importante al momento de la prestación del servicio.
- ✓ Sus modales, expresiones o gestos deben generar educación ante el usuario.
- ✓ Procurar hacer gestos innecesarios.

Limpieza y cuidado del vehículo

Funciones:

- ✓ Se prefiere mantener limpio y en perfectas condiciones el interior y exterior del vehículo.
- ✓ El interior del vehículo no debe contener decoraciones excesivas, debe ser simple y elegante.
- ✓ El horario de limpieza del vehículo es diaria, de preferencia utilice artículos que deje un aroma agradable al ambiente.
- ✓ La limpieza del vehículo no se debe realizar en el momento que se encuentren usuarios dentro del ellos, causaría molestias y mala imagen.
- ✓ Se recomienda que los forros de los asientos deben de lavarse con frecuencia, por lo que se debe de contar con dos juegos.
- ✓ Debe utilizar un ambientador que sea lo más discreto posible para evitar olores fuertes.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ La porta equipaje se debe mantener limpio cuando sea la hora de colocar el equipaje de los usuarios.
Cuidado personal del conductor y auxiliar
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Es importante que tenga buena presencia con su aseo y limpieza personal desde el inicio y final de la jornada de trabajo. ✓ Como parte de un buen vivir los operarios deben mantener un aseo diario. ✓ Su uniforme de trabajo debe ser cómoda y funcional y que se encuentre en perfectas condiciones. ✓ No utilizar prendas o accesorios que no sea contemplado como parte de su uniforme.
Seguridad
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Por cuestiones de reglamento y como norma de seguridad, no debe abastecer de combustible el vehículo con pasajeros en el interior. ✓ La ley de tránsito prohíbe a los conductores hablar por celular mientras conduce. ✓ Confirmar antes de salir el buen estado del vehículo, para que no tenga inconveniente durante su viaje. ✓ En el caso del conductor no es permitido que establezca una conversación con el usuario mientras conduce.
Recurso: Humano, financiero, materiales.
<p>Costo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ \$2000 para la renovación de las características del vehículo. ✓ \$300 en una capacitación en manejo de clientes. ✓ \$40 para la compra del uniforme de los operarios.
Responsable: Consejo de vigilancia, Socio del vehículo.
Periodo: Acción a mediano plazo.



COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”



3ra Etapa: El cobro por el servicio

Objetivo: Esta tercera etapa el usuario y los operarios tienen todo el derecho de respetar las tarifas establecidas por el órgano regulador competente.

Funciones:

- ✓ La cooperativa tiene toda la obligación de dar a conocer los precios oficiales de los diferentes valores del servicio según su destino.
- ✓ Se recomienda que en el momento del cobro del servicio, el operador cuente con sueltos para efectuar la diferencia del pasaje.
- ✓ No debe cobrar valores excesivos del servicio, de los ya establecidos por el ente regulador.
- ✓ Respetar el cobro del 50% de tarifas según como dispone la ley de los usuarios preferenciales.

Recurso: Humano, financiero.

Costo:

- ✓ \$300 en una capacitación en técnicas de cobranzas.
- ✓ \$99 para la compra de publicidad de precios oficiales.

Responsable: Consejo de vigilancia, Operadores del vehículo.

Periodo: Acción inmediata.



COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”



4ta Etapa: La despedida al usuario.

Objetivo: Esta cuarta etapa el operador y el auxiliar deben demostrar el mismo trato con el cual fue recibido el usuario.

Funciones:

- ✓ Dejar a los pasajeros en su lugar de destino o paradas autorizadas por la agencia reguladora.
- ✓ Deberá ayudar a bajar el equipaje o bolsos de los usuarios entregándoles en sus manos o a la vista del mismo.
- ✓ En caso de que haya algún usuario con discapacidad, se le deberá brindar apoyo necesario para que pueda bajar del vehículo.
- ✓ Siempre despídase del usuario manifestándole que tenga (Ejemplo: “Que tenga un buen día”, “Que le vaya bien” o “Feliz estadia”).
- ✓ Cuando se despida del usuario su voz debe ser clara y firme.
- ✓ Por cuestiones de seguridad Ud. debe de observar que el usuario haya abandonado por completo el vehículo, esto mostrara que ha llegado bien y corresponde su responsabilidad de ahí en adelante.

Atención de quejas y reclamos

- ✓ En caso de que se presente una queja, siempre hable lo justo y necesario.
- ✓ No entre en detalle en algo que no tenga que ver con el problema.
- ✓ Deje que el usuario exprese su reclamo, de esta manera Ud. sabrá que decirle.
- ✓ Evite enojarse por ningún motivo, por el contrario entienda al cliente y póngase en su lugar.
- ✓ En caso de que haya alguna molestia por el servicio, siempre pregunte el porqué de su molestia, esto ayudara a mejorar.
- ✓ Y no olvidar de ofrecerle siempre al usuario soluciones prácticas.

Recurso: Humano.

Responsable: Operadores del vehículo.

Periodo: Acción inmediata.



COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”



5ta Etapa: Seguimiento a la calidad del servicio.

Objetivo: Esta quinta y última etapa ayudara a estar al tanto y asegurar que el servicio ha sido prestado de manera eficaz y eficiente a través de los operadores, socios y directivos de la cooperativa.

Tareas:

- ✓ Mediante la utilización de cuestionarios, esto proporcionara información útil, donde podremos observar cómo ha ido evolucionando la calidad del servicio de acuerdo al tiempo que haya transcurrido.
- ✓ También las encuestas ayudaran a evaluar las percepciones que el usuario ha obtenido sobre la calidad del servicio.
- ✓ Preguntando a los usuarios a modo de conversación, proporcionara la opinión que el usuario ha recibido mediante la prestación del servicio e incluso de experiencias anteriores que no desea que le suceda en el servicio que se está prestando.
- ✓ El buzón de sugerencias ayudara a recolectar las quejas, críticas y sugerencias hacia el servicio que ha sido prestado por los operadores.
- ✓ Para lograr un nivel de calidad debe de viajar con el usuario, que por medio de la observación se conoce y se escucha las quejas.
- ✓ Obteniendo y utilizando la información proporcionada por los usuarios permitirá identificar las falencias del servicio y así poder mantener un equilibrio entre las necesidades y expectativas de los usuarios.

Recurso: Humano, financiero, materiales

Costo:

- ✓ \$300 en una capacitación en técnicas de seguimiento.
- ✓ \$50 para la compra de artículos varios para recolectar información.
- ✓ \$60 para buzón de sugerencia en las oficinas de Vines y Babahoyo.

Responsable: Directivos, Consejo de vigilancia, Socios y Operadores del vehículo.

Periodo: Acción a mediano plazo.

6.5.7 La calidad de servicio depende exclusivamente de 5 dimensiones esenciales que son:

DIMENSIONES	RESULTADOS
Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipamiento de los vehículos con aspectos modernos. ✓ Mantener las instalaciones físicas atractivas. ✓ Los colaboradores mantienen una apariencia integral. ✓ Y demás elementos tangibles atractivos.
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de los objetivos u promesas. ✓ Son asertivos. ✓ Interés en la resolución de problemas. ✓ Realizar el servicio con eficiencia y eficacia.
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operadores comunicativos y asertivos. ✓ Operadores que responden y saben escuchar. ✓ Operadores dispuestos a ayudar. ✓ Operadores rápidos y creativos.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operadores que transmiten confianza. ✓ Usuarios seguros con el servicio. ✓ Operadores amables y respetuosos. ✓ Operadores bien formados.
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención individualizada con el usuario. ✓ Horarios convenientes de viajes. ✓ Preocupación por los intereses de los usuarios. ✓ Comprensión en las necesidades de los usuarios.

6.6. Evaluación de la propuesta

El plan para la mejora de la gestión de la calidad de servicio se lo evalúa a través de la acogida que mostraron los socios y el personal que labora en la cooperativa el cual se les hizo un planteamiento del mismo y una entrevista al gerente, respectivamente los usuarios quienes son directamente los beneficiados el haber colaborado en la encuesta aplicada que se requiere para la ejecución del plan debido a que ofrece procedimientos y criterios alternativos de la calidad a las deficiencias detectadas en el área de atención al usuario y en el cumplimiento interno y externo de las obligaciones, que tienen como resultado manifestarse en la gestión de la calidad del servicio enfocándose en aspectos positivos alcanzados para la institución.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Abast, S. (2006). Gestión de la provisión y el soporte de los servicios. Barcelona: Abast Group.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2010). Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas (Primera ed.). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A.
- Crosby, P. (1987). La calidad no cuesta. Mexico: Cecsca.
- Cruz, C. D. (2000). La mejora continua en la gestion de la calidad: el camino para la excelencia. Madrid: Economia Industrial.
- Cuatrecasas, L. (2001). Gestion integral de la calidad. Implantacion, control y certificacion. Barcelona: Gestion 2000.
- Fernandez, J. A. (1994). Gestion de la calidad: Calidad en los servicios y atencion al cliente. Madrid.
- Gerson, R. (2013). Como medir la satisfaccion del cliente. Ciudad de Mexico: Iberoamerica.
- Jose, F. H., & Juan, V. S. (2010). La gestion de la calidad en los servicios (Primera ed.). España: Eumed.
- Jose, M. F., Sebastian, B. C., & Pedro, M. J. (2011). Gestion de la calidad en empresas tecnologicas. (Primera ed.). Bogota: Starbook.
- Kanuk, S. (2005). Comportamiento del consumidor. (Octava ed.). Mexico.
- Llorens, F., & Fuentes, M. (2010). Calidad total. Fundamentos e implicacion. Madrid: Piramide.
- Loudon, D., & Della, A. (1995). Comportamiento del consumidor. Conceptos y aplicaciones. MEXICO: EDITORIAL McGraw - Hill.
- Peresson, L. (2007). Sistema de Gestion de la Calidad con el Enfoque al Cliente .
- Pulido, H. G. (2010). Calidad total y productividad (Tercera ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Solé Moro, M. L. (1999). Los consumidores del siglo XXI. MADRID.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1

Esta entrevista es una fuente de información que proporcionará datos para poder llevar a cabo la realización del banco de preguntas a aplicarse a los usuarios para el estudio de mercado.

ENTREVISTADO:	
FECHA:	
LUGAR:	

- 1.- **¿Considera Ud. que la calidad del servicio es un factor importante en el área de la transportación pública? ¿Por qué?**
- 2.- **¿La organización cuenta con un plan o procedimientos de calidad en el servicio al usuario?**
- 3.- **¿El personal en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces” cuenta con capacitación en calidad de servicio al cliente, con el propósito de brindar un buen servicio a los usuarios?**
- 4.- **¿Se ha transmitido a todos los empleados de que la calidad en el servicio es responsabilidad de todos en la Cooperativa de Transporte “Ciudad de Vinces”.?**
- 5.- **¿Qué se está haciendo por conservar a los clientes actuales y atraer nuevos?**
- 6.- **¿La calidad y el precio del pasaje son competitivos permitiendo captar y mantener a los usuarios?**
- 7.- **¿Se realiza un seguimiento de los problemas de los clientes en cuanto al servicio?**
- 8.- **¿Considera usted que sus empleados están motivados a tal punto que han adquirido una cultura de servicio que se refleja en la atención brindada a los clientes?**
- 9.- **¿Cree Ud. que las empresas ecuatorianas de transporte existe una conciencia real de la importancia del mejoramiento de la calidad del servicio? ¿Por qué?**

ANEXO 2

COOPERATIVA DE TRANSPORTE “CIUDAD DE VINCES”						
Instrucciones: Basada en su experiencia como usuario de la Cooperativa de Transportes Ciudad de Vinces , le rogamos responda con la verdad las siguientes interrogantes, teniendo en cuenta la satisfacción que percibe en cada ítem, para ello utilice una X según sea su decisión: 1 Deficiente , 2 Malo , 3 Regular , 4 Bueno , 5 Excelente .						
	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Cómo considera Ud. el estado mecánico de las unidades?					
2	¿El estado físico del interior de los vehículos de transportes?					
3	¿Las instalaciones de las oficinas son?					
4	¿El servicio prestado responde a sus expectativas?					
5	¿Los operarios de los vehículos cumplen sus funciones?					
6	¿Los bultos y encomiendas enviados a través de la Cooperativa llegan a su destino en el tiempo establecido?					
7	¿Cuándo el cliente tiene un problema, los miembros de la Cooperativa muestran sincero interés en solucionarlo?					
8	¿La cooperativa ofrece a sus usuarios un ambiente de espera agradable y seguro en la oficina de Vinces?					
9	¿El trato del personal con los usuarios es considerable y amable?					
10	¿Los operarios se muestran dispuesto a servir a los usuarios?					
11	¿Si quiso resolver una duda, los miembros de la cooperativa respondieron a esta en el tiempo y forma adecuada?					
12	¿Los operarios de las unidades dan una imagen de honestidad y confianza?					
13	¿El personal de la Cooperativa demuestra igualdad para todos sus clientes?					
14	¿Los bultos y encomiendas enviados son recibidos en el mismo estado en el que fue enviado?					
15	¿Usted recibió atención individualizada?					
16	¿Los operarios se expresan de manera clara y comprensible, en caso de necesitar información del servicio?					
17	¿Demuestra interés la cooperativa hacia la comunidad?					
18	¿La cooperativa ofrece horarios convenientes para todos los usuarios?					

Gracias por sus respuestas...

ANEXO 3



Agencia
Nacional
de Tránsito

USI

Resolución No. 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

RESOLUCIÓN N° 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

RENOVACIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN

LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TRÁNSITO DE LOS RÍOS, DE LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

CONSIDERANDO:

Que, mediante Oficio No. 100 de fecha 26 de diciembre del 2013, e ingresado a la Dirección Provincial de Tránsito de Los Ríos, con fecha 8 de enero del 2014, mediante memorando Nro. ANT-UALR-2014-0045, el señor Egidio Máximo Litardo Suárez, Gerente de la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, solicita la Renovación del Permiso de Operación de su representada.

Que, la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, domiciliada en la provincia de Los Ríos, cantón Vinces, obtuvo su personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial N° 1407, e inscrita en el Registro General de Cooperativas el 13 de julio de 1973.

Que, a la Cooperativa que opera bajo la modalidad de Transporte de Pasajeros INTRAPROVINCIAL, cuya denominación es COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, se le concedió la Renovación del Permiso de Operación mediante Resolución N° 001-RPO-012-2009, de fecha 22 de enero del 2009, la misma que beneficia a VEINTISIETE (27) socios y vehículos habilitados para operar.

Que, mediante Resolución N° 073-DIR-2009-CNTTTSV, de 20 de abril del 2010, la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, autoriza a favor de la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, el incremento de SEIS (06) cupos.

Que, el Departamento Técnico de este Organismo, mediante Informe N° 130-ANT-DPTLR-2014-DT, de fecha 03 de febrero del 2014, recomienda proceder a la Renovación del Permiso de Operación de la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, domiciliada en la provincia de Los Ríos, cantón Vinces.

El Directorio de la Agencia Nacional de Tránsito con fecha 26 de septiembre del 2012, expide la Resolución N° 056-DIR-2012-ANT, relacionada CON LA DELEGACIÓN PARA LOS RESPONSABLES DE LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS PROVINCIALES Y PARA EL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA COMISIÓN DE TRÁNSITO DEL ECUADOR, en su parte resolutive literal d) menciona: "..... Otorgar resoluciones de renovación de títulos habilitantes que no modifiquen el permiso de operación anterior en cuanto a regulación de rutas y frecuencias, únicamente se incorporarán los cambios de socios y/o unidades realizados en el transcurso de la vigencia del permiso de operación....."

En uso de la mencionada delegación:

Av. Olmedo y General Barona
PBX (593) 05-2730796
Babahoyo - Los Ríos - Ecuador

RESUELVE:

1. La Renovación al Permiso de Operación de la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, domiciliada en la provincia de Los Ríos, cantón Vinges.
2. La Renovación del Permiso de Operación beneficia a TREINTA Y TRES (33) socios y vehículos, de acuerdo al siguiente detalle:

DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							TERMINACION DE VIDA UTIL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO
		SUAREZ VERA	SERGIO JACINTO	1200003919	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
1	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	2025
		JHDGD1JPT5X X11275	J08CTW13115	BAD0176	OMNI BUS	BUS	2005	HINO	10.00	7961	PO	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		AUCATOMA CAYAMBE	JOSE IGNACIO	0201837457	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
2	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	2019
		JALFTR32MX3 000062	893787	AAM0797	OMNI BUS	BUS	1999	ISUZU	8.00	8000	PO	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		CONFORME VELOZ	ZAIDA MARLENE	1203084742	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
3	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	2023
		JHDGD1JPT3X X10696	J08CTW11950	RAE0386	OMNI BUS	BUS	2003	HINO	12.00	6.000	PO	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		SANTILLAN NARANJO	JOSE DE LAS NIEVES	1201916134	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
4	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	2019
		FF1JP610308	J08CTF11323	TDE0245	OMNI BUS	BUS	1999	HINO	6.00	7800	PO	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		MANJARREZ RAMIREZ	WELLINGTON MEDARDO	1201757653	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
5	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	2018
		9BM384088WB 197851	37794210423746	GPV0431	OMNI BUS	BUS	1998	MERCEDES BENZ	9.00	5000	PO	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		LITARDO MUÑOZ	ERNESTO AURELIO	1203429590	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
6	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E	TIPO VEH.	AN O	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	

Resolución No. 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

DISCO	SOCIO	9BM384087SB 072690	37699310293532	AAK08 15	OMNI BUS	BUS	19 96	MERCEDES BENZ	6.00	500 0	PO	2016
		APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
7	VEHICULO	RODRIGUEZ VERA	PEDRO RUFINO	120005 6404	E							
		No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
	9BM3840726B 458010	377973U066263 7	HAK05 58	OMNI BUS	BUS	20 06	MERCEDES BENZ	17	300 0	PO	2026	
DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		MANJARREZ COELLO	CARLOS RUBEN	120375 2785	E							
8	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM384088RB 031828	37695310245618	GAU04 47	OMNI BUS	BUS	19 96	MERCEDES BENZ	6.00	750 0	PO	2016
	DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
CHASI CHASI			JOSE OSWALDO	020144 7216	E							
9	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		FD2HPS11096	H07CTA43393	TAN03 80	OMNI BUS	BUS	19 98	HINO	8.00	672 8	PO	2018
	DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
LLUMITAXI CAYAMBE			SEGUNDO ANGEL	020126 8554	E							
10	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM384087WB 152651	37797210388491	TAN08 03	OMNI BUS	BUS	19 98	MERCEDES BENZ	10.0 0	100 00	PO	2018
	DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
FERNANDEZ SANDOYA			JOSE LUIS	120107 4406	E							
11	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		FF1JPS10088	J08CTF11619	RAE03 34	OMNI BUS	BUS	19 99	HINO	12.0 0	120 00	PO	2019
	DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
LITARDO MUÑOZ			LUIS UBALDO	120413 9115	E							
12	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM3840785B 388696	924912604447	PZI056 1	OMNI BUS	BUS	20 05	MERCEDES BENZ	3.50	150 00	PO	2025
	DISCO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
VILLAVIGENCI O BRAVO			RONALD EDUARDO	120466 4427	E							
13	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	



Agencia
Nacional
de Tránsito

USD. 2

Resolución No. 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

		VEH.	FA B.									
		9BM384073WB 171958	37797310408774	TAN06 55	OMNI BUS	BUS	19 99	MERCEDES BENZ	6.00	60 00	PO	2019
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		AUCATOMA CAYAMBE	ANGEL OSWALDO	020132 0546	E							
14	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		JH0FF1JPT3X X10407	J08CTT12309	HAG09 71	OMNI BUS	BUS	20 03	HINO	12.0 0	796 1	PO	2023
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		ROSADO LITARDO	JOSE GUILLERMO	120234 6019	E							
15	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM3840724B 353922	37797310575664	RAE04 37	OMNI BUS	BUS	20 04	MERCEDES BENZ	15.0 0	170 00	PO	2024
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		AUCATOMA CAYAMBE	ANGEL MARCOS	020159 6756	D							
16	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		JHDGD1JPT3X X10645	J08CTW11886	TAR06 75	OMNI BUS	BUS	20 03	HINO	10.0 0	800 0	PO	2023
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		MANJARRÉS RAMIREZ	WALTER SIMON	120108 8661	E							
17	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM384087VB 147766	37797210383370	TAL048 1	OMNI BUS	BUS	19 98	MERCEDES BENZ	10.0 0	162 0	PO	2018
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		SOTO ARANA	ANGEL ENRIQUE	120034 9106	E							
18	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM384073WB 172337	37797310408897	EAG00 06	OMNI BUS	BUS	19 99	MERCEDES BENZ	10.0 0	100 00	PO	2019
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		SOTO RUIZ	LUIS ALBERTO	120503 6419	E							
19	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	
		9BM384087SB 072267	37699310291582	AAK08 20	OMNI BUS	BUS	19 96	MERCEDES BENZ	6.00	600 0	PO	2016
DIS CO	SOCIO	APELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I.	TIPO DE LICENCIA							
		VERGARA SANCHEZ	FRANCISCO EMANUEL	120486 2567	E							
20	VEHIC	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS	TIPO	AÑO	MARCA	TON	CIL	VIGEN	

Resolución No. 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

DIS CO	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
	ULO	9BWRFB2W43 R301415	G30000583	EAH06 88	OMNI BUS	BUS	20 03	VOLKSW AGEN	17	800 0	PO	2023
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		CAYAMBE AUCATOMA	EDGAR VINICIO	020169 6036	D							
21	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		JHDF1JPT2X X10293	J08CTT11229	HAG08 72	OMNI BUS	BUS	20 02	HINO	15.0 0	796 1	PO	2022
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		SANTILLAN NARANJO	FRANKLIN NARCISO	120293 3014	E							
22	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		FF1JPS10048	FF6125059B	AAR00 29	OMNI BUS	BUS	19 99	HINO	8.00	900 0	PO	2019
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		MOREIRA CEDEÑO	GEORGE OVIDIO	130674 1552	D							
23	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		CM87K13236	FE6025906B	AAM02 58	OMNI BUS	BUS	19 96	NISSAN	6.00	600 0	PO	2016
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		LITARDO SUAREZ	MACARIO FELIPE	090353 3636	E							
24	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		B70CVA09308 60W	FE6T106230C	PZO05 42	OMNI BUS	BUS	19 94	FORD	5.00	700 0	PO	2014
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		CAJAS CORONEL	MARCO ANTONIO	091652 8060	D							
25	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		JHDAK8JRSB XX10343	J08EUD13868	RAA50 44	OMNI BUS	BUS	20 11	HINO	11	768 4	PO	2031
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		CAYAMBE AUCATOMA	SEGUNDO HUMBERTO	020112 7511	E							
26	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO
		JHDF1JPT2X X10303	J08CTT11261	HAG05 86	OMNI BUS	BUS	20 02	HINO	12.0 0	796 1	PO	2022
DIS CO	SOCIO	APPELLIDOS	NOMBRE	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA							
		SUAREZ FERNANDEZ	SERGIO DEL TRANSITO	120190 9593	E							
27	VEHIC ULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FA B.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGEN CIA	AÑO



Resolución No. 003-RPO-012-2014-DPTLR-ANT

DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		SESME CAJAS	OSCAR MARIO	0919351486	E						
28	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		JHDF1JPT2X X10108	J08CTT10753	PZY0104	OMNI BUS	BUS	2002	HINO	12.00	7961	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		MANRIQUE SANTANA	WILMER GERBACIO	1203305444	E						
29	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		JHDFG1JPUA XX17198	J08CTT39882	RAE0816	OMNI BUS	BUS	2010	HINO	10.00	7961	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		LITARDO SUAREZ	EGIDIO MAXIMO	0904863966	E						
29	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		VEVLF824MR V000504	JM36637698150 882810	GAM0495	OMNI BUS	BUS	1994	ENCAVA	10.00	8000	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		LITARDO SUAREZ	EGIDIO MAXIMO	0904863966	E						
30	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		25008	37698150874005	PZV0042	OMNI BUS	BUS	1995	MERCEDES BENZ	8.00	8000	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		GUASHPA CHIMBORAZO	CESAR WILLIAM	0201723269	E						
31	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		JHDF1JPT4X X10458	J08CTT12989	BAD0072	OMNI BUS	BUS	2004	HINO	12.00	7961	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		FIGUEROA VILLASAGUA	PABLO JULIO	1201170352	E						
12	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		FD2HPS10905	H07CTA43025	GBE0040	OMNI BUS	BUS	1998	HINO	8.00	8000	PO
DISCO	SOCIO	APellidos	Nombre	C.C./C.I	TIPO DE LICENCIA						
		ORTEGA BARZOLA	LUIS OSWALDO	1200894978	E						
3	VEHICULO	No. CHASIS	No. MOTOR	PLACA	CLAS E VEH.	TIPO VEH.	AÑO FAB.	MARCA	TON EL.	CIL IN.	VIGENCIA
		LZYTBD62D1 000051	87339308	RAA5110	OMNI BUS	BUS	2013	YUTONG	15.5	6700	PO

3. Se contabiliza a la presente fecha TREINTA Y TRES (33) socios y vehículos, autorizados a operar en la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, los mismos que por ningún concepto podrán ser negociados por la

Cooperativa o por sus socios, ya que la Dirección Provincial de Tránsito de Los Ríos, se reserva el derecho de modificarlos.

4. Actualizar las rutas y frecuencias legalmente autorizadas por el Organismo de Tránsito competente:

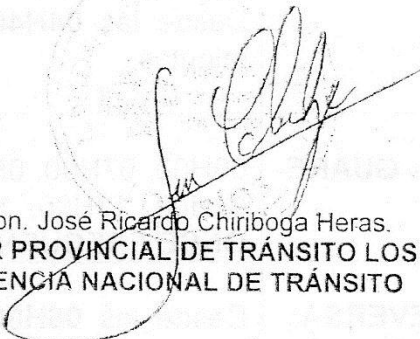
Nº	RUTA	FRECUENCIAS
01	VINCES - BABAHOYO:	Desde las 04H00 hasta las 19H00 cada 10 minutos
02	BABAHOYO - VINCES:	Desde las 04H40 hasta las 20H00 cada 10 minutos
03	VINCES - SAN ANTONIO - GUAREBABA - VICEVERSA:	06H00, 07H00, 08H00, 09H00, 10H00, 11H00, 12H00, 13H00, 14H00, 15H00, 16H30 (SON ONCE FRECUENCIAS)
04	VINCES-PALENQUE-VICEVERSA:	Desde las 06H00 hasta las 17H00 cada 30 minutos
05	VINCES - ANTONIO SOTOMAYOR-VICEVERSA:	Desde las 06H00 hasta las 18H00 cada 30 minutos

5. En la Resolución de Renovación al Permiso de Operación, se hace constar que:

- El incremento o disminución de cupos, cambio de socios o vehículos, así como la variación en el servicio o la modificación del número de disco asignado en el listado de socios y vehículos calificados y demás actividades relativas al tránsito y al transporte, la Operadora no podrá realizarlos sin previa autorización de la Dirección Provincial de Tránsito de Los Ríos.
- La operadora de transporte no podrá prestar sus servicios fuera del itinerario establecido.
- La violación de las normas y resoluciones emitidas por las Agencia Nacional del Transporte y la Dirección Provincial de Tránsito de Los Ríos y lo constante en la Resolución de Renovación al Permiso de Operación, será causal para que la concesión estatal, se revierta.
- La Renovación del Permiso de Operación, conferido a la COOPERATIVA DE TRANSPORTE CIUDAD DE VINCES, tendrá vigencia de 10 años, contados a partir de la fecha de expedición de la Resolución de Renovación del Permiso de Operación de acuerdo a lo estipulado en el Art. 75 del Reglamento General para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, dado en Decreto Ejecutivo N°1196, publicado en el Registro Oficial, Segundo Suplemento 731, de 25 de junio del 2012.


- e. Comunicar la presente resolución a los Organismos competentes, para su ejecución, registro y control.

Dado en la ciudad de Babahoyo, en la Dirección Provincial de Tránsito de Los Ríos, a los 04 días del mes de febrero del 2014.



Econ. José Ricardo Chiriboga Heras.
DIRECTOR PROVINCIAL DE TRÁNSITO LOS RÍOS
AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO

LO CERTIFICO:



Ing. Jhonny Antonio Concha Ramírez
SECRETARIO PROVINCIAL DE LOS RÍOS (E)
AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO